

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК

ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
імені К. Д. УШИНСЬКОГО

Лінгвістичні науки

Збірник наукових праць

№ 40

Видається з липня 2005 року
Виходить два рази на рік



Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Засновник: Державний заклад: «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Головний редактор збірника — **Олександр І. Іляді**, доктор філологічних наук, професор кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна)

Редакційна колегія:

Наталія Г. Ареш'єва, д-р філол. наук, професор кафедри суспільних наук Одеського національного медичного університету (м. Одеса, Україна);

Оксана С. Баранівська, канд. філол. наук, професор кафедри україністики, Інститут східнослов'янської філології Ягеллонського університету (м. Краків, Польща);

Грасльда Блаженс, д-р філол. наук, професор, Інститут литовської мови (м. Вільнюс, Литва);

Володимир А. Глушенко, д-р філол. наук, професор кафедри загального, германського та слов'янського мовознавства, Слов'янський державний педагогічний університет (м. Слов'янськ, Україна);

Тетяна В. Громко, д-р філол. наук, професор кафедри англійської філології та перекладу, Національний університет «Одеська політехніка» (м. Одеса, Україна);

Тетяна С. Єременко, канд. філол. наук, професор кафедри германської філології та методики викладання іноземних мов, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна);

Йолантта Клімек-Грондзка, д-р філол. наук, професор кафедри польської мови, Люблінський Католицький університет імені Іоанна Павла II (м. Люблін, Польща);

Тетяна М. Корольова, д-р філол. наук, професор кафедри філології, Одеський національний морський університет (м. Одеса, Україна);

Світлана А. Любимова, д-р філол. наук, професор кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна);

Олена М. Мітіна, канд. філол. наук, доцент, зав. кафедри англійської філології та перекладу, Національний університет «Одеська політехніка» (м. Одеса, Україна);

Олександра В. Попова, д-р пед. наук, професор кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна);

Ахім Рабус, д-р філол. наук, професор, керівник Слов'янського семінару при кафедрі слов'янської філології (мовознавства), Фрайбургський університет імені Альберта-Людвіга (м. Фрайбург, Німеччина);

Інна В. Ступак, д-р філол. наук, професор кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна);

Олег В. Тищенко, д-р філол. наук, професор, зав. кафедри іноземних мов та перекладознавства, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності (м. Львів, Україна);

Анастасія А. Юмрукуз, канд. філол. наук, доцент, завідувач кафедри західних і східних мов та методики їх навчання, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна)

Заступник головного редактора: **Ілона М. Дерік**, кандидат філологічних наук, доцент, зав. кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, Державний заклад «ПНПУ імені К. Д. Ушинського» (м. Одеса, Україна)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

SCIENTIFIC RESEARCH ISSUES

OF SOUTH UKRAINIAN
NATIONAL PEDAGOGICAL UNIVERSITY
NAMED AFTER K. D. USHYNSKY

Linguistic Sciences

The Scientific Research Issues Collection

№ 40

Issued since 2005 pory
Frequency: biannual



Publishing House
“Helvetica”
2025

Founder: State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky»

Chief Editor – **Alexander I. Iliadi**, Doctor of Philology, Professor of the Department of Translation, Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine)

Editorial Board:

Natalia G. Arefieva, Doctor of Philology, Professor at the Department of Social Sciences, Odessa National Medical University (Odessa, Ukraine);

Oksana St. Baranivska, Candidate of Philology, Professor at the Ukrainian Studies in the Institute of Eastern Slavic Philology of the Jagiellonian University (Kraków, Poland);

Grasilda Blažienė, Doctor of Philology, Professor, a full member of the Lithuanian Academy of Sciences, Institute of the Lithuanian Language (Vilnius, Lithuania);

Volodymyr A. Glushchenko, Doctor of Philology, Professor at the Department of the General, Germanic and Slavic Linguistics, Slovyansk State Pedagogical University (Slovyansk, Ukraine);

Tetiana V. Hromko, Doctor of Philology, Professor at the Department of English Philology and Translation, Odessa Polytechnic National University (Odessa, Ukraine);

Tetiana Ye. Yeremenko, Candidate of Philology, Professor, Head of the Department of the Germanic Philology and Methods of Teaching Foreign Languages, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine);

Jolanta Klimek-Grądzka, Doctor of Philology, Professor at the Department of the Polish Language, the Institute of Linguistics, Faculty of Humanities, KUL, The John Paul II Catholic University of Lublin (Lublin, Poland);

Tetiana M. Korolova, Doctor of Philology, Professor at the Department of Philology, Odessa National Maritime University (Odessa, Ukraine);

Svitlana A. Lyubymova, Doctor of Philology, Professor at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine);

Olena M. Mitina, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of English Philology and Translation, Odessa Polytechnic National University (Odessa, Ukraine);

Oleksandra V. Popova, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine);

Achim Rabus, Doctor of Philology, Professor, Managing Director of Slavonic Seminar at the Chair of Slavonic Philology (Linguistics), Albert Ludwig University of Freiburg (Freiburg, Germany);

Inna V. Stupak, Doctor of Philology, Professor at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine);

Oleh V. Tyshchenko, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Foreign Languages and Translation Studies, Lviv State University of Life Safety (Lviv, Ukraine);

Anastasiia A. Yumrukuz, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of the Western and Oriental languages and Methods of their Teaching, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine)

Deputy editor-in-chief: **Ihona M. Derik**, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky» (Odessa, Ukraine)

UDC 811.111'42

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.1>

PHRASEOLOGICAL EQUIVALENTS AND LITERARY TRANSLATION: CHINESE, ENGLISH AND THE SLAVONIC LANGUAGES

Alexander I. Iliadi

Doctor of Philological Sciences, Full Professor at the Chair
of Translation, Theoretical and Applied Linguistics
State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: alexandr.iliadi@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5078-8316>

Ilon M. Derik

PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Chair
of Translation, Theoretical and Applied Linguistics
State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: ilonaderik@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8979-4745>

Tetiana V. Stoianova

PhD in Philology, Lecturer at the Chair
of Translation, Theoretical and Applied Linguistics
State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: t.v.stoianova@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0424-6783>

SUMMARY

The objective of this paper is to outline phraseological units in Chinese, English and the Slavonic languages apt to be employed as equivalents proper in the aspect of translation. The results of the study were obtained according to the procedure comprising the following stages. 1. The detection of phrasemes with close or identical cultural semantics. 2. The determination of the unity/similarity of the prototypical situation behind the multi-lingual phrasemes compared. 3. The comparison of the lexical composition of phrasemes for the coincidence of the semantics of the vocabularies forming them in all the languages under analysis during the literal interpretation of the phrasemes. 4. The determination of the similarity/identity of the syntactic construction of phrasemes in the languages compared. 5. The modeling of common building patterns for phraseological units with a certain cultural and ideological load relevant for the cultures represented by Chinese, English and the Slavonic languages.

Keywords: literary translation, phraseme, structure, lexical semantics, prototypical situation, concept, discourse, native picture of the world.

Introduction. The methodological tools used in modern translation studies enable the effective handling of challenges related to the substitution of one system of cultural meanings for another. It is but natural that improving translation techniques requires thorough study of linguistic material over time. Hence, new translations are introduced into literary or scientific circulation, which often better reflect the original content compared to previously proposed translations.

The selection of phraseological equivalents presents a difficulty: even phrasemes with identical etymological composition and similar structure in the two related languages often have different meanings and therefore cannot be used interchangeably in translation. This situation may be illustrated not only by the phraseological units associated with cultural specificity or the historical background of nations, but also by the expressions, containing the body parts names. Cf., e.g., Russ. *ходит по головам*, Ukr. *ходить по головах* ‘rudely, assertively, oppress people’ VS Czech *chodit po hlavě* ‘to be naughty, to indulge; to do stupid things’ or Russ. *свалиться на голову*, Ukr. *впасти на голову* ‘happen accidentally’ VS *padá/padne co na čí hlavu* fig. ‘someone has to be responsible for something’. As we can see, phraseological units that are almost identical in terms of expression do not coincide in terms of content, so they cannot be used as translation equivalents.

An important role in working with such cases, of course, is played by the sources of phraseology, where, with due attention and a sober assessment of the data of the source language (in a broader sense, the culture reflected in it) and the target language with its ideology, it is possible to find exactly the unit that most accurately conveys the meaning of a stable expression in the original text, covering the main contours of the prototypical situation behind it. The search for phrasemes-equivalents necessary for literary translation turns out to be a constant of the translator's work, therefore scientific support of the search process will always be **relevant**.

The proposed publication **aims** to address specific challenges in selecting equivalent phrases for translation between languages, which (a) have different grammatical systems, cardinal differences in word morphology, and semantic derivation, (b) are from different genetic families. The **tasks** are defined as follows:

- identification in languages of different systems (Chinese, English and Slavonic) of a group of phrasemes with identical (or close) ideological content, and therefore capable of acting as equivalents in the translation of texts into all these languages;

- the classification of these phraseological units according to the type of prototypical situation they implement (it implies an integral image existing in ethnic consciousness, a model of a situation, typical for the cultural experience of a particular people, which cognizes and conceptualizes the objects and relations of reality);

- typology of semantic schemes according to which phraseological units are built in these languages. In fact, these schemes reflect the logic of the prototypical situation at the level of language signs and the ways of their connection and combination.

The tasks are solved step by step, and the result is shown as a sum of models organizing phraseological semantics. These models are confirmed by a «cluster» of phraseological units, demonstrating a unified organizational principle across the observed languages.

Theoretical background. The study is based on the postulates of translation studies and comparative linguistics. Cf. reflection

of some of them in the works of J. Vlček «Úskalí ruské slovní zásoby. Slovník rusko-české homonymie a paronymie» (Praha : Svět sovětů, 1966), M. Hrdlička «Ještě k překladu frazeologizmů» (*ToP*. 1998. 9, pp. 17), «Frazeologie a frazeologizmy jako překladatelský problém» (*ToP*. 1997. 7, pp. 2–6), «Frazeologizmy a jejich translace» (*Eurolitteraria & eurolingua*. Liberec : TU Liberec, 2004, pp. 297–304), A. Duff «The third language: recurrent problems of translation into English» (Oxford : Pergamon Press, 1981), I. V. Korunets «Comparative Typology of English and Ukrainian Languages» (Kyiv : Lybid, 1995), N. D. Ignatieva «Interlingual Phraseological Homonymy as a Source of Interference» (2016).

Methodology. The main methods used are *descriptive, comparative, the method of linguistic construction, the method of analyzing dictionary definitions*. The tasks in total, together with the methods and material used, predetermined the procedural **scheme of the study**.

1. The detection of phrasemes with similar or identical cultural semantics in the compared languages (Chinese, English, and Slavonic).

2. Establishing the unity/similarity of the prototypical situation behind the multi-lingual phrasemes compared.

3. The comparison of the lexical composition of phrasemes: to what extent does the semantics of the vocabulas that form them coincide in all the languages compared when reading the phraseme literally?

4. Determining the similarity/identity of the syntactic construction of phrasemes in the languages compared.

5. Modeling of building patterns common to the compared languages employed in phraseological units with a certain cultural and ideological load, relevant for the cultures represented by Chinese, English and the Slavonic languages.

The typology of schemes for constructing the semantics of phrasemes-equivalents in Chinese, English and the Slavonic languages

«Black heart»

Chinese 黑心肠 [hēi xīncháng] ‘villain’, ‘scoundrel’ (lit. – *Black heart*) : Russ. Чёрное сердце ‘Ibid.’ : Eng. *Dark heart* ‘Ibid’.

«Fresh blood»

Chinese 鲜血 [xiān xiě] (lit. — *Fresh blood*) : Eng. *Fresh blood* ‘new forces’ : Russ. *Свежая кровь* (figuratively — new people or the ideas, approaches they bring to an organization or group).

Despite the uniformity of the set of words (adj. *fresh* + subst. *blood*), which constitute this set expression in three languages, the Chinese phraseme has its own special ideological load, which is based on various cultural associations. For example, the red color, in Ancient China, is a symbol of imperial power, the rank color of the nobility, and in the People’s Republic of China it is the color of state attributes (the blood-red color is associated with the red color of the Revolution). Cf., e.g., in: (YuFeng 2018: 88).

«Until the head turns grey»

Chinese 白头到老 [bái tóu dào lǎo] ‘living together till hair turns grey’ (lit. — *Until the head turns white*) : Russ. *Пока голова не побелеет* : Ukr. *Доки голова не посивіє*.

However, despite the semantic identity of both phraseological units, they still have a different cultural background. For example, the Chinese one goes back to the legend of how one of the Jing rulers sent an ambassador to the kingdom of Lu, where he saw a gray-haired woman patiently caring for a gray-haired man who was working in the fields. The ambassador was deeply impressed with the touching relationship of the married couple and he thought that it would be great to grow old together and survive to gray/white hair in love and respect (中国成语大辞典, 1994).

«To do smth. after some doing»

Chinese 亡羊补牢 [wáng yáng bǔ láo] ‘making it all right after the come consequences’ (lit. — *Repair the pen after the sheep have died*) : Russ. *Махать кулаками после драки* : Ukr. *Після бійки кулаками не махають (не машуть); Повів коня кувати, як кузня згоріла* (Вирган, Пилинська 2000: 424, 465–466).

«To do smth. before animal»

Chinese 对牛弹琴 [duì niú tán qín] (lit. — *Playing the lute in front of the bull*) (Semenas 2005: 134) : Eng. *Cast pearls before swine* : Russ. *Метать бисер перед свиньями* : Ukr. *Метати (сипати) бісер перед свиньями (свиньми); Кидати (розсипати) перла перед*

свинями (свиньми) (Вирган, Пилинська 2000: 40) : Serb. *Просу́т бисер при́д пра́сца* (Hilferding 1868: 78) : Bulg. *Хвърлям бисер пред свините* (Анкова-Ничева 1993: 265).

«To fire a cannon at a mosquito/sparrows»

Chinese 高射炮打蚊子 [gāoshèpào dǎ wénzi] (lit. – *Shoot from anti-aircraft guns at mosquitoes*) (Semenas 2005: 139) : Eng. *To fire a cannon at sparrows* : Russ. *Бить из пушки по воробьям* : Ukr. *З гармати у горобців стріляти* (Вирган, Пилинська 2000: 740) : Serb. *Гађати врапце из топа*. Cf. in Eng. *Use a cannon to kill a mosquito*.

«Like slash with a knife» VS «Like a knife in the heart»

Chinese 心如刀割 [xīn rú dāo gē] ‘cause acute mental pain’ (lit. – *As if he had slashed with a knife*) (Semenas 2005: 135) : Russ. *Как ножом по сердцу (полоснуть); Как серпом по шее* : Ukr. *Як ніж у серце кому* (Вирган, Пилинська 2000: 557) : Eng. *Like a knife in the heart* («Each time that she had to leave me behind was *Like a knife in her heart*»).

«Like smth. after smth.»

Chinese 雨后春笋 [yǔ hòu chūn sǔn] (lit. – *Like spring bamboo after rain*) : Russ. *Как грибы после дождя* (Semenas 2005: 133) : Ukr. *Ростуть як гриби після дощу (по дощеві)* (Вирган, Пилинська 2000: 234) : Serb. *Расте као печурка после кише* : Bulg. *Никнат като гъби [след дъжд]* (Анкова-Ничева 1993: 182) : Kashub. *Rosc jak grzyb po deściu* (Ermola 2011: 41) : Eng. *Like mushrooms (after a rain)*.

«[Like] smth. in smth.»

Chinese 沧海一粟 [cāng hǎi yī sù] (lit. – *Like millet in the ocean*) : Eng. *A drop in the bucket; A drop in the ocean* : Russ. *Капля в море* : Ukr. *Крапля (краплина) в морі* (Вирган, Пилинська 2000: 394) : Serb. *Кап у мору* (Оташевић 2007: 240) : Bulg. *Капка в морето* (Ничева, Спасова-Михайлова, Чолакова 1974, I: 475).

«[Like] smth. out/from/in green/blue/clear smth.»

Chinese 青天霹雳 [qīngtiān pīlì] (lit. – *Lightning strike in a green sky*) : Eng. *Like a thunder-clap out of a clear sky; Like thunder*

out of a clear sky; Like a bolt from the blue : Russ. *Как гром среди ясного неба* ; Ukr. *Як грім з (серед) ясного (чистого, безхмарного) неба* (Вирган, Пилинська 2000: 235) : Serb. *Kao гром из ведра неба* (Оташевић 2007: 328), Croat. *Kao grom iz vedra neba* (lit. – *Like a bolt from the blue*) ‘like snow on the head’ : Bulg. *Като гръм от ясно небе* (Ничева, Спасова-Михайлова, Чолакова 1974, I: 482).

«Not + card. numer. & not + card. numer.»

Chinese 不三不四 [bù sān bù sì] ‘neither this nor that; neither fish, flesh nor fowl’ (lit. – *Neither three nor four*) (Semenas 2005: 133) : Russ. *Ни три, ни четыре*. Cf. synonymous Bulg. *Ни [мо] риба, ни [мо] рак* (Ничева, Спасова-Михайлова, Чолакова 1974, I: 743) : Eng. *Neither fish nor flesh; Neither fish nor fowl; Neither one thing nor the other* different in lexical composition.

«Honey in the mouth but razor behind the bosom» VS «Honey in the mouth and razor at the girdle»

Chinese 口蜜腹剑 [kǒumì-fùjiàn] ‘honey on his lips, and a sword in his bosom’ (lit. – *Honey lips, a sword in the stomach*) : Russ. *На устах мед, а в сердце лед* (Semenas 2005: 133); *На словах медок, а на сердце ледок; На языке-то мед, а под языком-то лед; На речи мягок да тих, а на сердце злобен да лих* : Serb. *Méd na jeziku, a бритва na pāsu* (Hilferding 1868: 52) : Eng. *He has honey in the mouth and razor at the girdle*. An ideologically close, but structurally different idiom is noted in Serbian, cf. the old expression *Мач медом помазан* (Hilferding 1868: 48) = ‘the sword is anointed with honey’.

It is interesting to note the special typological similarity of Serbian and English phraseological units that use the image «sword on the belt» as the antithesis of «honey on the tongue/lips».

«To do two smb. with a single smth.»

Chinese 一箭双雕 [yījiàn-shuāngdiāo] (lit. – *With one arrow [kill] two hawks*) : Russ. *Одним выстрелом [убить] двух зайцев* : Ukr. *Одним пострілом (відразу) двох зайців убити* (Вирган, Пилинська 2000: 829) : Serb. *Једним ударцем [убити] две муве* (Оташевић 2007: 564) : Czech *Zabít dvěouchy jednou ranou* : Eng. *To shoot two rabbits with a single bullet*.

«Smth. falls from the ...» VS «Smth. does not fall from the ...»

Chinese 喜从天降 [降 [jiàng] ‘to fall’] [xǐ cóng tiān jiàng] (lit. – *Happiness has fallen from the sky*) : Eng. *Happiness does not fall from the sky; it is in your hands.*

«Smth. do smth.», «Smth. is done by smth.»

Chinese 天道酬勤 [tiān dào chóu qín] (lit. – *Heaven rewards hard work*) : Eng. *Hard work is rewarded by heaven.*

«To change black to white» VS «To say that black is white»

Chinese 颠倒黑白 [diāndǎo-hēibái] ‘to twist the facts’ (lit. – *To swap black and white*) : Eng. *Say/pretend/swear/argue (that) black is white* : Russ. *Он из белого сделает черное (или: из черного белое).*

Another model and lexical material are implemented in Kashub. *Potrafic z prostego zrobic křevè* (lit. – *To be able to make a curve out of a straight line*) ‘to be able to make white out of black’ (Ermola 2011: 91).

«To fall from the ...»

Chinese 从天而降 [cóngtiān’érjiàng] ‘appear out of nowhere’ (lit. – *Fall out of the sky*) : Eng. *Fell out of the sky; Dropped out of the sky* : Russ. *С луны свалился* : Ukr. *З місяця (з неба) впав* (Вирган, Пилинська 2000: 453) : Bulg. *Падам/падна от небето* (Ничева, Спасова-Михайлова, Чолакова 1975, II: 105). Cf. Ukr. dial. [Як] *з неба впав (звалився)* with a wider range of meanings, namely: ‘knows nothing, does not understand’, ‘stupid’, ‘clueless’, ‘unintelligent’, ‘who suddenly appeared, arrived’ (Ужченко 2013: 349).

«Looking for smth. in somewhere»

Chinese 海底捞针 [hǎidǐ lāo zhēn] (lit. – *To catch (‘fish’) a needle at the bottom of the sea*) : Russ. *Искать иголку в стоге сена* (Semenas 2005: 134: *Catch a mace at the bottom of the sea*) : Serb. *Тражити иглу у пласту (стогу) сена* (Оташевић 2007: 196) : Bulg. *Търся игла в сламеница* (Анкова-Ничева 1993: 433) (lit. – *To look for a needle in a straw hat*) : Kashub. *Šëkac jigłë v moŕu* (lit. – *To look for a needle in the sea*) ‘to look for a needle in a haystack’ (Ermola 2011: 47) : Eng. *Looking for a needle in a haystack; Search a needle in a haystack.* Cf. Ukr. *Як голка в сіні (у соломі)* (Вирган, Пилинська 2000: 360).

The typological convergence of Chinese and Kashubian fixed expressions in the use of the image of the search for «a needle in the sea/on the seabed» against the background of the Slavonic and English equivalents, where the motif of the search for «a needle in a haystack/straw» is realized.

«[Reflex.] to slip out of mouth/tongue»

Chinese 脱口而出 [tuōkǒu'érchū] ‘blurt out without thinking, say’ (lit. – *Slip out of the mouth*) : Eng. *Slip out of mouth* : Russ. *Сорваться с языка*.

«[Subst.] verb. imperat. + [subst.] verb. imperat.»

Chinese 活到老, 学到老 [huó dào lǎo, xué dào lǎo] (lit. – *Live to old age, study to old age*) : Eng. *Live and learn* (= *Live forever, learn forever*; Kuskovskaya 1987: 8) : Russ. *Век живи – век учись* : Ukr. *Вік живи – вік учись* [*і вік трудись*] (Вирган, Пилинська 2000: 79). Cf. Russ. *Век живи, век учись, дураком помрешь* : Ukr. *Цілий вік учись, цілий вік живи, а все дурний умреш* (Номис 1993: 285).

«Smth. + caritive group [...]» VS

«Caritive group BUT possessive group»

Chinese 情义无价 [qíngyì wújià] (lit. – *Friendship has no price*) : Eng. *Friendship has no price but it's worth more than anything* : Russ. *Не имей сто рублей, а имей сто друзей*. Equivalents from European languages carry a more complex ideological load.

«Caritive group + smth. do not do» VS

«Caritive group + Caritive group»

Chinese 无风不起浪 [wúfēng bù qǐ làng] (lit. – *Without wind, the wave does not grow*) : Eng. *There is no smoke without fire* : Russ. *Нет дыма без огня* : Ukr. *Диму без вогню не буває* (Вирган, Пилинська 2000: 296) : Serb. *Нема дима без ватре*, as well as synonymous *Нема топлоте без пламена*.

«Smth. + verb. reflex.» VS

«The more do the more smth. come to ...»

Chinese 善有善报 [shàn yǒu shànbào] (lit. – *Good returns with good*) : Eng. *The more you give the more good come to you*.

«[If] Smbd. + is/are smth.»

Chinese 家有一老人, 如有一宝 [jiā yǒu yī lǎorén, rú yǒu yī bǎo] (lit. – *If there is an old person in the house, then there is a jewel in the house*) : Eng. *Grandparents are a family's greatest treasure.*

«[If] smb. sleeps/lies with smb. [will] rises/gets up with smth.»

Chinese 近朱者赤, 近墨者黑 [Jìn zhū zhě chì, jìn mò zhě hēi] ‘Whoever you hang out with, you will gain from him’ (lit. – *Go to bed with a dog, wake up with fleas*) : Eng. *Those who sleep with dogs will rise with fleas; He that lies down with dogs gets up with fleas* (Br.); *If you lie down with dogs, you'll get up with fleas* (Am.) : Ukr. *Хто з псами лягає, той з блохами встає* (Вирган, Пилинська 2000: 503).

«There is no smth.»

Chinese 天下没白吃的午餐 [tiānxià méi báichīde niú cān] ‘There is no such thing as free food’ : Eng. *There's no such thing as a free lunch* (= There is no free lunch), cf. synonymous (but with a different syntactic structure) Eng. *Free cheese happens only in a mousetrap* or *free cheese is only in a mousetrap* : Russ. *бесплатный сыр только в мышеловке.*

«Smth. is better to ... than to...»

Chinese 坐而言, 不如起而行 [zuò ér yán, bùrú qǐ ér xíng] ‘It is better to act than to speak’ : Eng. *It is better to act than to speak.* Cf. synonymous Russ. *Под лежащий камень вода не течет* (with a different composition and syntactic structure).

«Feel like ...» VS «To be on ...»

Chinese 如坐针毡 [rú zuò zhēn zhān] (lit. – *Feel like you're sitting on pins and needles*) : Eng. *To be (sit, stand, walk) on thorns; To be on hot coals; To be on pins and needles* : Russ. *Сидеть как на иголках* : Ukr. *Як на терню (як на голках, як на шпичках) сидіти* (Вирган, Пилинська 2000: 360) : Serb. *седети (бити, стајати)* [као] *на иглама* (Оташевић 2007: 530) : Kashub. *Seżęc jak na jigłax* (lit. – *to be on pins and needles*) (Ermola 2011: 47).

Conclusions. The results of the analysis in accordance with the above procedure allow us to draw several preliminary conclusions.

1. The different structures of languages (amorphous (isolating), analytical, and synthetic (inflectional)) are not an obstacle to modeling the schemes of phrase construction common to Chinese, English, and Slavonic phraseology. 2. Even a relatively small sample of fixed expressions in the material of the languages under study indicates the presence in them of a sum of phrases that are either identical or very close in the cultural and ideological sense and therefore can be used as translation equivalents. 3. Behind this group of phrases there are prototypical situations common to speakers of the listed languages, which also makes it possible and desirable to use such fixed phrases in the practice of translation studies. 4–5. Syntactic and lexico-semantic characteristics common to all modeled schemes enhance the possibilities of multilingual phrases as equivalents in the process of literary translation.

REFERENCES

Ankova-Ničeva K. (1993). *Nov frazeologičen rečnik na bŭlgarskija ezik* [New Phraseological Dictionary of the Bulgarian Language]. Sofia : St. Clement of Ohrid [in Bulgarian].

Ermola V. I. (2011). *The Kashubian-Russian Phraseological Dictionary*. WP.

Gilferding A. (1868). *Starinnyj sbornik serbskikh poslovits* [The Old Collection of Serbian Proverbs]. Saint Petersburg : Tipografija Majkova.

Kuskovskaya S. (1987). *English Proverbs and Sayings*. Minsk : Vysheishaya Shkola Publishers.

Ničeva K., Spasova-Mikhajlova S., Čolakova Kr. (1974–1975). *Frazeologičen rečnik na bŭlgarskija ezik* [Phraseological Dictionary of the Bulgarian Language]. T. 1–2. Sofia : BAN [in Bulgarian].

Nomys M. (1993). *Ukrajins'ki prykazky, pryslivja i take inše* [Ukrainian Sayings, Proverbs and so on]. Kyiv : Lybid' [in Ukrainian].

Otašević Đ. (2007). *Mali srpski frazeološki rečnik* [Small Serbian Phraseological Dictionary]. Beograd : Alma [in Serbian].

Semenas A. L. (2005). *汉语词汇*.

Užchenko V., Užchenko D. (2013). *Frazeologičnyj slovnyk skhidnoslobožans'kykh i stepovykh hovirok Donbasu* [Phraseological Dictionary of Eastern Slobozhanshchina and Step Dialects of Donbas]. Lugans'k : LNU imeni Tarasa Ševčenka [in Ukrainian].

Vyrhan I. O., Pylyns'ka M. M. (2000). *Rosijs'ko-ukrajins'kyj slovnyk stalykh vyraziv* [Russian-Ukrainian Dictionary of Set Phrases]. Kharkiv : Prapor [in Ukrainian].

YuFeng Niu (2018). *Phraseological Units of the Chinese Language, Characterizing Events in Human Life and Activities. Research Results. Theoretical and Applied Linguistics*. Vol. 4, № 4, pp. 81–89.

中国成语大辞典/ 王剑引。 - 上海: 上海辞书出版社 (1994).

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЕКВІВАЛЕНТИ І ЛІТЕРАТУРНИЙ ПЕРЕКЛАД: КИТАЙСЬКА, АНГЛІЙСЬКА ТА СЛОВ'ЯНСЬКІ МОВИ

Олександр І. Іліаді

доктор філологічних наук, професор кафедри перекладу
і теоретичної та прикладної лінгвістики
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»,
Одеса, Україна
e-mail: alexandr.iliadi@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5078-8316>

Ілона М. Дерік

кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри перекладу
і теоретичної та прикладної лінгвістики
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»,
Одеса, Україна
e-mail: ilonaderik@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8979-4745>

Тетяна В. Стоянова

кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри перекладу
і теоретичної та прикладної лінгвістики
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського»,
Одеса, Україна
e-mail: t.v.stoianova@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0424-6783>

АНОТАЦІЯ

Мета пропонованої статті — виокремити в китайській, англійській та слов'янських мовах фразеологізми, які можна використовувати як дуже близькі еквіваленти в процесі перекладу. Результати студії отримано в процесі процедури, яка зумовлює кілька етапів. 1. Віднайдення фразем із близькою чи ідентичною культурною семантикою. 2. Визначення єдності/подібності прототипової ситуації, яка криється за різномовними фраземами, що порівнюються під час аналізу. 3. Порівняння лексичного складу фразем на предмет збігу семантики їхніх складників-вокабул у всіх порівнюваних мовах при дослівному

читанні фраземи. 4. Визначення подібності/ідентичності синтаксичної конструкції фразем у порівнюваних мовах. 5. Моделювання спільних для порівнюваних мов схем побудови фразеологізмів із певним культурно-ідеологічним навантаженням, актуальним для культур, представлених китайською, англійською та слов'янськими мовами.

Ключові слова: літературний переклад, фразема, структура, лексична семантика, прототипова ситуація, концепт, дискурс, наївна картина світу.

ЛІТЕРАТУРА

- Анкова-Ничева К. Нов фразеологичен речник на българския език. София : Св. Климент Охридски, 1993. 462 с.
- Вирган І. О., Пилинська М. М. Російсько-український словник сталих виразів. Харків : Прапор, 2000. 864 с.
- Гильфердинг А. Старинный сборник сербских пословиц. Санкт-Петербург : Типография Майкова, 1868. 112 с.
- Ничева К., Спасова-Михайлова С., Чолакова Кр. Фразеологичен речник на българския език. София : БАН, 1974–1975. Т. 1–2.
- Номис М. Українські приказки, прислів'я і таке інше. Київ : Либідь, 1993. 765 с.
- Оташевић Ђ. Мали српски фразеолошки речник. Београд : Алма, 2007. 788 с.
- Ужченко В., Ужченко Д. Фразеологічний словник східнослов'янських і степових говірок Донбасу. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 552 с.
- Ermola V. I. The Kashubian-Russian Phraseological Dictionary. 2011. 147 p.
- Kuskovskaya S. English Proverbs and Sayings. Minsk : Vysheishaya Shkola Publishers, 1987. 253 p.
- Semenas A. L. 汉语词汇. 2005. 310 p.
- YuFeng Niu Phraseological Units of the Chinese Language, Characterizing Events in Human Life and Activities. Research Results. Theoretical and Applied Linguistics. 2018. Vol. 4, № 4. P. 81–89.
- 中国成语大辞典/ 王剑引. - 上海: 上海辞书出版社, 1994.

Стаття надійшла до редакції 09.05.2025

УДК 378.147:811.111

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.2>

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ НАВЧАННЯ СТРАТЕГІЙ СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Марина В. Арапакі

доктор філософії, викладач кафедри Мовної підготовки
Одеського державного університету внутрішніх справ,
Одеса, Україна
email: amv22od@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9437-0421>

АНОТАЦІЯ

Теорія мови, комунікативна компетенція, функціональний підхід до використання мови, дискурс-аналіз і соціолінгвістичні міркування в основному складають теоретичні засади комунікативного підходу до викладання мови. Серед основних принципів слід назвати фокус на комунікації, прагнення уникати постійного виправлення помилок та відведення граматики належного місця. У статті представлено комплексний аналіз комунікативного підходу до викладання англійської мови з фокусом на інтерактивній і комунікативній компетенції. Проаналізовано пріоритетність змістовного спілкування, діяльність, орієнтовану на учня, використання мови в реальному житті, різні стратегії викладання англійської мови, такі як навчання на основі завдань та групові дискусії, з акцентом на їхній ефективності в покращенні навичок говоріння, аудіювання, читання та письма.

Ключові слова: навчання, методи викладання, комунікація, лінгвістика, юридичні документи, викладання англійської мови, засвоєння мови.

Вступ. Проблема соціального спілкування була актуальною на всіх етапах історії суспільства. Актуальна вона й у наш непростий час, тому сучасні стандарти вищої освіти приділяють особливу увагу формуванню комунікативних компетенцій курсантів і студентів.

Комунікативна функція спілкування реалізується в обміні інформацією між людьми. Причому йдеться не лише про передачу/прийняття мовлення, а про вироблення спільного сенсу, а отже, в процесі комунікації комплексно задіяні діяльність, спілкування та пізнання. Спілкування неможливе без власних думок, почуттів, переживань, дій. Недарма ще Іммануїл Кант закликав «*Sapere aude!*» – «Май мужність користуватися власним розумом!», а президент найбільшого у світі авіапромислового підприємства Лі Якокка підкреслював, що «єдиний спосіб налаштовувати людей на енергійну діяльність – це спілкуватися з ними».

Нині англійська мова стала мовою міжнародної комунікації насамперед завдяки стрімкому розвитку високих технологій і комп'ютеризації всіх галузей діяльності людини, а володіння англійською мовою на діловому рівні нині – невіддільна частина вимог до перспективного працівника й запорука просування кар'єрними сходами.

Ділова англійська мова охоплює найважливіші ділянки професійного спілкування – наукову комунікацію та міжнародне документознавство, етику поведінки в різних ситуаціях, ділову переписку, зустрічі, ведення перемовин, інформування технічними засобами зв'язку, техніку інтерв'ювання, опитування тощо. Поза всяким сумнівом, кожна окрема професійна галузь діяльності має свою ділову лексику, суму кліше та стандартизовані лінгвістичні дії. Не становить винятку і юридична галузь.

В умовах реформування правоохоронних органів особливого значення набуває якісна підготовка майбутніх поліцейських і її мовний аспект зокрема. Реформування вітчизняної правоохоронної системи спирається на кращий світовий досвід. Пов'язані між собою поліцейські системи розвинених країн світу, насамперед таких як Франція, Велика Британія, США, Італія, Канада, Австрія, Японія, Німеччина, мають давню історію і великий досвід боротьби зі злочинністю та охорони громадського порядку. Мовою спілкування між поліцейськими цих країн є англійська. У цьому контексті зростає роль викладача іноземної мови у вищих навчальних закладах, а вибір найбільш ефективного методу викладання

стає досить актуальним. Останнім часом у вищих навчальних закладах України процес вивчення іноземних мов інтенсифікується завдяки впровадженню різноманітних технологій навчання, які ґрунтуються на свободі вибору студентами та слухачами форм і методів навчання.

Мета розвідки — схарактеризувати стратегії навчання англійської мови професійного спрямування у правовій галузі. **Об’єктом** є юридична англійська мова в аспекті її викладання, **предметом** — стратегії навчання юридичної англійської мови у порівнянні із загальним курсом англійської мови як іноземної. **Завдання** відповідно формулюються як: а) визначення принципів навчання юридичної англійської мови; б) аналіз потенційних труднощів навчання юридичної англійської мови; в) опис успішних стратегій професійної правової комунікації англійською мовою. Новизна вбачається у спробі розкрити зміст професійної мовної підготовки майбутніх юристів у призмі сучасної глобалізації та євроінтеграції правової сфери.

Виклад матеріалу. Методика вивчення іноземної мови як наука виробила чимало ефективних підходів до вивчення іноземних мов, які, однак, мають як переваги, так і недоліки. Нижче наведені основні з них. Основними способами вивчення іноземних мов довгий час були читання та переклад. Приблизно в середині ХХ століття на основі такого підходу сформувався граматико-перекладний метод вивчення іноземних мов. Ключовим у цьому методі є вивчення граматики, що дозволяє розуміти в першу чергу тексти іноземною мовою. Викладач пояснює граматику найчастіше рідною мовою, виправляючи помилки студентів. Однак формування розмовних навичок при цьому залишається досить неефективним. При використанні свідомо-порівняльного методу зусилля викладача спрямовані на свідоме оволодіння курсантами та студентами мовою (осмислення правила, а не механічне відпрацювання навички; свідоме оволодіння мовою) (Про затвердження Концепції, 2021).

У контексті аудіо-лінгвального методу спочатку курсант або студент багато разів повторює почуте за викладачем або фонограмою, і лише після цього він може вимовити одну-дві

власні фрази, а все інше складається з повторень. При цьому роль студента/курсанта пасивна, мало уваги приділяється сенсу сказаного, відсутня «жива» взаємодія між студентом і викладачем.

Великий потік інформації вимагає використання таких методів викладання іноземних мов, які дозволяють за короткий проміжок часу дати слухачам достатньо ґрунтовні знання, забезпечити високий рівень засвоєння та закріплення матеріалу на практиці. Всі ці методи актуальні, важливі, досить ефективні за конкретних обставин та з урахуванням індивідуальних здібностей студентів, слухачів та учнів. Однак варто зазначити, що на сьогодні найбільш ефективні комунікативно орієнтовані концепції, адже всі вони спрямовані на швидке та якісне формування розмовних умінь і навичок. Серед них найбільш популярні комунікативний, проектний, інтенсивний та активний методи (Байбакова 2019).

На сучасному етапі найбільшого поширення у викладанні іноземних мов набув комунікативний підхід (спілкування, обмін інформацією), основні принципи якого такі:

- ті, хто навчається, вивчають мову і починають оволодівати нею, спілкуючись цією мовою;
- мова є функціональним засобом реалізації мовленнєвих здібностей того, хто говорить (пише);
- в центрі уваги особистість курсанта чи студента;
- оволодіння мовою має відбуватися в процесі творчої діяльності, що стимулює пізнавальну активність студентів/учнів;
- курс навчання мови має бути зорієнтований на задоволення мовленнєвих потреб певної категорії студентів/учнів.

В ідеалі курсант чи студент (надалі — юрист) має вміти правильно визначати (і трактувати) англійською мовою статті Кримінального та Цивільного Кодексів України, відповідно до ситуації спілкування добирати потрібні слова та вирази, вміти грамотно побудувати промову для виступу, скласти документ, заяву, записку, довідку тощо. Практика доводить, що для того аби якісно вивчити всі необхідні терміни і вирази, необхідне постійне послідовне вивчення ділової англійської мови в процесі навчання і далі — роботі.

Абсолютно невинуваченим є обмеження вивчення іноземної мови в програмі юридичної підготовки тільки першим курсом вишу, виключаючи курс ділової англійської на другому році навчання. Як у цій ситуації досягти необхідного результату? Надто обмежений обсяг навчальних годин із іноземної мови змушує кардинально змінити стратегію її викладання.

Перспективніше видається не закріплювати шкільні ази володіння іноземною мовою, виконуючи переклад і коментуючи юридичні тексти, а, натомість, акцентувати на вивченні ділової англійської мови. Її навчальне середовище і методика викладання більш адекватні завданню формування загальнокультурних компетенцій. Вони зорієнтовані на практичне використання мови у царині ділового спілкування і далі – на використанні її як бази самоосвіти, самореалізації у професійному житті фахівця. Базові загальнокультурні компетенції передбачають, зокрема, і здатність до комунікації в усній та письмовій формах українською та іноземною мовами для розв'язання завдань міжособистісної та міжкультурної взаємодії, здатність працювати в колективі, толерантно сприймаючи соціальні, етнічні, конфесійні та культурні відмінності, здатність до самоорганізації та самоосвіти (Ніколаєва, 2017).

«Ділова іноземна мова професійного спрямування» передбачає більш глибоке вивчення професійних аспектів. Водночас, аби нею вільно володіти, потрібно розуміти розмовну англійську мову, адекватно сприймати її на слух, уміти будувати граматично правильні речення. Загалом, необхідно володіти не тільки професійною лексикою іноземної мови, а й загальнорозмовними навичками на вільні теми (Шрамко, 2020).

Поліцейські протоколи та юридичні документи, вивчення яких теж відбувається в рамках дисципліни «Ділова іноземна мова професійного спрямування», загалом відіграють ключову роль у судовій системі, оскільки містять первинні дані та докази подій, зафіксованих правоохоронцями. Ці документи слугують фундаментальними доказами в різних справах, формуючи основу для правового дискурсу, який розгортається в залах судових засідань. У сучасному світі, де транскордонна

взаємодія стала нормою, поліцейські звіти часто містять елементи мови, яка відрізняється від мови суду чи юрисдикції, де розглядається справа. З огляду на це переклад таких документів стає не лише лінгвістичною, а й життєво важливою юридичною потребою.

Реалізація комунікативної функції спілкування, як вважають психологи, передбачає кілька рівнів. На початковому рівні здійснюється вирівнювання відмінностей у вихідній інформованості суб'єктів, які вступають у контакт. У разі спілкування іноземною мовою він є визначальним: без розуміння того, про що йдеться, подальша взаємодія неможлива або вона переходить у невербальну. Основну роль відіграють, на наш погляд, загальнорозмовні навички. Другий рівень – інформаційно головний – пов'язаний із передачею та сприйняттям значень, сенсу повідомлення. Сама комунікація має форму інформування, навчання, інструктажу тощо. Це рівень умінь суб'єктів спілкування транслювати іноземною мовою свій професійний рівень. Нарешті, третій рівень комунікації пов'язаний із прагненням суб'єктів зрозуміти погляди та настанови один одного. Спілкування тут спрямоване на формування оцінок результатів, що досягаються, тобто йдеться про зіставлення поглядів, згоду, незгоду тощо (Прітха, 2021).

Навички письмового мовлення затребувані в різних формах кореспонденції: листах, електронних повідомленнях тощо. Ділове листування – окрема культура спілкування, що має свої правила і норми, знання яких необхідне професіоналу. Ділове спілкування телефоном, скайпом, спілкування в режимі відеоконференції, яке вимагає негайної реакції та зворотного зв'язку з партнером, має завдання досягнути правильного розуміння між співрозмовниками.

Важливо оволодіти спеціальними фразами-кліше, щоби відрекомендуватися, ввічливо перервати співрозмовника, попросити повторити, передзвонити тощо. Ділова презентація як вид монологічного професійного спілкування має чітку структуру, обов'язкову для дотримання промовцем, а також ряд лінгвістичних особливостей: вербальне оформлення змісту, набір стилістичних засобів, імперативних конструкцій, порівнянь, метафор та ін. для впливу на аудиторію.

Відзначимо ще рольові ситуації, які програються в груповій формі та відображають різні стопи, наприклад, «Як вийти за межі». Це найскладніша, синтетична форма комунікації, що містить як канонічні форми спілкування, так і імпровізацію, зокрема й розмовне мовлення.

Специфічність ділової мови полягає насамперед у професійному рівні вживання понять і термінів, що не допускає спотвореної інтерпретації. Професійна комунікація здійснюється на базі певної професійної мови, закріпленої за тією чи тією галуззю професійного спілкування. Водночас необхідно мати функціональний лексичний запас і володіти загально-розмовними комунікативними навичками. Тому вивчати ділову англійську найдоцільніше перманентно у процесі професійного навчання.

Методика формування у студентів комунікативних універсальних навичок і надалі — лінгвістичної компетентності вимагає нетрадиційної методики, що враховує психологічні особливості мовленнєвої діяльності спілкування іноземною мовою. Лише через комунікативну взаємодію з іншими людьми здійснюється трансляція знань, форм культури, моральних орієнтирів, а загалом — суспільного досвіду людства. Вони-то і формують свідомість, психіку, забезпечують становлення особистості індивіда. З методичного погляду, під час організації іншомовного спілкування необхідно спиратися на моделі мовленнєвої комунікації. Одним із основних методів навчання є комунікативна ситуація, що складається з обставин дійсності, в яких відбувається комунікація, стосунків між співрозмовниками, мовленнєвого спонукання та реалізації самого акту комунікації. Кожен із цих чинників тією чи тією мірою впливає на мовлення, стиль, манеру поведінки співрозмовників.

У викладанні англійської мови однаково важливі як лінгвістична, так і культурна компоненти. Сформована *лінгвістична компонента* забезпечує розуміння юридичних документів і угод, оскільки текст документів і угод будується відповідно до встановлених правил і норм. До них належать точність і ясність, які допомагають забезпечити структуру в юридичних текстах. Це дає змогу уникнути двозначності

у формулюваннях, щоб угоди та документи були зрозумілі всім сторонам. Використання спеціалізованої термінології урізноманітнює текст, а також сприяє правильному використанню спеціалізованих юридичних термінів, що уможливорює однозначне розуміння та тлумачення юридичних понять і термінів. Граматична оформленість мовлення забезпечує правильне вираження думок, ідей та умов у юридичних документах. Вона також установлює логічний зв'язок між реченнями, що забезпечує розуміння тексту та допомагає уникнути непотрібних роз'яснень у майбутньому.

Сформована *культурна компонента* визначає здатність використовувати спеціальний вокабулярій, зокрема термінологічний, у юридичних документах і угодах. Тлумачення визначень є важливим для розуміння міжнародних угод, адже стиль документів і правила їх написання відрізняються в різних країнах залежно від офіційного характеру документа та стилю викладу.

Важливо, щоб у юридичному документі чітко були зазначені джерела права і наявні посилання на законодавство, конвенції чи попередні судові рішення. Кожна правова система може мати свої унікальні мовні особливості, і їх слід враховувати при складанні та інтерпретації юридичних документів, оскільки чітко визначені, правильно сформульовані положення та чітке мовлення — запорука того, що всі сторони, які підписують угоду, розуміють її зміст і зобов'язання. Лінгвістична точність допоможе уникнути спекуляцій та неоднозначних тлумачень, які можуть призвести до юридичних проблем.

Маємо окремо зупинитися на одній із багатьох форм англійської мови, яка за функціональним призначенням є характерною для юриспруденції. Йдеться про юридичну англійську мову як різновид мови професійного спілкування. Ця мова використовується суддями, юристами, адвокатами, нотаріусами, помічниками юристів, прокурорами та журі присяжних. Потрібно пам'ятати про відмінності між британським і американським варіантами англійської мови. Суттєві розбіжності у термінології можуть спричинити плутанину, якщо британський юрист практикує у США. Однак англійська юридична

мова може мати стандарти, які добре узгоджуються із законодавством окремої держави.

Чому це так важливо? Вивчення юридичних термінів важливе для кар'єрного зростання, якщо особа вивчає право незалежно від країни. Основною причиною цього є зростання глобалізації. Оскільки багато людей навчаються в одній країні і застосовують сформовані навички, переїжджаючи в іншу країну, важливо, щоб вони вміли добре спілкуватися й успішно взаємодіяти з іншими людьми. Коли фахівець виходить на ринок праці як кваліфікований юрист, він стикається з різними клієнтами в країні, куди переїхав. Так само йому доведеться використовувати всю юридичну термінологію, якою користуються інші юристи в цьому регіоні. Наприклад, якщо хтось вивчав право у Бразилії і хоче практикувати в США, то йому/їй, швидше за все, доведеться взаємодіяти з американськими адвокатами. Для того, щоб спілкуватися з ними на юридичні теми, потрібно адаптувати їхню юридичну мову (англійську мову, яка використовується в юриспруденції), що характерна для їхнього регіону.

Викладемо наші міркування щодо необхідності вивчення юридичної англійської мови як іноземної. Вивчення професійного права однозначно вказує на те, що фахівець має вивчати англійську термінологію у галузі його професійної діяльності.

У сучасному глобалізованому світі вміння ефективно спілкуватися англійською мовою має важливе значення для успіху в багатьох професіях, і в юриспруденції включно. Майбутнім юристам необхідно враховувати такі моменти у вивченні англійської мови.

1. Юрист-початківець або студент юридичного факультету може працювати з міжнародними клієнтами чи колегами або проводити юридичні дослідження англійською мовою. Очікується, що галузь використання юридичної англійської мови збільшиться внаслідок суцільної глобалізації та євроінтеграції.

2. Оскільки ділові компанії та юридичні фірми розширюють свою діяльність за кордоном, для юристів стає все більш важливим уміння ефективно спілкуватися англійською мовою. Крім того, США та Велика Британія залишаються

основними гравцями у світовій економіці та правових системах, тому знання юридичної англійської мови є особливо важливим для юристів, які працюють у цих країнах або співпрацюють з ними. Ба більше, оскільки технології та Інтернет роблять інформацію більш доступною, юристи все частіше стикаються з юридичними документами та ресурсами англійською мовою. Дійсно, багато юридичних ресурсів вже публікуються винятково англійською мовою, наприклад, юридичні журнали та наукові статті.

Можливі галузі застосування юридичної англійської мови:

1. Професійна комунікація у правовій галузі з представниками інших держав.

2. Обмін кращими юридичними практиками шляхом участі у міжнародних конференціях, публічних лекціях, тренінгах, навчальних курсах і стажуванні.

3. Доступ до різних джерел інформації англійською мовою (книг, періодичних видань, онлайн-курсів або онлайн-лекцій).

4. Міжнародний досвід навчання, стажування та/або підвищення кваліфікації. Більшість закордонних навчальних закладів вимагають підтвердження знання англійської мови на рівні B2.

5. Можливість працевлаштування у міжнародних компаніях і організаціях за умови вільного володіння англійською мовою.

6. Можливість надавати юридичні послуги іноземним клієнтам. Все більше іноземців хочуть отримати якісні юридичні послуги, пов'язані зі створенням компанії в Україні, укладенням різноманітних господарських та цивільно-правових угод, захистом прав у суді, отриманням юридичних консультацій тощо. Це загальновідомий факт.

7. Можливість самостійно, без залучення перекладача, брати участь у міжнародному комерційному арбітражі з метою швидкого та ефективного вирішення справ і захисту прав клієнта.

Проте всі ці варіанти можуть бути недоступними або менш ефективними, якщо людина погано володіє англійською мовою.

Додамо, що регулярне вивчення англійської покращує здатність швидко запам'ятовувати великі обсяги інформації,

увагу до деталей, вміння раціонально планувати свій час і самодисципліну. Наприклад, упродовж 2018–2022 рр. вчені з Единбурзького університету вивчали різні функції людського мозку. Дослідження показали, що вивчення другої мови покращує когнітивні здібності. Покращується увага, концентрація, розуміння прочитаного та розмовні навички.

Студенти та курсанти відчують потребу в більшій кількості матеріалів для вивчення англійської мови. Недостатній рівень володіння англійською мовою є проблемою, з якою стикаються фахівці, які вступають на навчання до різних юридичних шкіл (Northcott, 2021).

Дедалі щораз значніша роль англійської мови як юридичної *lingua franca* створює особливі виклики через системний характер юридичної мови. Бізнес-юристи, які представляють міжнародних клієнтів, повинні розуміти англійську мову та складати нею контракти. Транскордонне злиття юридичних фірм вимагає розуміння юридичної англійської мови для проведення зустрічей і переговорів, а також загального спілкування з колегами з офісів у різних країнах (Горська, 2016).

Висновки. У Європі комерційні юридичні фірми все частіше вимагають знання англійської мови при роботі з індивідуальними клієнтами. Оскільки трафік між європейськими країнами постійно зростає, юридичний побут набуває міжнародного виміру: купівля та оренда нерухомості, укладання трудових договорів, розлучення та усиновлення — це лише кілька прикладів. Зокрема, працюючи з британськими клієнтами, іспанські юристи повинні вміти пояснювати іспанські правові поняття та процедури англійською мовою. Здатність давати кваліфіковані пояснення вимагає від юристів розуміння відмінностей у способах функціонування двох правових систем. Проведення презентацій, телефонні дзвінки, участь у зустрічах і переговорах, написання листів і налагодження контактів — це комунікативні навички, які потрібні як бізнесменам, так і юристам. Крім того, юристам необхідно проводити інтерв'ю та консультувати клієнтів. Серед специфічних документів, з якими юристам доводиться працювати, виокремимо контракти, які посідають перше місце серед правових документів.

ЛІТЕРАТУРА

Байбакова О. О. До проблеми навчання професійного іншомовного спілкування майбутніх дослідників. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Педагогіка. Соціальна робота*. Ужгород, 2019. Вип. 26. С. 17–20.

Горська М. О. Особливості професійної підготовки працівників поліції в сучасних умовах. *Особливості підготовки поліцейських в умовах реформування системи МВС України*. 36. матеріалів I міжнародної науково-практичної конференції (Харків, 20 травня 2016 р. МВС України, Департамент патрульної служби. 2016 р. М-во внутр. справ України, Департамент патрульної поліції України). Харків : ХНУВС, 2016. С. 116–120.

Ніколаєва Ж. В. Викладання іноземних мов в університетах у контексті Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти. *Наукові праці. Педагогічні науки*. 2017. № 29. С. 127–130.

Прітха Рой Чоудхурі. Наскільки важлива англійська для кар'єри в юриспруденції? 2021. URL: <https://news.careers360.com/how-important-english-for-career-in-law>.

Про затвердження Концепції реформування освіти в Міністерстві внутрішніх справ України : Наказ Міністерства внутрішніх справ України від 25 листопада 2021 року № 1252.

Шрамко Г. Про важливість англійської мови для юристів. 2020. URL: <https://pravokator.club/news/pro-vazhlyvist-anglijskoyi-movy-dlya-yurystiv/>
Northcott J. Language education for lawyers. 2021. URL: https://www.academia.edu/1146523/Language_education_for_law_professionals.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF TEACHING COMMUNICATION STRATEGIES IN ENGLISH

Maryna V. Arapaki

PhD, Lecturer at the Department of Language Training
Odessa State University of Internal Affairs,
Odessa, Ukraine
email: amv22od@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9437-0421>

SUMMARY

Language theory, communicative competence, functional approach to language use, discourse analysis and sociolinguistic reasoning mainly constitute the theoretical foundations of the communicative approach to language teaching. Among the basic principles there should be mentioned the focus on communication, the desire to avoid correcting mistakes. The paper presents the findings of a comprehensive analysis of the communicative approach to teaching English with a focus

on interactive and communicative competence, the prioritization of meaningful communication, student-centered activities, the use of language in real life, various strategies for teaching English, such as task-based learning and group discussions, with an emphasis on their effectiveness in improving speaking, listening, reading and writing skills.

Keywords: *teaching, teaching methods, communication, linguistics, legal documents, teaching English, language acquisition, speaking skills, legal terminology, listening, communicative language learning, language learning, interactive learning, task-oriented, student-centered learning, grammar norms, English.*

REFERENCES

Baibakova O. O. (2019). On the problem of teaching professional foreign language communication to future physicists-researchers. *Scientific Bulletin of UzhNU. Series: Pedagogy. Social work*. Issue 26. Uzhhorod : UzhNU, pp. 17–20.

Hors'ka M. O. (2016). Features of professional training of police officers in modern conditions. *Features of Police Training in the Context of Reforming the System of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine*. Collection of Materials of the First International Scientific and Practical Conference (Kharkiv, 20 May 2016. Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Department of Patrol Service. 2016. Ministry of Internal Affairs of Ukraine, Patrol Department. Police of Ukraine, Kharkiv National University of Internal Affairs, Department of Specialised Physical Training). Kharkiv : KHN, pp. 116–120.

Nikolaieva Zh. V. (2017). Teaching foreign languages at universities in the context of the Common European Framework of Reference for Languages. *Scientific works. Pedagogical sciences*. No. 29, pp. 127–130.

Northcott J. (2021). Language education for lawyers. URL: https://www.academia.edu/1146523/Language_education_for_law_professionals.

On approval of the Concept of Education Reform in the Ministry of Internal Affairs of Ukraine (2021). Order of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine of 25 November 2021. No. 1252.

Pritha Roy Chowdhury (2021). How important is English for a career in law? URL: <https://news.careers360.com/how-important-english-for-career-in-law>.

Shramko H. (2020). On the Importance of English for Lawyers. URL: <https://pravokator.club/news/pro-vazhlyvist-anglijskoyi-movy-dlya-yurystiv/>

Стаття надійшла до редакції 02.05.2025

УДК 811.16'373.7:392(=16)

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.3>

ДОЩ ПРИ СОНЦІ В СЛОВ'ЯНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ

Наталія Г. Ареф'єва

доктор філологічних наук, професор кафедри суспільних наук
Одеського національного медичного університету;
професор кафедри прикладної лінгвістики
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,
Одеса, Україна
e-mail: n.arefieva@onu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4974-9157>

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено деякі слов'янські фразеологізми на позначення дощу при сонці. На широкому культурному фоні авторка визначає внутрішню форму низки фразеологізмів та описує культурну символіку таких лексичних їх компонентів, як ведмідь, лисиця, заєць, їжак тощо. У процесі дослідження застосовано методику структурно-семантичного моделювання та етнолінгвокультурологічного аналізу.

Ключові слова: слов'янська фразеологія, внутрішня форма, міфологічне підґрунтя, культурний символ, слов'янська культурна традиція.

Вступ. Дощ при сонці – один із культурно значущих концептів слов'янської народної традиції, важливий складник метеорологічного лінгвокультурного коду, дослідження якого давно приваблює фразеологів-діалектологів та етнолінгвістів. Незвичайне природне явище, при якому одночасно йде дощ і світить сонце, відбито в мовній картині світу насамперед за допомогою фразеологічних засобів. Образні номінації дощу при сонці на матеріалі різних мов розглядає І. О. Подюков (Podyukov, 1990: 28–29), ґрунтовне дослідження цієї проблеми представлено у праці Л. М. Виноградової (Vinogradova, 2016: 351–359). Мотив оприявлення дощу при сонці у фразеології

згадується в деяких попередніх наших працях (Ареф'єва 2015: 146–147; Ареф'єва, 2021: 269–270). Утім, широка і різноманітна представленість цього природного явища в слов'янській народній фразеології потребує подальшого вивчення, що й зумовлює **актуальність** студії.

Мета дослідження полягає у визначенні внутрішньої форми та етнолінгвокультурної своєрідності деяких фразеологічних одиниць (далі ФО), що позначають дощ при сонці.

Матеріал та методи дослідження. *Матеріал* розвідки становили фраземи на позначення дощу при сонці; *джерело фактичного матеріалу* — фразеологічні словники української, російської, болгарської мов, розділи книг і монографій, присвячені дослідженню дощу при сонці. У студії в межах етнолінгвістичного та лінгвокультурологічного підходів використано як загальнонаукові методи — описовий і порівняльний, метод аналізу та синтезу, так і суто лінгвістичні, зокрема метод лінгво- й етнолінгвокультурної інтерпретації та метод структурно-семантичного моделювання, які застосовують у фразеології.

Результати та дискусія. Досліджуючи спектр фразеологічних номінацій дощу при сонці, науковці відзначають їхню широку розповсюдженість у слов'янському ареалі, різноманітність та багатоаспектність. Зокрема, І. О. Подюков, акцентуючи надзвичайну деталізованість у народному мовленні та високу міфологічну забарвленість фразеологічного представлення «сліпого дощу» як доволі рідкісного, але вкрай красивого явища, наводить численні приклади в різних мовах та говорах: рос. загальновідоме *царевна плачет*, (пермське) *солнце смеётся і свиной (свинячий) дождь*, (поліське) *ангелы купаются, чёрт жинку бьє* та *лисья свадьба*, (брянське) *свинный дождь*, німецьке *Fuch braut* 'лис одружується' (Podyukov, 1990: 22). Цікавими видаються висновки, яких дійшла Л. М. Виноградова, дослідивши засоби номінації дощу при сонці в поліських текстах на загальнослов'янському тлі: «у поліських назвах сонячного дощу знаходять відображення міфологеми, пов'язані, з одного боку, із загальною символікою дощу (мотиви «сліз — плачу», «купання — потоплення у воді»); з іншого — універсальні для західноєвропейської метеорологічної фразеології

мотиви «смерті / весілля»; з третього боку, демонологічні сюжети про нечисту силу або “нечистих” покійників» (переклад наш – Н. А.) (Vinogradova, 2016: 358–359). За спостереженнями дослідниці, назви дощу при сонці мотивовані в поліських текстах такими ознаками: «1) «фізично неповноцінний, неповноцінний, скалічений» (дождь *слепой, глухой*); 2) «етнічно чужий» (дождь *цыганский, жидовский*); 3) «властивий тваринам» (дождь *свинячий, куриный, заячий*); 4) співвіднесенний із образами соціально неповноцінних людей (дождь *сиротский, бабский, дитячий*); 5) або в підґрунті номінації лежать природні властивості дощу – *грибной, солнечный, громовой*» (переклад наш – Н. А.) (Vinogradova, 2016: 356).

Цілком погоджуючись із ґрунтовними висновками дослідників, дозволимо собі проаналізувати внутрішню форму деяких фразеологізмів, беручи за основу одне з вихідних положень, вдало сформульоване представницею лінгвокультурологічної та фразеологічної школи В. М. Телія М. Л. Ковшовою: «уже сам вибір реалій для створення образу фразеологізму не є випадковим. Слова-компоненти фразеологізму є іменами не реалій (у широкому значенні цього слова), а культурних знаків, тобто реалій, що набули культурного переосмислення» (переклад наш – Н. А.) (Kovshova 2016: 175)».

Потужним, на нашу думку, міфологічним підґрунтям вирізняються ФО на позначення дощу при сонці у болгарській культурній традиції. Характерним для таких фразем є мотив весілля міфологізованих персонажів, переважно тварин (іноді нечистої сили), і тут анімалістичний / християнський код органічно поєднується з метеорологічним та астрономічним, пор. синонімічні діалектні *мечка се жени* (букв. ‘ведмідь одружується’), *діал. заека се жени* (букв. ‘заєць одружується’), *дявола се жени* (букв. ‘диявол одружується’), *лисицата се жени* (букв. ‘лисиця одружується’), *таралежа се жени* (букв. ‘їжак одружується’) у спільному значенні ‘вживається у випадках, коли одночасно йде дощ і світить сонце’ (Нов фразеологичен речник на българския език, 1993: 77). У наведеній низці ФО яскраво простежується глибинне міфологічне підґрунтя фразеологічних образів, створених за спільною структурно-семантичною моделлю: «назва тварини (ведмідь, заєць, лисиця,

їжак) або нечистої сили (диявол) + дієслово “одружуватися”, (болг. жена се)». Усі перелічені компоненти, як компоненти-зооніми, лексичний компонент «диявол», так і дієслово, семантично пов’язане з весіллям, транслюють потужну багатаспектну культурну символіку. Дозволимо собі докладніше зупинитися на культурній символіці цих компонентів.

Ведмідь (болг. мечка) — загальновідомий поліфункційний символ у слов’янській народній традиції, образ якого, як цілком слушно зауважує О. В. Гура, яскравіше і різноманітніше представлений у східних та південних слов’ян (Guра, 1997: 177). Проте, якщо найхарактернішою ознакою для східних слов’ян є його шлюбна символіка, а особливістю західнослов’янської традиції є рядження ведмедем у календарній обрядовості, то у південних слов’ян, зокрема болгар, специфіка образу ведмедя полягає в численних оберегах та наявності «ведмежих днів», і тут символіка ведмедя збігається із символікою вовка (пор. так звані «вовчі дні» у південних слов’ян, у Болгарії — Вълчаци, Вълчешници, Вучляци, Вълчи празники, Вълкови дена, Дзверини дни — календарні свята, які припадають переважно на перехідні зимові та весняні періоди, пов’язані із розгулом вовків та присвячені захисту від них) (Ibid.: 177, 175–176, 134). О. В. Гура звертає увагу на взаємозамінність компонентів «ведмідь» та «вовк» у фразеології, пор.: рос. *Работа не волк, в лес не убежит* та *Работа не медведь, в лес не уйдёт*; білор. *Гадаваў мядзведзь дзеці, а галавы няма дзе дзеці* та *Гадаваў воўк дзеці, а не за кім сядзеці* (Ibid.: 176). Пор. також прислів’я *Работа не ведмідь, в лес не уойдётся* ‘необов’язково поспішати з виконанням будь-якої роботи’: *Работа ни видмётъ, в лес ни увайдётся* (Возн., 1971) (Арефьева, 2020: 178), зафіксоване в мовленні носіїв російських говірок Одещини, а також цілу низку паремій, де чітко простежується семантична кореляція «ведмідь — вовк — диявол / чорт / біс», тобто зв’язок вовка і ведмедя з нечистою силою: *Работа не бес — не убежит в лес* (Печор. (Усть-Цильм.), Пск. (Он.)). *Работа не волк — в лес не уйдёт* (Ірк.). *Работа не медведь — дадут и завтра поглядеть* (Пск. (Слан.)). *Работа не медведь — даёт и поглядеть. Работа не медведь — можно издалека поглядеть* (Помор.). *Работа не медведь — можно сбоку поглядеть* (Печор.

(Усть-Цильм.)). *Рабòта не ревёт [и есть не просит]. Рабòта не чёрт — в воду не уйдёт* (Ірк.). *Рабòта не шут — в воду не уйдёт* (Урал. (Яіцьк.)), де *шут* — ‘чорт, диявол (підставне слово замість табуйованого)’ (Mokienko, Nikitina, Nikolayeva, 2010: 740).

Зазначимо, утім, що наведена вище кореляція «ведмідь — вовк — диявол / чорт / біс» не вичерпується наведеними культурно значущими концептами і може бути продовжена, оскільки за цією самою структурно-семантичною моделлю побудована *болг. ФО Работата не е заек [да избяга]* (букв. робота не заєць [щоби втекти]) зі значенням ‘кажуть людині, яка поспішає виконати якусь роботу, з метою переконати її відкласти справу, зробити її пізніше’: — *Хайде, сбогом, че имам работа в къщи. — Постой още малко де, работата не е заек, пак ще я свършиш* (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 236) та *Работата не е сърна [да избяга]* (букв. робота не косуля [щоби втекти]) із тим самим значенням (Нов фразеологичен речник на българския език, 1993: 225).

Цікавими, на наш погляд, у цьому аспекті видаються *болг.* фраземи, у компонентному складі яких органічно поєднуються культурно значущі концепти «вовк» (*болг.* вълк) та «ведмідь» (*болг.* мечка), між якими не лише відсутнє концептуальне протиставлення, а, навпаки, спостерігається певна тотожність, скільки обидва вони позначають зло, нещастя: *бягахме от вълци, налетяхме на мечки* (букв. тікали від вовків, натрапили на ведмедів) — *діал. ірон.* ‘нас очікувало більше зло’ (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 111), пор. низку діалектних синонімічних *ФО бягахме от дъжд, налетяхме на град* (букв. тікали від дощу, потрапили під град); *бягахме от кучета, налетяхме на вълци* (букв. тікали від собак, зустріли вовків); *бягахме от оси, налетяхме на змии* (букв. тікали від ос, натрапили на змій) та інші (Ibid.). Пор. також *рос.* фразеологізм *от волка бежал (ушёл), на медведя попал* — *народн., ірон.* ‘про людину, яка намагалася уникнути неприємностей, а потрапила в ще більш складне, неприємне становище’ (Mokienko, Nikitina 2007: 97), у якому знову ж спостерігаємо поєднання лексичних компонентів «вовк» та «ведмідь», а також *ФО переделяватъ старого волка на*

ведмедя — *сиб., жарт.-ірон.* ‘про марні спроби перевиховати когось’ (Ibid.). Вовк та ведмідь між собою не ладнають: пор. діалектне *болг. вълк се жени, мечка се глави* (букв. вовк одружився, ведмідь керує) — ‘вживається для позначення певного непорозуміння стосовно чогось неправильного’ (Фразеологічний речник на болгарския език, 1974: 193).

І. Георгієва зауважує: «Культ ведмедя — один із найдавніших. ... Віра у здатність ведмедя відганяти злих духів знаходить відображення в носінні амулетів, виготовлених із частин тіла тварини. Ведмедя не вбивають, хіба що це приманка. Його ласкаво називають “баба Меца” (бабуся Ведмедиця — вставка наша — Н. А.)» (Георгиева, 1993: 57). Ведмідь тісно пов’язаний зі шлюбною символікою, про що свідчить, наприклад, передвесільний обряд *момино ђро*, який зафіксовано у Михайловградському: у виконанні обряду беруть участь лише дівчата, які співають любовні пісні і грають. Наречена, зазвичай переодягнена в ведмедя, розповідає казку про походження ведмедя від дівчини, яку переслідували неодружені чоловіки або турки, за допомогою пантоміми демонструючи окремі фрагменти: як ведмідь тікає, як гарчить, як стає на задні лапи (Ibid.: 58). І. Георгієва акцентує на дуалістичному сприйнятті ведмедя, його пограничному становищі між людиною та твариною: з одного боку, ведмідь — «свій» (колись був людиною), з іншого, він — хазяїн ліса, нечиста тварина, назва якого є табуованою (Ibid.: 59).

Що стосується вовка, то, за твердженням І. Георгієвої, «згідно з болгарськими дуалістичними легендами, коріння яких слід шукати в апокрифах та язичницьких віруваннях, вовка створив диявол», «вовк у народних віруваннях належить до нечистої сили і функціонально пов’язаний із дияволом» (Ibid.: 55–56). О. В. Гура зазначає: майже в усіх слов’янських зонах найбільш розповсюдженою є легенда про те, що вовк був створений чортом проти Бога; визначальною в його символіці є символіка «чужості», що й зумовлює його співвіднесеність із небіжчиками, упирами, нареченим як таким, що приходить іззовні (Gura, 1997: 122, 157). Вовк у слов’янській народній культурі пов’язаний не лише з одруженням, весіллям, а й насамперед із перевертнем, пор., наприклад, *болг.*

вълколак, върколак, *серб.-хорв.* вукодлак, *словен.* volkodlak на позначення вампіра-упиря та *рос.* волколак(а), *білор.* ваўкалак(а), *укр.* вовкулак, *пол.* wilkołak, *чес., словац.* vlkodlak, *в.-луж.* wjelkoraž на позначення перевертня (приклади наводимо за: (Gura, 1997: 130)).

Заєць. Образ зайця широко представлений у весільних піснях та обрядах, а його любовно-шлюбна символіка яскраво оприявлена в слов'янському фольклорі. Утім, зв'язок зайця із чортом (бісом, дияволом), нечистою силою взагалі є очевидним, пор., напр., *новг.* косої 'диявол' або мотив у болгарських казках, коли диявол їде верхи на зайці на весілля Сонця (Gura, 1997: 177, 187). «Причетність зайця до сакрального світу духів визначає ставлення до нього не лише як до шкідливої та небезпечної істоти, але й як до істоти магічної, здатної убезпечити людину від впливу демонічних сил. Тому хвіст і голова зайця у південних та північних слов'ян слугує оберегом, використовується як засіб, який відганяє злих духів», — зазначає О. В. Гура (Ibid.: 190). Заєць широко представлений у фразеології, зокрема, на болгарському фразеологічному матеріалі ми виявили 31 ФО із компонентами «заек (заец)», «заешки», за допомогою яких експліковано такі мотиви, як *хитрість*, *досвідченість* (*гърмян заек*, *стрелян заек* у спільному значенні 'хитра, досвідчена людина, яка пережила усілякі нещастя, невдачі'), *несерйозність ситуації* (*заешка тупурдия* 'легковажні дії, які не заслуговують на увагу, не є приводом для тривоги'), *завчасні приготування до чогось, що може не здійснитися* (*заеца в гората, а ний рожен тък-мим* 'кажуть, коли хтось готується до здійснення малоімовірних подій'); *відсутність чогось* (*зайци да гониш* 'про безлюдне, пусте місце'); *швидкість, яка розвивається з переляку* (*като заек* у 1-му значенні 'дуже швидко і перелякано (бігти)' і синонімічні *като изтърван заек* та *като пушнат заек* у 2-му значенні)); *боягузтво* (*като заек* у 3-му та 4-му значеннях 'дуже полохливий; дуже сильно (тремтіти)'; *като изтърван заек* 1) 'боязко, боягузливо, налякано (дивитися); 2) дуже швидко і перелякано (бігти)' та інші)); *майбутній успіх, удача* (*и моето куче ще хване заек* (букв. і мій собака спіймає зайця) та *и моята хрътка ще хване заек* (букв. і мій гончак спіймає

зайця) у спільному значенні ‘так каже людина, яка очікує настання щасливих днів або якогось успіху, удачі’); *плодючість (като зайци*, множат се ‘надзвичайно швидко (розмножуватися)’ та ін. (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 226, 339, 340, 456, 484–486).

Лисиця. За даними енциклопедичного словника «Слов’янські старожитності», лисиця вельми слабо представлена у міфологічних віруваннях та обрядах, проте її шлюбна символіка є очевидною (Slavic Antiquities, 2004 (3: 11)). Утім, яскраво представлена лисиця у болгарській фразеології: у Фразеологічному словнику болгарської мови зафіксовано 27 ФО з лексичним компонентом «лисиця», з-поміж яких образно можуть бути описані: *хитрість та нечесність, які рано чи пізно будуть покарані (хитрата лисица влезе в стъпница с двете нозе* (букв. хитра лисиця ступила в пастку обома ногами), *хитрата лисица попаднала в клопка* (букв. хитра лисиця потрапила у пастку), *хитрата лисица право в стъпница* (букв. хитра лисиця прямо в пастку), *хитрата лисица с двата крака [в капана]* (букв. хитра лисиця двома ногами [в пастку]), *хитрата лисица с четирите крака в капана* (букв. хитра лисиця чотирма ногами в пастку) та ін. у спільному значенні ‘вживається в ситуації, коли хитра й зазвичай нечесна людина, намагаючись обдурити інших, потрапляє в халепу, зазнає невдачі’; *що ще лисица на пазар* (букв. що робити лисиці на ринку) – 1) ‘вживається у випадках, коли хитра людина не з’являється туди, де їй незручно або небезпечно; 2) вживається у випадках, коли хитра, потайлива людина утримується від відкритого висловлення чогось, що їй відомо, або висловлення свої думки’ та *лисица на пазар излиза ли* (букв. чи ходить лисиця на ринок), *лисица на пазар не излиза* (букв. лисиця на ринок не ходить), *лисица на пазар не ходи* (букв. лисиця на ринок не ходить), *лисица на пазар ходи ли* (чи ходить лисиця на ринок) у тому ж значенні (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 489–490, 533; Фразеологичен речник на българския език, 1974: 562)); *недоречність ситуації (умряла е някоя лисица* (букв. померла якась лисиця) – *жарт*. ‘вживається, коли хтось іде туди, де дуже давно не був’; *простряла се някоя лисица на път* (букв. якась лисиця загубилася на дорозі) ‘кажуть людині, коли вона відвідує когось, кого давно

не бачила’ (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 452, 220)); *невдача (мина ми лисица път* або *ще ми мине лисица път* (букв. лисица перебігла мені дорогу або лисица перебіжить мені дорогу) — ‘хтось не зміг досягти (не досягне) того, чого хотів, за що взявся (за що візьметься), зазнав невдачі, не досягнув успіху (зазнає невдачі, не досягне успіху)’ (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 589)) тощо. Вельми цікавим видається останній приклад, оскільки те ж саме значення відображає ціла низка ФО, де символами невдачі постають вже заєць, ведмідь, кішка, чорна кішка або миша, *пор.: мина ми заєк път* та *ще ми мине заєк път* (букв. заєць перебіг мені дорогу та заєць перебіжить мені дорогу), *мина ми мачка път* та *ще ми мине мачка път* (букв. ведмідь перебіг мені дорогу та ведмідь перебіжить мені дорогу), *мина ми мечка път* та *ще ми мине мечка път* (букв. ведмідь перебіг мені дорогу та ведмідь перебіжить мені дорогу), *мина ми мишка път* та *ще ми мине мишка път* (букв. миша перебігла мені дорогу та миша перебіжить мені дорогу), *мине ми [черна] котка път* та *ще ми мине [черна] котка път* (букв. [чорна] кішка перебігла мені дорогу та [чорна] кішка перебіжить мені дорогу) (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 589–590), а також *пресече ми мишка (котка) път* (букв. миша (кішка) мені перебігла дорогу)) у тому самому значенні (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 200).

Їжак. Їжак, згідно з болгарськими віруваннями, — наймудріший із тварин, довше за всіх живе на світі. Їжак знає все, про що всі давно забули; їжак знаю особливу траву, що омолоджує, і ніколи не старіє (Slavic Antiquities, 1999 (2: 181)). У болгарській фразеології їжак — насамперед *причина постійних проблем та занепокоєння*, і це відображає ціла низка ФО, *пор.: от таралежа възглавница* (букв. подушка з їжака) ‘про щось, пов’язане із проблемами, занепокоєнням і ризиком’ (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 89); *пусками си (пуцам си) / пусна си таралеж в гащите* (букв. пускати / пустити їжака в штани) — ‘погоджуватися взяти до себе на роботу, взяти до себе жити або виконувати спільну роботу з людиною, яка зрештою завдає великого клопоту’ та синонімічні *слагам си / сложа си (турям си / туря*

си, турвам си / турна си, вземам си / взема си) **таралез в гащите, държа таралез в гащите с** (букв. класти / покласти собі (брати / взяти) їжака в штани; тримати їжака в штанях)), а також **пускам (пуцам) / пусна таралез в гащите** някому (букв. пускати / пустити комусь їжака в штани) – ‘спричиняти комусь постійне занепокоєння через когось’ (Фразеологичен речник на българския език, 1975: 229; Фразеологичен речник на българския език, 1974: 297). Пор. також **защо ми трябва таралез в гащите та не ми трябва таралез в гащите** в значенні ‘не хотіти мати справу або щось спільне з людиною, яка принесе лише турботи та клопоти’ (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 367, 704). У підґрунті образу, створеного фразеологізмом **мазен като таралез** (букв. масний як їжак), через який передається основна ознака їжака – колючість, лежить оксюморон: компоненти «масний» та «їжак», будучи антонімічними в межах опозиції «гладкий – колючий», порівнюються між собою. У фразеологізмах закріплюються також **повільність** їжака (**бързал като таралез за мерудия**), його здатність **згоратися під час небезпеки** (**наежил като таралез**).

Повертаючись до визначення образного підґрунтя низки болгарських ФО на позначення дощу при сонці, зауважимо: у болгарській народній традиції побутує низка міфічних сюжетів про одруження сонця, яке не відбулося. Один із таких сюжетів наводить І. Георгієва: Сонце закохалося в дівчину-Місяць і захотіло одружитися з нею, запросивши сватів, серед яких був їжак – дід Драгич, який замість сіна поклав своєму коню камінь. Коли його запитали, для чого він це зробив, він пояснив, що, на його думку, коли Сонце одружиться, народяться маленькі сонечка, які сплять траву, і тому він вирішив навчити свого коня їсти каміння. Почувши це, тварини розлучили Сонце і Місяць, щоби вони ніколи більше не зустрілися, а їжака з тих часів стали називати «стара вяр» («старою вірою» – переклад і вставка наші – Н. А.) (Георгієва, 1993: 21).

Зауважимо також, що архаїчний мотив весілля надприродних сил (чорта, біса, диявола), закріплений у фразеології, є характерним для слов'янської культурної традиції

і позначає саме такі природні явища, які мають негативні наслідки для людини, пор., наприклад, *рос. чѣртова (бесовская) свадьба* — *застар.* ‘про снігову хуртовину, вихор’ (Birikh, Mokienko, Stepanova, 2005: 625); *рос. кар. жарт. чѣртова свадьба* ‘вихор пилу’ (Mokienko, Nikitina, 2007: 595). Мотив весілля нечистої сили закарбовує *рос.* фразема *воробыня (рябиновая) ночь* ‘ніч із безперервною грозою та блискавицями’; 2) ‘найкоротша літня ніч’ (Phraseological Dictionary of Russian Language, 2007: 36) та *укр. веребина, горобиняча, гороб’яча, грабинова, орабинова, рябінова ніч* у тому самому значенні — ніч, коли, за народними повір’ями, нечиста сила справляє весілля (Українська мова, 2004: 114), внутрішня форма яких стає прозорою завдяки етнокультурному змісту її компонентів і пов’язана зі сприйняттям горобця в міфологічній свідомості давньої людини як носія нечистої сили, якому притаманна шлюбна символіка (докладніше про це див.: Ареф’єва, 2021: 94–96). До речі, весілля взагалі як одна з найважливіших і найбільш значущих подій у житті людини, на думку багатьох дослідників, усвідомлювалося в народній культурній традиції як екстремальна, небезпечна та кризова ситуація, нейтралізацію якої забезпечували численні весільні звичаї, ритуальні дії та обряди, які мали символічне значення та головна ідея яких полягала в тернарному комплексі «життя — смерть — народження нового життя» (докладніше про це див., напр., у: Колев, 2005: 119–124; Gura, 2012, 51–61).

У російських говірках Одещини побутують ФО *куриний дождь* ‘короткий дощ при сонці’: *Пазафчирә шол такой крупный курыный дожди* (Возн., 1971). *Курыный дождж — чуть-чуть мелкий-мелкий, и солнышка* (Возн., 2020) (Ареф’єва, 2020: 118–119) і *слепой дождь* у тому самому значенні: *Мно҃га дажджэ҃й па-разнаму клічуть: адин — акладный, дру҃ый — раптовый, третій — сляпой. Сляпой — при сонцэ капаить* (Павлов.) (Ibid.: 194), мотивація яких пов’язана, імовірно, ще й з актуалізацією семи ‘дрібний, незначний’, тобто ‘даремний, нерезультативний дощ’ (Ареф’єва, 2021: 269). У фразеології закріплено негативне — насамперед насмішкувате, зневажливе ставлення до курки як безглузлого полохливого птаха, який не літає, не бачить у темряві, звідси й стійка асоціація

«курка — сліпота», пор., наприклад, *рос.* ФО з яскраво вираженим пейоративним забарвленням: *курам на смех, варёная курица, мокрая курица, слепая курица, раскудахтаются как курица, бродит как куры, как курица лапой*; *укр.* *сліпа курка, як курка лапою, [як] мокра (змокла) куриця, куряча голова, курячий мозок, курячі лапи* та інші; *болг.* *горско пиле* (букв. лісова курка) ‘грабіжник’; *домашне пиле* (букв. домашня курка) ‘людина, яка більшу частину часу не проводить вдома, не любить виходити з дому’; *діал.* *имам пилешко сърце* (букв. мати куряче серце) і *нося пилешко серце* (букв. носити куряче серце) ‘про боягуза’ (Фразеологичен речник на българския език, 1974: 220, 268, 450, 748). Утім, у болгарській фразеології фіксуємо й позитивне забарвлення курки, пор., наприклад, *діал.* ФО, де курка протиставляється свині в межах опозиції «позитивне — негативне»: *напред пиле, сетне свиня* (букв. спочатку курка, потім свиня) ‘кажуть у ситуації, коли хтось спочатку любить, хвалить кого-небудь, а потім ненавидить’ та *напред свиня, сетне пиле* (букв. спочатку свиня, потім курка) ‘кажуть у ситуації, коли хтось спочатку ненавидить когось або щось, а потім хвалить і любить їх’ (Ibid.: 660).

Що стосується компонентів «свинный», «свинячий», «свиной» у *рос.* фраземах *свиной (свинячий, свинный) дождь*, то зазначимо таке: свиня — негативно забарвлений символ у слов’янській культурній традиції, тобто символ антинорми, тому основною ідеєю створення фразеологічного образу можна вважати сприйняття дощу при сонці як неповноцінного, не результативного, такого, що не приносить користі.

Висновки. Отже, дослідивши етнокультурну символіку компонентів деяких слов’янських фразеологізмів на позначення дощу при сонці, відзначимо таке: 1) субстантивні компоненти болгарських фразем *мечка се жени, заека се жени, лисицата се жени, таралежа се жени* становлять єдиний асоціативний ряд, який побудовано за єдиною структурно-семантичною моделлю, корелює із концептом нечистої сили і сягає своїм корінням міфологічних вірувань давніх слов’ян; 2) усім наведеним вище компонентам-зоонімам у слов’янській культурній традиції притаманна шлюбна символіка, оприявнена або прихована (порівняймо символіку їжака, який у болгарських

легендах виступає розлучником Сонця і Місяця); 3) весілля надприродних сил знайшло відображення у фразеологізмах, що позначають незвичайні природні явища, які можуть нести загрозу для людини або не є корисними для неї; 4) у підґрунті створення фразеологічного образу дощу при сонці як незвичайного явища лежить сакралізація сонця та мотив його одруження, яке співвідноситься із архетипною опозицією «норма – антинорма»; 4) лексичні компоненти *рос.* фразеологізмів «куриный», «свиной», «свинячий», «слепой» негативно забарвлені у слов'янській культурній традиції та залучені до образу фразеологізмів, що позначають дощ при сонці як відхилення від норми, як усталені знаки культури; 5) лексичні компоненти «куриный» і «слепой» асоціативно пов'язані між собою, взаємозамінні і мають значення «неповноцінний».

Перспективами подальшого дослідження вважаємо вивчення глибинних культурних смислів інших слов'янських фразеологізмів із затемненою внутрішньою формою за допомогою продуктивних структурно-семантичних моделей та методики етнолінгвокультурологічного аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

Анкова-Ничева К. Нов фразеологичен речник на българския език. София : УИ «Св. Климент Охридски», 1993. 231 с.

Арефьева Н. Г. Фразеологічний словник російських говірок Одещини. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2020. 236 с.

Арефьева Н. Г. Фразеологія російських переселенських говірок Півдня України: лінгвокультурологічний та лексикографічний аспекти : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.02 / ДНУ імені Олеся Гончара. Дніпро, 2021. 695 с.

Арефьева Н. Г. Шлюб та родина у слов'янській фразеологічній картині світу. *Слов'янський збірник* : зб. наук. праць. Одеса – Чернівці : Букрек, 2015. Вип. 19. С. 137–151.

Георгиева И. Българска народна митология. Второ преработено и допълнено издание. София : Наука и изкуство, 1993. 258 с.

Колев Н. Критични ситуации, светоглед и поведение на българите. В. Търново : Фабер, 2005. 184 с.

Українська мова: енциклопедія / [редкол.: Русанівський В. М. (співголова), Тараненко О. О. (співголова), М. П. Зяблюк та ін.]; 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с.: іл.

Фразеологичен речник на българския език: В 2 т. / [К. Ничева, С. Спасова-Михайлова, К. Чолакова]. София : БАН, 1974–1975. Т. 1–2.

Birikh A. K., Mokienko V. M., Stepanova L. I. Russian Phraseology. Historical and Etymological Dictionary / Mokienko V. M. (ed.). Edition 3, corrected and expanded. 2005. 926, [2] p. URL: <https://b.eruditor.link/file/2207142/>

Gura A. V. Marriage and Wedding in Slavic folk culture: Semantics and Symbolism. 2012. 936 s. URL: <https://www.academia.edu/30507271/>

Gura A. V. Animal Symbolism in Slavic folk tradition. 1997. 912 s. (Traditional spiritual culture of Slavs / Modern researches) URL: <https://www.academia.edu/30507146/>

Kovshova M. L. Linguocultural Method in Phraseology: Codes of Culture. Edition 3. 2016. 456 p. URL: <http://www.tnu.in.ua/study/books/entry-1418345.html>.

Mokienko V. M., Nikitina T. G. Great Dictionary of Russian Sayings. 2007. 784 s. URL: [https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/](https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf)

DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf
Mokienko V. M., Nikitina T. G., Nikolayeva Ye. K. Great Dictionary of Russian Proverbs. 2010. 1026 s. URL: [https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/](https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf)

documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf
Phraseological Dictionary of Russian Language / [comp. A. N. Tikhonov (head of the team of authors), A. G. Lomov, L. A. Lomova]. Edition 3, stereotyp. 2007. 334 p., [2] p. URL: <https://www.twirpx.com/file/3008082/>

Podiyukov I. A. Folk phraseology in the mirror of folk culture : textbook. 1990. 127 s. URL: [https://books.google.com.ua/books/about/%](https://books.google.com.ua/books/about/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.html?id=yFLH0AEACAAJ&redir_esc=y)

[D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%](https://books.google.com.ua/books/about/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.html?id=yFLH0AEACAAJ&redir_esc=y)
[D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.html?id=yFLH0AEACAAJ&redir_esc=y](https://books.google.com.ua/books/about/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.html?id=yFLH0AEACAAJ&redir_esc=y)

Slavic Antiquities. Ethnolinguistic dictionary : in 5 volumes / [N. I. Tolstoy (ed.)]. 1999–2004. Vol. 2–3. URL: <http://flibusta.site/b/580410>

Vinogradova L. N. Why rain in the sun is called blind rain? Vinogradova L. N. Mythodological aspect of Slavic folk tradition / [Editor-in-Chief S. M. Толстая]. 2016. S. 351–359. URL: <https://www.academia.edu/35081367/>

RAIN IN THE SUN IN SLAVIC PHRASEOLOGY

Natalia G. Arefieva

Doctor of Philological Sciences, Professor at the Chair of Social Sciences,

Odessa National Medical University;

Professor at the Chair of Applied Linguistics,

Odessa I. I. Mechnikov National University,

Odessa, Ukraine

e-mail: n.arefieva@onu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4974-9157>

SUMMARY

The article examines some Slavic phraseological units denoting rain in the sun. Against the broad cultural background, the author

defines the internal form of some phraseological units and describes the cultural symbolism of such lexical components, as a bear, a fox, a hair, a hedgehog etc. The research uses methods of structural-semantic modeling and ethnolinguistic-cultural analysis.

Keywords: *Slavic phraseology, internal form, mythological background, cultural symbol, Slavic cultural tradition.*

REFERENCES

- Ankova-Nicheva K. (1993). *Nov frazeologichen rechnik na b'lgarskiya ezik* [New Phraseological Dictionary of Bulgarian Language]. Sofiya : UI «Sv. Kliment Ohridski» [in Bulgarian].
- Aref'eva N. G. (2020). *Frazeologichnii slovník rosiiskikh govirok Odeshchini* [Phraseological Dictionary of Russian dialects of Odessa region]. Odesa : «Odeskii natsionalnii universitet imeni I. I. Mechnikova».
- Aref'eva N. G. (2021). *Frazeolohiia rosiiskyykh pereselenskykh hovirok Pivdnia Ukrainy: linhvokulturolohichni ta leksykohrafichni aspekty* [Phraseology of Russian Migrant Dialects of the South of Ukraine: Linguocultural and Lexicographic aspects] : dys. ... d-ra filol. nauk : 10.02.02. Dnipro [in Ukrainian].
- Aref'eva N. G. (2015). *Shlyub ta rodina u slov'yanskij frazeologichnij kartini svitu* [Marriage and Family in Slavic Phraseological Picture of the world]. *Slov'yanskij zbirnik [Slavonic Collection]*. Odesa—Chernivci : Bukrek. Vol. 19, pp. 137–151.
- Georgieva I. (1993). *Bǎlharska narodna mytolohiya* [Bulgarian Folk Mythology]. Sofia : Nauka i izkustvo [in Bulgarian].
- Kolev N. (2005). *Kritichni situacii, svetogled i povedenie na blgarite* [Critical situations and folk ideology of the Bulgarians]. V. Trnovo : Faber [in Bulgarian].
- Ukrayinska mova : enciklopediya (2004) / [redkol.: Rusanivskij V. M. (spivgolova), Taranenko O. O. (spivgolova), M. P. Zyablyuk ta in.]: 2-ge vid., vipr. i dop. [The Ukrainian Language : Encyclopedia]. Kiyiv : Vyd-vo «Ukrayinska enciklopediya» im. M. P. Bazhana [in Ukrainian].
- Frazeologichen rechnik na bǎlgarskiya yezik (1974–1975). [Phraseological Dictionary of Bulgarian Language]. Sofia : BAN. T. 1–2 [in Bulgarian].
- Russian Phraseology (2005). Historical and Etymological Dictionary / [Birikh A. K., Mokienko V. M. (ed.), Stepanova L. I.]. Edition 3. URL: <https://b.eruditor.link/file/2207142/>
- Gura A. V. (2012). *Marriage and Wedding in Slavic folk culture: Semantics and Symbolism*. URL: <https://www.academia.edu/30507271>
- Gura A. V. (1997). *Animal Symbolism in Slavic folk tradition (Traditional spiritual culture of the Slavs / Modern researches)* URL: <https://www.academia.edu/30507146/>
- Kovshova M. L. (2016). *Linguocultural Method in Phraseology: Codes of Culture*. Edition 3. URL: <http://www.tnu.in.ua/study/books/entry-1418345.html>.
- Mokienko V. M., Nikitina T. G. (2007). *Great Dictionary of Russian Sayings*. URL: [https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/](https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf)
- Mokienko V. M., Nikitina T. G., Nikolayeva Ye. K. (2010). *Great Dictionary of Russian Proverbs*. URL: [https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/](https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_LOCUTIONS-MAKIENKO.pdf)

Phraseological Dictionary of Russian Language (2007). Tikhonov A. N. (head of the team of authors). Edition 3. URL: <https://www.twirpx.com/file/3008082/>

Podyukov I. A. (1990). *Folk Phraseology in the mirror of Folk Culture: textbook*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.html?id=yFLH0AEACAAJ&redir_esc=y

Slavonic Antiquities (1999–2004). *Ethnolinguistic dictionary: in 5 volumes* / [(ed.) N. I. Tolstoy]. Vol. 2–3. URL: <http://flibusta.site/b/580410>

Vinogradova L. N. (2016). Why rain in the sun is called blind rain? *Vinogradova L. N. Mythodological aspect of Slavic folk tradition* / [Editor-in-Chief S. M. Толстауа], pp. 351–359. URL: <https://www.academia.edu/35081367/>

Стаття надійшла до редакції 03.06.2025

UDC 659.131.2:81'38=111

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.4>

SEMANTIC-SYNTAXICAL ORGANIZATION OF ENGLISH ADVERTISING DISCOURSE

Evelina V. Boeva

Candidate of Philology, Associate Professor at the Department
of Ukrainian and Foreign Literature
State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushinsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: evelinaboeva4@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5966-0538>

Iryna A. Zhaboryuk

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department
of Germanic Philology and Methods of Teaching Foreign Languages
State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University
Named after K. D. Ushynsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: irinazhaboruke@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9479-4029>

SUMMARY

The article highlights the semantic and stylistic features of modern oral advertising discourse based on authentic texts of television and radio advertising. The relevance of the research is associated with the insufficient study of advertising discourse as one of the types of institutional speech communication and the importance of understanding the lexical and syntactic organization of sound advertising.

The presented research aims to identify the semantic and syntactic features of English-language advertising discourse, which is characterized by social rules and “ritualized” frameworks of functioning.

It has been proved that the structural organization of the advertising text is focused on optimizing the speech impact of advertising on the consumer. Particular attention is paid to thematic and keyword elements that construct the advertising image and communicate the core message of the text. It has been determined that keywords in advertising discourse are means of objectification of concepts – multi-dimensional formations that have value. As a result of the study, it has been revealed

*that the frequent concepts in modern English-language advertising discourse are **individuality, pleasure, comfort, benefit, common sense, and success**. It has been found that such means of expressiveness as allusion, metaphor, comparison, parallelism, various types of repetition, onomatopoeia, concentration of imperative verb forms, and connotative adjectives are widely represented in the analyzed advertising texts. Attributive word combinations and syntactic structures involving enumeration also play a crucial role in shaping the syntagmatic pattern of advertising discourse. The study proves that using various linguistic and stylistic means in advertising discourse creates expressiveness, which acts as its main stylistic feature. Poetic advertising, which is widely represented in English-language television and radio discourse, puts forward its requirements both to the material and the subject of advertising.*

The research findings allow us to identify the main linguistic trends, which are a direct reflection of the maximally directed pragmatics of the advertising text.

Keywords: advertising discourse, English-language television and radio advertising, keywords, semantic and syntactic features, poetic advertising, linguistic and stylistic devices.

Introduction. Advertising text is one of the most common types of influential texts, the practical orientation of which determines the selection of verbal and non-verbal means of their organization. As is known, advertising text reflects a special sphere of linguistic communication, which linguists will still have to define. Taking into account the above, the relevance of the presented work, which is devoted to the analysis of the specifics of English-language advertising discourse, becomes clear. The difficulties of this problem are associated with the complexity and multifaceted nature of the text as a whole as a product of human speech and mental activity, as well as with the variety of approaches to its study. Advertising text has its own structure, it is characterized by a certain specificity, it has its own characteristic features. As N. N. Kokhtev notes, «advertising is a tool with the help of which the consumer is provided with such information that encourages him to purchase the advertised product» (Kokhtev, 1997: 8).

The subject of the study is the semantic and syntactic arrangement of modern oral advertising discourse based on authentic texts of English-language television and radio advertising.

The relevance is determined by the fact that the work was carried out in line with the general anthropocentric trend of modern functional linguistics, focused on the analysis of the structure

and organization of communicative interaction, the study of discourse and its categorical system, and the strategy of discourse management. In addition, the relevance is due to the following factors:

- insufficient study of advertising discourse as one of the types of institutional speech communication;
- the importance of studying lexical and syntactic features for understanding the organization of advertising text.

The general theoretical basis of the study was provided by the works of G. G. Pocheptsov, T. I. Krasko, O. O. Feofanov, T. Yu. Kovalevskaya, V. V. Zirka, O. V. Medvedev, N. M. Lysitsa, R. I. Mokshantsev, N. V. Kutuza, V. V. Usova, T. V. Smirnova, etc.

The purpose and objectives of the study. The purpose of the presented research is to identify the semantic and syntactic features of English-language advertising discourse.

The purpose involves solving the following **tasks**: to consider the linguistic aspects of advertising discourse; to clarify the functions of advertising vocabulary, to establish the frequency of lexical components that attract attention and are remembered by recipients; to analyze the functional and semantic features of English-language advertising texts; to investigate the syntactic features of English-language authentic advertising texts.

Materials and methods of research. The research material was the texts of audio television and radio advertising. 20 texts of British television and radio advertisements advertising cars and other products were analyzed. When analyzing advertising texts, contextual-interpretive and component analysis were used, as well as elements of discursive analysis to highlight the communicative nature of advertising suggestogens.

Results and discussion. In our study, we are most interested in the fact that in modern linguistics, advertising is considered as a «specific stylistic variety of language» (Kovalevska, 2001: 18), which, in turn, is another form of communication in society. The advertising text contains thematic and key words that create an advertising image and convey the main idea of the text. According to N. N. Kokhtev (Kokhtev, 1997: 17), we attribute to thematic words words that reflect the main theme of the advertising text, the main content of the presentation, the object of the advertising

description. The role of thematic words is played by nouns (the name of the object of advertising), verbs that denote the action to which the advertisement encourages the reader, and service parts of speech.

Thematic words are accompanied by keywords that characterize the object of advertising, the addressee and his actions. By keywords we mean the words that are most often found in advertising (mainly in the motivational part of the text) when actualizing the requirements of the recipient of advertising and verbally motivating his actions. They serve to describe the properties of the advertised product, to highlight those advantages that ensure its purchase. Unlike thematic keywords, they are expressed only with the help of full-valued parts of speech.

It should be noted that keywords are a means of expressing concepts contained in advertising texts. As a result of the analysis, we consider the following to be such concepts: individuality, pleasure, comfort, success, common sense, benefit. Lexical means of expressing these concepts are given in the following table.

Concept	Content of the sign	Method of implementation in lexical units
1	2	3
1. Individuality	Unusual; one that has no equal; easily recognizable; one that deserves attention; interesting; one that makes an impression.	<i>unique, distinctive, distinction, different, unlike, style, stylish, masterpiece, special, specific, strong, character, characteristic, inimitable, inventive, remarkable, original</i>
2. Satisfaction	something happened that is assessed as a good coincidence of the will of a person's needs; to rejoice at something good; to be proud; to boast.	<i>pleasure, pleasing, enjoy, fun, satisfaction, satisfied, boast, irresistible, please, happy, happiness, smile, laugh</i>
3. Success	achievement of the goal; components of success: high status in society, wealth, popularity.	<i>success, successful, admired, promotion (Give yourself promotion); to make a killing (make a large profit) new, newer.</i>

Continuation of the table

1	2	3
4. Common sense	positive assessment and positive motivation, the superiority of evidence over emotions, the use of knowledge, wisdom, experience; orientation to real situations.	<i>sensible, intelligent, practical, real, down-to-earth, wordly-wise, good</i>
5. Comfort	the presence of conditions in which a person feels comfortable; the absence of anxieties and worries; financial well-being.	<i>real peace of mind, tranquil, comfort, comfortable, cosy, convenient</i>
6. Benefit	something that helps or improves life; something that gives you a better position compared to others.	<i>advantage, profit, help, surprising astonishing jaw-dropping, incredible, unbelievable, startling</i>

Let's consider ways to implement these concepts in modern advertisements.

The concept of individuality, according to the dictionary definition, is as follows: «*all the characteristics that belong to an individual and that distinguish him from others*» (Goddard, 2002: 34). This concept in English advertising discourse is specified in the following lexical units: *unique, distinctive, distinction, different, unlike, style, stylish, masterpiece, special, specific, strong character, characteristic, inimitable, remarkable, original*.

We identify the following meaningful features in this group of words: *unusual, unparalleled; easily recognizable; worthy of attention; interesting; impressive*. For example:

You've got your own ideas. Shouldn't your car reflect them? The Lexus GS 300. If you've been searching for a luxury car that reflect individual thinking we have a suggestion. The Lexus GS 300.

One goes the concept of being just one of the crowd. In its place, we give you unique and distinctive design combined with 212 bhp of highly efficient but effortless power and all the safety features and extras you could think of – as standard.

So why drive a car only to fulfill other people's expectations? Wouldn't you rather drive a car that exceeds you own?

As we can see, a car is a socially significant object; it can be a source of pride for its owner, confirm his social status, and be a topic of discussion for other people. Rhetorical question *So why drive a car only to fulfill other people's expectations? – to be no worse than others*, which means that you can't buy a car that only meets other people's expectations and is no different from similar cars, which is also confirmed by the phrase *One goes the concept of being just one of the crowd – Get rid of the idea of being one of the crowd*. A car is considered a means of expressing individuality, it expresses the owner's own imagination of what his car should be like, hence, the text uses such keywords as *own ideas, individual thinking, unique, distinctive*. The behavior model that follows from the above text: you need to do what people expect from you, buy things that exceed the expectations of others, are able to cause their admiration.

The analysis shows that the most frequently used lexeme is the adjective *special*, which matters of *a particular or certain sort, not common, usual or general* (Goddard, 2002: 24). This adjective helps to convince the addressee of high quality, that the offered product or service is something special, intended exclusively for the addressee.

One of the main concepts in English advertising discourse, according to our observations, is the concept of *satisfaction*, which is expressed in such lexical units as *pleasure, pleasing, enjoy, fun, satisfaction, satisfied, boast, irresistible, please, happy, happiness, indulgence, indulge, smile, laugh*. For example: *Most luxury cars are for the driven. The LEXUS GS 300 is for the driver.*

The GS 300's litre, 24 valve develops over 200 bhp. ... Yet while you enjoy all this driving pleasure you could be sitting in a limousine... After the first parking the idea that there's no luxury car for real drivers, of course.

The same-root words *driven, driver* are distinguished by a parallel construction, reinforced by antithesis. The car can be compared in luxury and comfort to a limousine, but unlike the latter, it is intended for those who enjoy driving and therefore place high demands on the technical characteristics of the car: *there's no luxury car for real drivers of course*. The main idea of the text is that the car combines excellent technical characteristics that provide pleasure when driving it and comfort.

The convenience of the car provides satisfaction to its owner, which is expressed through understatement, for example: *In fact, everything about Kangoo is designed to bring smile to your face.*

The noun *smile* has a meaning *an expression on the face showing amusement or happiness* (Goddard, 2002: 91). Thus, a car is designed to make its owner happy.

Key to English advertising discourse is the concept of success.

To express the idea of success in English advertising discourse, the adjective *new* is used. The use of the adjective *new* is recorded in advertisements aimed at wealthy people, for example: *The new Jaguar V8XJ gets up to things rarely seen in saloon. It's cradled by an all-new suspension system, which takes the refined and robust handling... to newer and greater heights.*

The adjective *new*, *all-new*, and the comparative degree *newer* are used to convince the addressee that by buying a car of the latest model, a person demonstrates their social status and confirms their success.

The key concept of *common sense* is expressed in the following words: *sensible, intelligent, worldly-wise, wise*. Reasonableness is combined with practicality, with a vision of the real state of affairs, for example, *down-to-earth, practical, real*. Here are examples of the implementation of this concept in advertising discourse:

If money talks Volvo speaks perfect sense.

A car for people with more sense than money.

And of course it comes with all the classic standard safety, features you'd expect of a Volvo (so your senses won't be numbed either).

*With the 1.6 liter model starting from only 14 925 on the road, it now makes perfect sense to choose a Volvo S 40.
the price is no cause for concern.*

As a concept, we considered the key concept of *benefit*. Benefit is considered as *advantage, profit, help* (Goddard, 2002: 13) – as an advantage, as help, as material benefit. It should be noted that in English advertising discourse this concept is used with adjectives: *surprising, astonishing, jaw-dropping, incredible, unbelievable, startling*. Something useful, good a person can get unexpectedly, such a situation appears as inexplicable and incredible and causes pleasant emotions, which are described using emotionally-evaluative adjectives.

Thus, advertising texts are created in order to have the maximum impact on the addressee. The main load in the text is carried by keywords that express the main idea, convey the most important information, and actualize the addressee's requirements for advertising. Keywords are means of objectification of concepts – multidimensional formations that have a value dimension. These concepts are expressed in the advertising text using key and evaluative words, phraseological units, proverbs and sayings.

Many researchers of advertising texts classify them by mass media – advertising media (print, television, radio advertising, etc.).

It should be noted that the main media feature of radio advertising is the use of a wealth of shades of the human voice and audio effects. Radio advertising combines targeting the target audience with a fairly high frequency of reproduction. And, finally, television advertising is considered the most effective and expensive, as it has a huge potential for influencing the mass audience.

The effectiveness of an advertising text depends on the successful combination of all its components: image – sound – image – verbal fabric. At the same time, researchers highlight the primary possibility of the verbal component of advertising – verbal text.

Let us turn directly to the analysis of the stylistic syntactic features of advertising texts. Aiming at an intensive concentrated impact, advertising uses a rich range of expressive means at all linguistic levels. Allusion, metaphor, comparison, parallelism, various types of repetitions, onomatopoeia, concentration of imperative verb forms and connotative adjectives – all this is widely represented in the analyzed advertising texts. The most significant features of an advertising text at the morphosyntactic level include the frequent use of imperative verb forms, which significantly enhances the dynamism of the advertising appeal, for example:

- 1) *Share the excitement (Nissan);*
- 2) *Buy the car. Own the road (Pontiac).*

The vast majority of advertising texts consist of narrative sentences of an affirmative nature, both simple and complex. This seems quite natural, if we proceed from the specifics of this type of communication. The main information about the advertised product, about the manufacturer, where and when this product can be purchased, is implemented in the form of statements.

Narrative sentences of a negative nature are also found in the texts of television and radio advertising (see also: Geis, 2002). In advertising, negative sentences serve mainly to describe a negative situation that can be prevented by using the purchased product, or are used in advertising for comparison, when the listener (viewer) is offered product properties that a competing product does not have. For example: 1) *Never be treated like a number again.* 2) *If other car rental company quotes you a cheaper weekly price... then we won't just match it, we'll beat it.*

Interrogative sentences are used in English advertising texts mainly in headlines or serve to attract the attention of listeners: 1) *Looking for something new?* 2) *Still with us?* 3) *Shall we continue?* 4) *Tell you more?*

Often, questions found in advertising texts are purely rhetorical in nature and are statements in their content. For example: *Do you want to save money? Of course you do and you can with the Toyota.*

Repetition, just like the rhetorical question, plays an important role in advertising discourse. As researcher I. V. Sokolova notes, the increase in the textual informativeness of advertising is facilitated by «stereotypical compositional structure and the use of stereotypical language means, among which lexical repetitions and enumerative constructions occupy an important place» (Sokolova, 2000: 279). Types of repetition can be different. Anaphora (single beginning) is the repetition of individual words or phrases at the beginning of a sentence. The repeated number of times at the beginning of a sentence a phrase, phrase or word psychologically sets the listener up to believe the information. For example: 1. *Natural beauty. Natural ingredients. Natural glow.* 2. *Look to hock heed for leadership. Look to hilly for perfection.*

The repetition of words or phrases at the end of sentences or adjacent passages (epiphora) is also very common in advertising. Like anaphora, epiphora helps to more quickly remember the advertising text, emphasizes the specific features and advantages of the offered product, for example: *This is work of art inside a work of art.* One of the variants of repetition is the use of parallel syntactic constructions. Such examples differ from anaphora and epiphora in the partial preservation of repeated elements, that is, the incomplete

repetition of lexical units that form parallel constructions. Compare: *Before it saw the light of day, it saw the light of countless days.*

A type of repetition is a stylistic device called polysyndeton, the deliberate repetition of functional elements. This technique can be defined as «an effective juggling act that can give a message greater significance»: *Why stop here? Why not roll, say, 6 of these blades into a band? Why not seal this band in a little cartridge, so you never have to touch its edge? Why not put a lever on the razor, to unwind the band as you need it? Why not indeed?*

An important role in the syntagmatic pattern of advertising texts is also played by attributive word combinations. Since one of the most important components of an advertising text is a description of the advertised product or service, attributive combinations, which include adverbs and adjectives, carry a general functional load. Scientists consider adverbs and adjectives to be the key words of an advertising text.

Adjectives and adverbs are used to describe a wide variety of properties of such a product – shape, size, quality, cost, sensations that this product evokes. The most commonly used adjectives in English advertising include: *good, better, best, free, fresh, delicious. Full sure, clean, wonderful, special, fine, big, great, real, easy, bright, extra, rich, golden.* Adjectives that indicate the originality of a trademark are often found – *genuine, authentic, original.* But perhaps the record holder for frequency of use is the adjective *new* – it can be found in almost every second advertising text. The combination of ideas with expressive means gives the text a special energy, enhancing its overall figurative and linguistic impact on the mass audience.

In addition to syntactic and stylistic techniques, a successful advertising text necessarily takes into account the possibility of prosodic influence. The associative properties of the sound form of the word help to create a certain image, for example, the repetition of whistling sounds is associated with soft, variable movement, as in the following fragment from the advertising text about the Rolls-Royce car: *A unique automatic air-conditioning system maintaining any temperature you desire at two levels of the interior: a sophisticated rack-and-pinion system turns the humble steering wheel into a tiling of ease and precision: a self-leveling suspension system lets you forgive and forget the rudest of uneven roads.*

In addition, in the analyzed advertising texts, we recorded a poetic form, which has a number of features. First, not every product can be advertised in poetic form. A few short rhyming lines should convey only the main information, which should be instantly and involuntarily remembered. This is impossible to do when advertising new products or technologies that are still unknown to the buyer. However, this does not mean that the rhyming technique cannot be used in advertising innovations. You can rhyme the beginning, slogan, any part of the text, you can simply use rhyming lines, as in the following example: *Why aren't you coming to our office Disco parties. This Christmas? Too Busy or Just couldn't get organized in Time? We'll never fear because a party-is near Friday 20th January 1995 to be precise! So come and party and Forget Those Christmas blues.*

Secondly, it is impossible to rhyme information about the technical capabilities of the product. Terms in advertising only complicate perception. Therefore, the poetic form of advertising is used, as a rule, with a view to a wide audience. Hence the third feature of rhyming in advertising. Poetic advertising conveys basic, but general information. From poetic advertising, unlike prose text, something interesting is always expected. This is quite understandable, because the main function of advertising in the form of poetry is to attract attention. A well-rhymed opening or slogan contributes to the further perception of the entire advertising discourse. We attribute the use of rhyming in advertising to the indirect speech tactics of the addressee and believe that it is a type of fascination - indirect influence.

Conclusions. So, to perform a communicative task in each type of advertising, a certain set of linguistic means of influence is used, in particular, methods of expressiveness of syntax. Spatial methods include repetition, nominative sentences, ellipsis, parcellations. It should be noted that the rhetorical question is a frequent syntactic method in advertising texts.

The advertising text contains thematic and key words that create an advertising image, convey the main idea of the text. Key words are a means of expressing concepts contained in advertising texts. As a result of the analysis, we distinguish the following concepts for such concepts: individuality, pleasure, comfort, success, common sense,

benefit, the concept of individuality is specified in the following lexical units: *unique, distinctive, distinction, different, unlike, style, stylish, masterpiece, special, specific, strong character, characteristic, inimitable*. The concept of pleasure, which is expressed in such lexical units as *pleasure, pleasing, enjoy, fun, satisfaction, satisfied, boast, irresistible, please, happy, happiness, indulgence, smile, laugh*. To express the idea of success in English advertising discourse, the adjective new is used. The key concept of common sense is expressed in the following words: *sensible, intelligent, wordly, wise, wise*, reasonableness is combined with practicality, with a vision of the real state of affairs: *down = to-earth, practical real*. The concept of comfort is expressed in advertisements: *calm, special, tranquil, worries at, left far, behind*. We single out the key concept of benefit. Benefit is considered as advantage, profit, help, – this concept is used with adjectives: *surprising, astonishing, jaw-dropping, incredible, startling*.

So, from the point of view of the analysis of stylistic and syntactic features of advertising texts, advertising uses a wide range of expressive means at all linguistic levels. The use of various linguistic and stylistic means in advertising discourse creates expressiveness, which acts as the main stylistic feature. The methods of expressiveness of advertising discourse are determined by the addressee factor and can reveal the nature of open or indirect linguistic tactics on the part of the addressee.

REFERENCES

- Kovalevska T. Yu. (2001). *Komunikatyvni aspekty neirolinhivistychnoho prohramuvannia* [Communicative aspects of neurolinguistic programming]. Odesa : Astroprint [in Ukrainian].
- Kokhtev N. N. (1997). *Reklama: iskusstvo slova. Rekomendatsyy dlia sostavitelei reklamnykh tekstov* [Advertising: the art of the word. Recommendations for the compilers of advertising texts]. Moscow.
- Sokolova I. V. (2000). *Povtor yak zasib aktualizatsii informatyvnoi ta reklamnoi funktsii tekstu-anonsu* [Repetition as a means of actualizing the informative and advertising functions of the text-announcement]. *Humanitarian Bulletin. Series «Foreign Philology»*. Cherkasy. № 4, pp. 278–283 [in Ukrainian].
- Geis M. L. (1982). *The Language of Television Advertising*. New York : Academic Press.
- Goddard A. (2002). *The Language of Advertising*. London : Psychology Press.

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ АНГЛІЙСЬКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Евеліна В. Боєва

кандидат філологічних наук, доцент кафедри української
та зарубіжної літератур

Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,

Одеса, Україна

e-mail: evelinaboeva4@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5966-0538>

Ірина А. Жаборук

кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології
та методики викладання іноземних мов

Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,

Одеса, Україна

e-mail: irinazhaboruke@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9479-4029>

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена висвітленню семантико-стилістичних особливостей сучасного усного рекламного дискурсу на матеріалі аутентичних текстів теле- і радіореклами. Актуальність проблеми пов'язана із недостатньою вивченістю рекламного дискурсу як одного з видів інституційного мовленнєвого спілкування та важливістю розуміння лексико-синтаксичної організації звукової реклами.

Метою представленої розвідки є виявлення семантико-синтаксичних особливостей англомовного рекламного дискурсу, якому властиві соціальні правила та «ритуалізовані» рамки функціонування.

*Доведено, що структурна організація рекламного тексту спрямована на оптимізацію мовленнєвого впливу реклами на споживача. Особливої ваги набувають тематичні та ключові слова, які створюють рекламний образ, передають основну ідею тексту. Визначено, що ключові слова у рекламному дискурсі слугують засобами об'єктивації концептів – багатовимірних утворень, які мають ціннісне значення. З'ясовано, що частотні концепти в сучасному англомовному рекламному дискурсі це – **індивідуальність, задоволення, комфорт, користь, здоровий глузд, успіх**. Виявлено, що такі засоби виразності як алюзія, метафора, порівняння, паралелізм, різні види повторів, ономапоея, концентрація імперативних форм дієслова і конотативних*

прикметників, широко представлені в проаналізованих рекламних текстах. Важливу роль у синтагматичному малюнку рекламного дискурсу відіграють атрибутивні словосполучення та синтаксичні конструкції з елементом переліку. Доведено, що застосування різноманітних мовностилістичних засобів у рекламному дискурсі створює експресивність, що становить його основну стильову рису. Віршована реклама, яка широко представлена в англomовному теле- та радіодискурсі, висуває свої вимоги як до матеріалу, так і до предмета реклами.

Отримані результати дають змогу виокремити основні лінгвістичні тенденції, що є прямим відображенням максимально спрямованої прагматики рекламного тексту.

Ключові слова: *реklamний дискурс, англomовна теле- і радіореklама, семантико-синтаксичні особливості, віршована реклама, мовностилістичні засоби.*

ЛІТЕРАТУРА

Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування. Одеса : Астропринт, 2001. 324 с.

Соколова І. В. Повтор як засіб актуалізації інформативної та рекламної функцій тексту-анонсу. *Гуманітарний вісник. Серія «Іноземна філологія»*. 2000. №4. С. 278–283.

Geis M. L. The Language of Television Advertising. New York : Academic Press, 1982. 257 p.

Goddard A. The Language of Advertising. London : Psychology Press, 2002. 145 p.

Kokhtev N. N. Advertising: the art of the word. Recommendations for the compilers of advertising texts. Moscow, 1997. 96 p.

Стаття надійшла до редакції 22.04.2025

УДК 004.8:81'243.6

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.5>

ВПЛИВ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ЗВО УКРАЇНИ

Наталія І. Бойчук

викладач кафедри філології та перекладу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу,
Івано-Франківськ, Україна
e-mail: natalabojчук119@gmail.com

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню впливу інструментів штучного інтелекту на вивчення англійської мови у ЗВО України. В умовах сучасного освітнього процесу ШІ стає важливим інструментом, який змінює традиційні підходи до навчання, зокрема у царині вивчення іноземних мов. У студії проаналізовано використання таких інструментів, як мовні моделі, системи автоматичної перевірки текстів (Grammarly, ProWritingAid), онлайн-перекладачі (DeepL, Google Translate) та платформи для навчання мови (Duolingo, Babbel). Зосереджено увагу на можливостях, які дає ШІ для розвитку мотивації студентів, підвищення їхньої автономії у навчанні та розвитку мовних навичок, тобто важливі аспекти викладання в умовах університетської освіти.

З'ясовано позитивний вплив ШІ на створення персоналізованих умов для навчання, що дозволяють кожному студенту працювати у власному темпі та отримувати зворотний зв'язок у реальному часі. ШІ-системи здатні адаптуватися до потреб студентів, надаючи індивідуальні рекомендації для покращення мовних навичок; їхнє використання стимулює інтерес до вивчення мови і знижує рівень стресу, пов'язаний із традиційними методами навчання. Висвітлено численні ризики та проблеми, які виникають у процесі використання ШІ в освіті. Обговорено питання зниження самостійності та критичного мислення студентів, оскільки вони можуть покладатися на технології замість того, щоби розвивати свої мовні здібності. Окрему увагу приділено етичним питанням, зокрема проблемам конфіденційності та безпеки персональних даних, які збираються під час використання ШІ-систем.

У висновках підкреслено, що для ефективного використання ШІ у навчанні необхідно розробляти нові педагогічні стратегії, які би враховували як переваги, так і потенційні ризики цієї технології. Наголошено на важливості критичного ставлення до використання ШІ, дотримання принципів академічної доброчесності та розвитку цифрової грамотності студентів для максимального ефекту від застосування штучного інтелекту в освітньому процесі.

Ключові слова: *штучний інтелект, вивчення англійської мови, академічна доброчесність, автономне навчання, етика в освіті, технології в освіті.*

Вступ. У ХХІ столітті англійська мова набула статусу мови глобальної комунікації, науки, техніки та цифрових технологій. Водночас стрімкий розвиток інформаційних технологій, зокрема штучного інтелекту, докорінно трансформує освітній процес. Упровадження інструментів ШІ у вищій освіті відкриває нові можливості для персоналізованого, адаптивного та автономного навчання. Особливо помітним є вплив цих технологій на процес вивчення англійської мови — дисципліни, що вимагає постійної практики, зворотного зв'язку та гнучких методів навчання. Як стверджують І. Жукевич та О. Спіричева, «в умовах постійної еволюції освіти, ШІ пропонує революційний підхід до вивчення іноземних мов. У зв'язку з розвитком технологій, особливо ШІ, вивчення мов стало більше персоналізованим та доступним. ШІ має значний потенціал для персоналізації навчання завдяки своїй здатності аналізувати дані, адаптувати контент та надавати індивідуальну підтримку кожному студенту. Ця революційна технологія може трансформувати процес вивчення іноземної мови, роблячи його більш ефективним, захопливим і доступним для всіх» (Жукевич, Спіричева, 2024: 46).

Сучасні студенти дедалі частіше використовують такі ШІ-інструменти, як мовні моделі (ChatGPT), коректори тексту (Grammarly), тренажери лексики (Quillbot, Reverso) чи інтерактивні застосунки (Duolingo, Elsa Speak), що не лише допомагають покращити знання англійської мови, а й формують нові підходи до освітньої взаємодії. Така тенденція зумовлює потребу в науковому осмисленні ролі штучного інтелекту у мовній підготовці студентів.

Зважаючи на швидку еволюцію цифрових інструментів, питання ефективності, етичності та доцільності використання ШІ у викладанні англійської мови видається надзвичайно актуальним для українських університетів. Дослідження цього явища дозволить окреслити як потенційні переваги, так і виклики впровадження новітніх технологій у навчальний процес.

Проблема впровадження інноваційних технологій у навчання англійської мови активно досліджується педагогічною наукою. В численних працях І. Романишина, Г. Баценко, І. Безуглої, А. Дубчака, Я. Литвиненко, Ю. Перучка, Т. Косової розглядаються питання цифрової трансформації освітнього середовища та модернізації методик викладання іноземних мов. Зокрема, акцентується на персоналізації навчального процесу й адаптивному навчанні, що можливе завдяки сучасним цифровим платформам. Серед дослідників простежується інтенсивний інтерес до штучного інтелекту як інструмента освітньої аналітики, оцінювання та підвищення ефективності навчання. Наприклад, Л. Сабатюк, І. Козубай, О. Бондаренко вивчають переваги та ризики використання генеративного ШІ в освітньому процесі, Т. Панасюк (Панасюк, 2023) розглядає гейміфікацію як інструмент підвищення мотивації до вивчення англійської мови. В. Дроздова, К. Рудніцька, І. Росквас стежать за інтеграцією штучного інтелекту в методики викладання іноземних мов. В. Краснопольський, Т. Пахомова, Ю. Курилова аналізують навчальний потенціал штучного інтелекту для організації самостійної роботи студентів у процесі вивчення іноземної мови тощо.

Попри велику кількість публікацій проблемі системного дослідження впливу ШІ саме в контексті вивчення англійської мови студентами українських університетів досі приділялося недостатньо уваги. Це й зумовлює **актуальність** даного наукового аналізу.

Мета дослідження — з'ясувати, яким чином інструменти штучного інтелекту впливають на процес вивчення англійської мови студентами в умовах української університетської освіти, визначити переваги, ризики та перспективи їх використання у педагогічній практиці. Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких **завдань**:

- проаналізувати науково-теоретичні підходи до застосування штучного інтелекту в освіті загалом і вивченні іноземних мов зокрема;

- схарактеризувати найбільш поширені інструменти ШІ, які використовуються студентами для вивчення англійської мови;

- виявити вплив ШІ-технологій на рівень мотивації, автономності та успішності студентів у процесі вивчення мови;

- визначити основні виклики, ризики та етичні аспекти застосування ШІ у мовній освіті;

- надати рекомендації щодо ефективної інтеграції інструментів ШІ у викладання англійської мови у ЗВО України.

Основні результати студії. Штучний інтелект (ШІ) – це галузь комп’ютерних наук, що займається створенням систем, здатних до виконання завдань, які зазвичай потребують людського інтелекту: розпізнавання мови, переклад, ухвалення рішень, навчання з досвіду. В освітньому середовищі під ШІ розуміють технології, які можуть автоматизувати педагогічні процеси, забезпечувати персоналізований зворотний зв’язок, виявляти прогалини у знаннях і адаптувати навчальні матеріали до потреб конкретного студента.

У контексті вивчення англійської мови ШІ виявляється передусім у таких функціях: автоматичне оцінювання мовлення та письма, адаптивне тренування лексики та граматики, інтелектуальні чат-боти, автоматизоване створення текстів, переклад і редагування. О. Задорожна та В. Сулим наголошують, що «штучний інтелект – це сфера науки, у якій вирішуються проблеми програмного чи апаратного моделювання інтелектуальних видів людської діяльності» (Задорожна, Сулим, 2023: 333). Нині існує широкий спектр застосунків і платформ, які використовують штучний інтелект для навчання англійської мови. Серед них найбільш поширені:

- 1) ChatGPT – мовна модель, яка здатна генерувати тексти, пояснювати граматичні правила, моделювати діалоги, перекладати й аналізувати помилки (за Т. Лелекою, «використання ChatGP для вивчення іноземної мови – це новий та унікальний підхід, який може допомогти студентам покращити свої мовні навички. Його можна використовувати для

спілкуватися іноземною мовою, створювати контент, вирішувати проблеми, автоматично перекладати текст та вивчати ідіоми та сленг. Незважаючи на деякі обмеження, використання ChatGPT може бути дуже корисним для студентів, які хочуть вивчити іноземну мову швидко та ефективно»; Лелека, 2023: 171);

2) Grammarly — інструмент для перевірки письма, який аналізує граматику, пунктуацію, стиль та надає рекомендації щодо покращення тексту;

3) Quillbot, Reverso, DeepL — сервіси, які поєднують функції перекладу та лексичного аналізу, особливо корисного для академічного письма;

4) Duolingo, Elsa Speak — мобільні застосунки, які використовують елементи гейміфікації та ШІ для формування мовленнєвих навичок (Elsa, зокрема, має функцію розпізнавання вимови з автоматичним зворотним зв'язком);

5) Khanmigo, Socratic by Google — освітні помічники, які допомагають розв'язувати завдання й пояснювати складні теми у формі діалогу.

Застосування штучного інтелекту у вивченні англійської мови має цілий ряд переваг, серед яких варто виділити *індивідуалізацію навчання* (ШІ аналізує прогрес і підлаштовує навчальний контент); *швидкий зворотний зв'язок* (користувач одразу бачить помилки та способи їх виправлення); *гнучкість і доступність* (навчання можливе в будь-який час і в будь-якому місці); *підвищення мотивації* завдяки гейміфікації («ігрові елементи використовують для студентів з метою використання ігрових практик та механізмів у неігровому контексті для залучення користувачів до вирішення проблем»; Зубенко, 2023: 82); *візуалізації та інтерактивності*. Інтеграція ШІ у навчання англійської мови сприяє формуванню автономії студента — здатності самостійно планувати, організовувати та контролювати власний навчальний процес. Завдяки широкому спектру функцій (перевірка письма, переклад, пояснення граматики, моделювання діалогів) користувач має змогу навчатися поза межами аудиторії, у власному темпі та відповідно до власного рівня.

ШІ також відіграє важливу роль у розвитку навичок самоконтролю та саморефлексії. Наприклад, аналіз помилок у Grammarly чи рецензії ChatGPT на власне письмове висловлювання допомагають студентам усвідомити свої слабкі сторони й скерувати увагу на їх подолання. У такий спосіб ШІ стає не лише інструментом, а й своєрідним тьютором у навчальному процесі. Робота зі штучним інтелектом активізує критичне мислення студентів: вони вчаться оцінювати достовірність отриманої інформації, відрізняти корисні поради від хибних, порівнювати різні мовні варіанти, формулювати точні запити. У контексті вивчення англійської мови це сприяє не лише мовленнєвій компетентності, а й формуванню цифрової грамотності — ключової навички сучасного фахівця. Таким чином, застосування ШІ сприяє переходу від пасивного засвоєння знань до активного, свідомого та цілеспрямованого навчання, що відповідає сучасним вимогам до компетентного користувача мови.

Ба більше, «ШІ в освіті дозволяє перейти від стандартного, універсального підходу до індивідуалізованого навчання. Алгоритми й інтелектуальні системи аналізують потреби й можливості кожного студента, генерують персоналізовані завдання й матеріали, що не лише полегшує процес навчання, але й дозволяє викладачам краще розуміти індивідуальні особливості студентів. Педагогічна інновація з використанням ШІ допомагає створити сприятливе середовище, де кожен може розвивати свої здібності найбільш ефективним способом. Однак водночас із численними перевагами з'являються й складні задачі. Важливо забезпечити належне використання технологій і збереження гуманітарних аспектів навчання. Успішна інтеграція штучного інтелекту в освіту потребує не тільки технічних знань, але й уваги до соціокультурних аспектів і потреб учасників освітнього процесу. Такий шлях сприяє розвитку кожного випускника, готуючи його до конкурентного середовища на ринку праці» (Романишин, Чухно, Фийса, 2023: 5) тощо.

Разом із позитивними зрушеннями виявлено ще виклики, пов'язані з використанням штучного інтелекту. Частина студентів почала зловживати можливостями ШІ, використовуючи

його для виконання завдань без реального осмислення матеріалу. Л. Савицька, К. Ковальова, І. Безугла звертають увагу на надмірне захоплення технологіями, що може спричинити розвиток залежності від них: «існує також занепокоєність надмірною залежністю від інструментів ШІ, що потенційно може призвести до зменшення людської взаємодії, яка має вирішальне значення у вивченні мови. Незважаючи на те що ШІ може забезпечити технічну точність, деякі особливості людського спілкування, такі як інтонація, емоції та культурний контекст, можуть бути недостатньо враховані системами ШІ» (Савицька, Ковальова, Безугла, 2024: 7). У результаті студенти втрачають навички самостійного аналізу та сприймають відповіді ШІ як абсолютну істину. Наприклад, звикання до автоматичного виправлення помилок у Grammarly або перекладу в DeepL може призвести до зниження рівня мовного контролю, особливо на початкових етапах навчання. Студенти поступово втрачають здатність самостійно редагувати тексти або вивчати нову лексику без підказок. А ще стикаються з проблемами обмеженого розуміння контексту, бо навіть найсучасніші моделі можуть давати помилки у складних мовленнєвих ситуаціях, порушення точності й етики (іноді штучний інтелект дає некоректні поради або спрощує зміст) тощо. Існує також занепокоєність надмірною залежністю від інструментів ШІ, що потенційно може призвести до зменшення людської взаємодії, яка має вирішальне значення у вивченні мови. Незважаючи на те що ШІ може забезпечити технічну точність, деякі особливості людського спілкування, такі як інтонація, емоції та культурний контекст, можуть бути недостатньо враховані системами ШІ.

Одним із найгостріших викликів, пов'язаних із використанням штучного інтелекту в освітньому процесі, є загроза академічній доброчесності. Студенти дедалі частіше використовують генеративні моделі (наприклад, ChatGPT або Quillbot) для автоматичного створення письмових робіт, рефератів або есе. У таких випадках зникає навчальна цінність завдання, адже студент не залучає процес мислення, пошук і аналіз інформації. Це ставить викладача перед новим завданням — розробляти такі форми оцінювання, які орієнтують студентів

не лише на результат, а й на процес, і стимулюють розвиток власного мовного потенціалу. Зокрема, перспективними видаються усні презентації, портфоліо з поетапною фіксацією прогресу, творчі завдання з індивідуалізованим підходом.

Нагадаємо, що ШІ-системи працюють на основі збирання й аналізу великих обсягів даних. У контексті освіти постає питання конфіденційності, безпеки персональної інформації та етики використання чужих текстів. Деякі сервіси можуть зберігати, аналізувати або повторно використовувати введені студентами дані, що створює ризики витоку особистої або академічної інформації. Також етичним викликом є використання текстів, згенерованих ШІ, без належного посилання на джерело, що межує з плагіатом. Це вимагає формування нових академічних норм і політик щодо коректного цитування та використання штучного інтелекту в навчанні.

Висновки. Застосування інструментів штучного інтелекту у процесі вивчення англійської мови у вищій школі відкриває широкі можливості для індивідуалізації, гнучкості та підвищення ефективності освітнього процесу. ШІ є важливим помічником у мовному навчанні, сприяючи розвитку автономного мислення, мотивації та цифрової грамотності студентів. Найпоширеніші застосунки – ChatGPT, Grammarly, Duolingo, DeepL та інші платформи, які студенти використовують для тренування мовних навичок, редагування письмових текстів, перекладу й імітації реального мовного середовища.

Позитивні зміни спостерігаються у зростанні зацікавленості студентів, покращенні якості письма, підвищенні частоти застосування англійської мови в позааудиторній діяльності. Водночас виявлено такі проблеми: загроза академічної нечесності, зниження самостійності, надмірна технологічна залежність, а також питання конфіденційності та етики використання штучного інтелекту. Ефективне впровадження ШІ в освітній процес вимагає оновлення методик викладання, форм оцінювання та розробки чітких рекомендацій щодо академічної доброчесності.

Таким чином, інструменти ШІ можуть стати потужним ресурсом вивчення англійської мови за умови усвідомленого, критичного та етично виваженого їх використання. Подальші

дослідження доцільно спрямувати на розробку педагогічних стратегій, що гармонійно інтегрують ШІ у навчальні програми без шкоди для освітніх цілей.

ЛІТЕРАТУРА

Жукевич І., Спіричева О. Трансформація вивчення іноземної мови: штучний інтелект як інструмент розвитку мовленнєвих навичок студентів. *International Science Journal of Education & Linguistics*. 2024. Vol. 3, No 3. С. 45–55.

Задорожна О. Сулим В. Штучний інтелект як один із засобів вивчення іноземної мови. *Грааль науки*. 2023. № 34. С. 333–335.

Зубенко О. Штучний інтелект і вивчення іноземної мови. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 27, т. 2. С. 80–85.

Лелека Т. ChatGPT як інструмент викладання англійської мови у вищій школі. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2023. Вип. 211. С. 168–172.

Панасюк Т. Гейміфікація як інструмент підвищення мотивації до вивчення англійської мови. *Наукові записки Ніжинського університету. Серія: Психолого-педагогічні науки*. 2023. № 5. С. 123–127.

Романишин І., Чухно Т., Фийса Н. Трансформація методів навчання й викладання англійської мови у вищій школі: використання штучного інтелекту, аналіз впливу, перспективи. *Академічні візії*. 2023. Вип. 24. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/645/583>.

Савицька Л., Ковальова К., Безугла І. Вплив технологій штучного інтелекту на якість навчання вимови іноземних мов у здобувачів вищої освіти. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2024. № 9. С. 1–20.

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS ON LEARNING ENGLISH IN UKRAINE

Natalia I. Boichuk

Lecturer at the Department of Philology and Translation,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,
Ivano-Frankivsk, Ukraine
e-mail: natalabojcuk119@gmail.com

SUMMARY

The article is devoted to the study of the impact of artificial intelligence tools on English language learning in Ukrainian universities. In the context of the modern educational process, AI is becoming an important tool that changes traditional approaches to teaching, particularly in the field of foreign language learning. The paper analyzes the use of such tools as language models, automatic text checking systems (Grammarly, ProWritingAid), online translators (DeepL, Google Translate), and language learning platforms

(Duolingo, Babbel). The article focuses on the opportunities provided by AI for developing student motivation, increasing their autonomy in learning, and developing language skills, which are important aspects in the context of university education.

AI has been shown to have a positive impact on creating personalized learning environments that allow each student to work at their own pace and receive real-time feedback. AI systems can adapt to the needs of students, providing individualized recommendations to improve language skills, stimulate interest in language learning, and reduce the level of stress associated with traditional teaching methods. The article highlights numerous risks and problems that arise in the process of using AI in education. The issue of decreased independence and critical thinking of students is discussed, as they may rely on technology instead of developing their language skills. Particular attention is paid to ethical issues, in particular, the problems of privacy and security of personal data collected when using AI systems.

The conclusions emphasize that for the effective use of AI in education, it is necessary to develop new pedagogical strategies that would consider both the benefits and potential risks of this technology. The importance of a critical attitude to the use of AI, adherence to the principles of academic integrity and the development of students' digital literacy to maximize the effect of the use of artificial intelligence in the educational process is emphasized.

Keywords: artificial intelligence, English language learning, academic integrity, autonomous learning, ethics in education, technology in education.

REFERENCES

- Zhukevych I., Spirycheva O. (2024). Transformatsiia vyvchennia inozemnoi movy: shtuchnyi intelekt yak instrument rozvytku movlennievych navychok studentiv [Transformation of foreign language learning: artificial intelligence as a tool for developing students' speaking skills]. *International Science Journal of Education & Linguistics*. Vol. 3, No 3, pp. 45–55 [in Ukrainian].
- Zadorozhna O., Sulym V. (2023). Shtuchnyi intelekt yak odyin iz zasobiv vyvchennia inozemnoi movy [Artificial intelligence as a tool for learning a foreign language]. *Hraal nauky*. № 34, pp. 333–335 [in Ukrainian].
- Zubenko O. (2023). Shtuchnyi intelekt i vyvchennia inozemnoi movy [Artificial intelligence and foreign language learning]. *Zakarpatski filologichni studii [Transcarpathian Philological Studies]*. Vol. 27, chapt. 2, pp. 80–85 [in Ukrainian].
- Leleka T. (2023). ChatGPT yak instrument vykladannia anhliiskoi movy u vyshchii shkoli [ChatGPT as a tool for teaching English in higher education]. *Naukovi zapysky. Serii: Pedahohichni nauky [Scientific Notes. Series: Pedagogical Sciences]*. Vyp. 211, pp. 168–172 [in Ukrainian].
- Panasiuk T. (2023). Heimifikatsiia yak instrument pidvyshchennia motyvatsii do vyvchennia anhliiskoi movy [Gamification as a tool to increase motivation to learn English]. *Naukovi zapysky Nizhynskoho universytetu. Serii: Psykholoho-pedahohichni nauky [Scientific Notes of Nizhyn University. Series: Psychological and Pedagogical Sciences]*. № 5, pp. 123–127 [in Ukrainian].

Romanyshyn I., Chukhno T., Fyisa N. (2023). Transformatsiia metodiv navchannia y vykladannia anhliiskoi movy u vyshchii shkoli: vykorystannia shtuchnoho intelektu, analiz vplyvu, perspektyvy [Transformation of English Language Learning and Teaching Methods in Higher Education: Use of Artificial Intelligence, Impact Analysis, and Prospects]. *Akademichni vizii*. Vol. 24. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/645/583> [in Ukrainian].

Savytska L., Kovalova K., Bezuhla I. (2024). Vplyv tekhnolohii shtuchnoho intelektu na yakist navchannia vymovy inozemnykh mov u zdobuvachiv vyshchoi osvity [The Impact of Artificial Intelligence Technologies on the Quality of Teaching Foreign Language Pronunciation to Higher Education Students]. *Pedahohichna Akademiia: naukovy zapysky* [*Pedagogical Academy: Scientific Notes*]. № 9, pp. 1–20 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 23.04.2025

УДК 81'11+81'42

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.6>

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСНОВИ АПЕЛЯТИВНОСТІ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Ольга В. Бойко

аспірантка

Київського столичного університету імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна

e-mail: o.boiko.asp@kubg.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6830-6634>

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено аналізу впливу когнітивної еволюції людської свідомості на апеляцію рекламних текстів товарів широкого вжитку. Досліджуються рівні розвитку людської свідомості та їхнє відображення у сучасних мультимодальних текстах товарів широкого вжитку. Метою є студія рекламного дискурсу як когнітивної діяльності в англомовному рекламному дискурсі, а також окреслення основних когнітивних прийомів і лінгвістичних засобів, що використовуються для формування англомовних рекламних повідомлень. Основна увага зосереджена на тому, як когнітивна еволюція впливає на рекламні стратегії. Проаналізовано сім ключових етапів: функціональна комунікація, емоційне залучення, раціональне переконання, соціальні відносини, креативність, аксіологічний та ідеологічний впливи. Кожна стадія проілюстрована прикладами реальних рекламних кампаній, які демонструють, як бренди узгоджують свої повідомлення зі свідомістю споживачів. Дослідження показує, що ефективна реклама використовує когнітивні та емоційні тригери для посилення переконання, лояльності до бренду та залучення споживачів. Основні завдання — розглянути праці українських і закордонних дослідників із проблеми, виокремити й описати рівні когнітивної еволюції та лінгвістичні засоби англомовних рекламних текстів, а також простежити відображення цих рівнів у рекламних текстах через взаємодію з аудиторією та відтворення культурних концепцій через рекламну комунікацію. Студія значною мірою спирається на таблицю еволюційної типології розвитку людської свідомості О. С. Колесника. Стаття показує, як рекламодавці використовують мовний код та інші елементи мультимодальних текстів для створення переконливих кампаній, що мають культурний резонанс і відповідають різним

рівням розвитку людської свідомості. Актуальність дослідження полягає в необхідності осмислення (а) механізмів розширення рекламою нашого розуміння комунікативних процесів; (б) способів сприяння сучасними мультимодальними рекламними текстами ефективній та етичній рекламній комунікації в умовах глобальних трансформацій, а також зміні способів взаємодії з аудиторією через мовні та когнітивні стратегії.

Ключові слова: *реklamний дискурс, мультимодальний рекламний текст, когнітивна еволюція, мовний код, візуальна метафора.*

Вступ. Рекламний дискурс є невіддільною складовою сучасного світу, а тому так чи так впливає на нас. Популяризація товарів через висвітлення їхніх переваг є ключовим завданням сучасної реклами (Voiko, 2021). Мова та способи апеляції рекламних текстів розвиваються разом із еволюцією людського пізнання шляхом відображення різних рівнів когнітивного та емоційного залучення. Дослідження впливу когнітивної еволюції на рекламні стратегії демонструють сім ключових етапів: функціональна комунікація, емоційне залучення, раціональне переконання, соціальні відносини, міжсистемну взаємодію, ідеологічний та концептуально-інформаційний вплив (Колесник, 2020; Колесник, 2024).

Рекламний дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу стає важливим аспектом сучасної комунікаційної парадигми. Аналізуючи способи конструювання значень і взаємодії різноманітних кодів у рекламі, можна розкрити природу впливової суспільної сили, яка відображається у сприйнятті споживачів. Дослідження виконане за допомогою **лінгвістичних методів: семантичний метод, метод контент-аналізу, метод когнітивно-семантичного аналізу текстів рекламних повідомлень та дискурсивного аналізу.** Поєднання цих методів уможливорює комплексне розуміння рекламних текстів, зокрема в лінгвістичному контексті, та рівня їхнього впливу на аудиторію. В контексті даного дослідження обидва методи спрямовані на аналіз мовних засобів мультимодальних текстів, але мають різні підходи: аналіз мовних одиниць рекламних текстів, аналіз їхніх значень, а також аналіз контексту, в якому вони були використані, тоді як дискурсивний аналіз дозволяє

ідентифікувати відображення культурних наративів, соціальної цінності на різних рівнях комунікативної еволюції (Палієнко, 2013; Колесник, 2024).

Дослідження дискурсу відбувається з перспективи різних підходів і напрямів: власне дискурс-аналіз (Дж. Вільямсон, Дж. Блумарт, С. Мілс, С. Тічер); критичний дискурс-аналіз (Н. Ферклоу, Б. Джесоп); прагматичний підхід (Д. Блекмор); когнітивний підхід (Б. Джонстоун). Як стверджує Т. Вільямсон, реклама значною мірою спирається на конотативні значення, побудовані на культурних міфах, стереотипах та ідеологіях, з метою наділення товарів бажаними якостями, які виходять за межі простої денотації.

Основні результати. Визначення дискурсу має широке та вузьке значення, оскільки сам термін є міждисциплінарним. Відтак, у вузькому значенні дискурс — це зв'язне мовленнєве висловлювання (Огієнко, 2012), тоді як у широкому — це спосіб мовлення у поєднанні зі змістом висловлюваного (Словник української мови, 2024), спосіб організації знань, ідей чи досвіду, який вкорінений у мові та її конкретних контекстах (Merriam-Webster, 2024). Під терміном *дискурс* ми услід за О. Д. Македоною розуміємо комунікативно-прагматичний зразок мовленнєвої поведінки учасників реклами, що реалізується шляхом поєднання вербальних та невербальних практик у рекламних текстах (Македонова, 2017) з метою досягнення комунікативної мети.

За таблицею еволюційної типології розвитку людської свідомості О. С. Колесника можна простежити еволюцію свідомості людини, її когнітивних процесів, мови та соціальних ролей. Вона демонструє, як на різних рівнях (базовому, психоемоційному, ментальному, соціально-адаптивному, рівні міжсистемної взаємодії, ціннісних орієнтирів і концептуально-інформаційному) змінюється стиль мислення, підхід до комунікації та використання мови. Рекламні тексти товарів широкого вжитку використовують різні рівні когнітивного та мовного впливу залежно від цільової аудиторії. Таблиця еволюційної типології розвитку людської свідомості О. С. Колесника дає глибоке розуміння того, як реклама взаємодіє з різними рівнями людської свідомості та потреб

(Колесник, 2011). Тож, розглянемо, як ці принципи реалізуються в реальних рекламних текстах.

На першому, фізичному рівні має місце пунктуальний (точковий) тип свідомості, якому притаманні примітивні когнітивні процедури в межах окремих доменів; лінгвістичні компетенції передбачають фрагментарне використання коду, а типовою роллю людини є функціональне виконання типових скриптів. У рекламних текстах цього рівня подається мінімум інформації про продукт, основний акцент зосереджено на базових людських потребах, отже, тексти використовують прості функціональні повідомлення з опорою на загальнозрозумілий код і швидке прийняття рішень. Наприклад, мультимодальний рекламний текст «Snickers *You are not you when you're hungry*» апелює до задоволення базової потреби в їжі шляхом використання квалітатива *hungry* та зображення батончика як задоволення фізичної потреби (рис. 1) (Watch ... Snickers' Ad Campaign, 2022).



Рис. 1. Рекламне оголошення Snickers

Другий рівень розвитку людської свідомості — емоційний — характеризується лінійним типом свідомості, де когнітивні операції мають певні траєкторії та є варіативно обмеженими. Лінгвістичні компетенції характеризуються підмовою, якій притаманне використання суржику та діалектизмів, а в суспільстві людина виконує фатичну роль у типових сценаріях. Рекламні тексти цього рівня характеризуються наявністю діалектних форм слів, емоційним залученням та лінійними наративами. Наприклад, мультимодальний

реklamний текст каблучки *Tiffany* апелює до емоцій за допомогою рекламного тексту «*Make Hearts Fly, Engagement Rings*» та зображення метелика. Візуальні інтенсифікатори: зображення каблучки, а також впізнаваність і асоціативність бренду прикрас «*Tiffany&Co*» позиціонують продукт (каблучку) як джерело емоційного задоволення (радості, щастя). Лінійність рекламного оголошення представлена закликом до дії: «*Shop Engagement Rings*», що демонструє зв'язок між покупкою каблучки та емоційним задоволенням (рис. 2) (*Make Hearts Fly*, 2022).

На третьому (ментальному) рівні розглядається площинний тип свідомості, якому притаманні метафоричність і метонімічність із підпорядкуванням базовим емпіраторам класичної науки. Лінгвістичні компетенції передбачають використання нормативного варіанту мови, а типовою соціальною маніфестацією цього рівня є аналіз або передача логічних та міфологічних структур, властивих конкретному індивіду. Рекламні

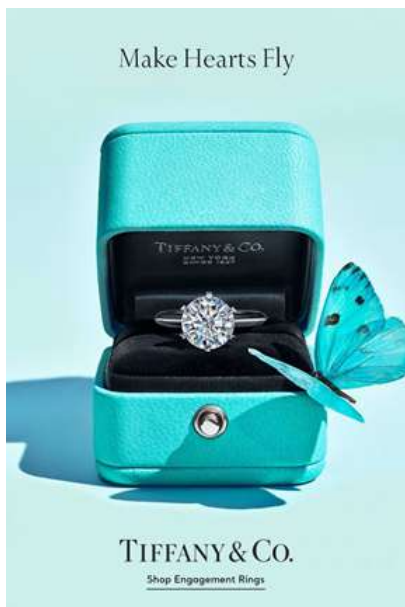


Рис. 2. Рекламне оголошення Tiffany jewelry

тексти цього рівня апелюють до раціональності й аналітичних здібностей споживачів, використовують стандартні мовні конструкції. Переважна більшість рекламних текстів одного рівня просувають гігієнічні товари: мило, зубну пасту, ополіскувачі тощо. Наприклад, рекламний текст рідкого мила використовує логос як «код за замовчуванням», що сприяє раціональній аргументації для переконання споживачів у корисності цього продукту та вигідності його придбання за допомогою фактів, які раціонально підтверджують переваги даного продукту: *4-hour protection, clean hands*,

moisturising, chemical-free, 100% naturally delivered, Remove germs, protects you from million germs (рис. 3) (Foaming hand wash ads, 2022). Проте на цьому рівні можливі також і рекламні оголошення інших товарів, наприклад, спортивного спорядження, в яких надійність компанії «Spalding» розкривається через слоган «*True to the game*», а на якість м'ячів вказує текст рекламного оголошення: «*Everything has changed except the ball*» (рис. 4) (Spalding, 2022).

Четвертим рівнем розвитку людської свідомості є рівень соціальної адаптації. Йому притаманні об'ємна свідомість і застосування усього поля світогляду, а використання концептуальних метафори та метонімії не обмежується рамками «класичної» науки. Лінгвістичні компетенції цього рівня характеризуються різноманітністю стилів, а також наявністю професійних субмов. Тобто соціальна маніфестація людини цього рівня – це ефективна мовна особистість з елементами самореклами. У рекламі цей принцип реалізується через наявність хештегів як елементу цифрової культури та позиціонування як «автопромоутер» певного стилю життя (наприклад, мультимодальний рекламний текст компанії Apple (рис. 5); (Apple targets, 2022), а волюметрична свідомість простежується через об'єднання споживачів у спільноту (наприклад, Apple ком'юніті або реклама окулярів



Рис. 3. Рекламне оголошення Brand



Рис. 4. Рекламне оголошення Spalding

+vision: належність людей, які носять окуляри, до спільноти «розумніших» через текст рекламного оголошення «*You look dumber without glasses*» і візуальний інтенсифікатор – зображення чоловіка з некоректною позицією для задуманого фото (рис. 6) (Advertisement by FCB, 2022).



Рис. 5. Рекламне оголошення Apple



Рис. 6. Рекламне оголошення +Vision

На п'ятому рівні міжсистемної взаємодії розглядається тороподібний тип свідомості, якому притаманні гіперзв'язки між різними варіантами картин світу та між різними представниками різних картин світу. Лінгвістична компетенція передбачає власне створення дискурсу – вільне лінгвістичне моделювання та комунікацію, а типовою соціальною маніфестацією цього рівня є людина-творець, координатор на



Рис. 7. Рекламне оголошення Nike

рівні соціумів. Рекламні тексти цього рівня апелюють до цінностей свободи, творчості та групової ідентичності, використовують складні концепти та алюзію. Наприклад, мультимодальний рекламний текст кросівок «Nike» наголошує на здоровому способі життя, демонструючи кросівки у формі легень та текст «*They keep you alive*», таким чином акцентуючи на підтримці здоров'я та належності до спільноти спортивних = здорових (рис. 7) (Marketing Design, 2022).

Шостий рівень розвитку людської свідомості — аксіологічний — характеризується тороподібним типом свідомості, якому притаманні багатовимірна концептуалізація

в динамічних системах координат, використання моделей оксюморонного типу й аксіологічних концептів для вибору вектору розвитку генерованої концептуальної системи. Лінгвістичні компетенції цього рівня характеризуються використанням в аналітичних та творчих цілях багатокодових взаємодій в полі семіосфери. Соціальна маніфестація людини цього рівня — лідер національного масштабу, творець доктрин, образів світу, модифікатор коду тощо. Рекламні тексти цього рівня апелюють до загальнолюдських цінностей, призначення та соціального внеску. Наприклад, мультимодальні рекламні тексти LEGO переосмислюють поняття *Brainfood* «інформація для роздумів» як креативний розвиток дітей і транслують філософію бренду, що конструктор — це не просто іграшка, а дитячий розвиток, за допомогою номінативів *Brainfood* (рис. 8) (Pure Food, 2022; Farlex Dictionary of Idioms, 2015),



Pure Brainfood.

Рис. 8. Рекламне оголошення
LEGO



Рис. 9. Рекламне оголошення
LEGO

future та слогана «*Build the future*», які підкреслюють важливі позитивні зміни в майбутньому за допомогою візуального інтенсифікатора (рис. 9) (LEGO, 2022).

На сьомому (концептуально-інформаційному) рівні тип свідомості характеризується багатовимірним потоком із одночасним рухом у необмеженій кількості просторів. Когнітивні процеси цього рівня окреслюються концептуальною інверсією та перезавантаженням ноосферних смислів, а лінгвістичні компетенції передбачають синтетичне вербальне моделювання альтернативних світів. Соціальна маніфестація людини цього рівня — лідер світового масштабу, творець цивілізаційних моделей. Рекламним текстам цього рівня властиві багатовимірність і багатопросторовість: одночасна апеляція до різних смислових і культурних вимірів, перевертання усталених концептів і створення нових смислів через руйнування стереотипів, вихід за межі комерційної комунікації до глобальних ідей і впливу на колективну свідомість людства, а також створення цілісних систем цінностей, а не окремих продуктових переваг як моделювання альтернативного світу.

DON'T BUY THIS JACKET



Рис. 10. Рекламне оголошення Patagonia

Наприклад, у рекламному тексті «Patagonia» заголовок «*Don't Buy This Jacket*» (рис. 10) (Don't buy this jacket, 2022) здійснює концептуальну інверсію самої ідеї реклами, пропонуючи переосмислити систему споживання на планетарному рівні (нижче в рекламному тексті: детальний опис екологічних витрат на виробництво куртки) та залучаючи споживачів до колективної відповідальності за екосистему Землі, а заклик *Reduce, Repair, Reuse, Recycle* створює альтернативну модель споживачької поведінки. Таким чином, це рекламне оголошення працює одночасно в комерційному, екологічному, етичному та філософському просторах, створюючи між ними складні взаємозв'язки.

У кожному з нас є частинка кожного типу свідомості, яка виявляється залежно від ситуації та соціальної ролі. Оскільки в кожній людини різний баланс акцентуації цих рівнів, то, відповідно, і рекламні тексти можуть одночасно апелювати до поєднання кількох рівнів в одному рекламному тексті. Очевидно, що відображення різних рівнів когнітивного та мовного впливу мають кардинально різну частотність представлення у рекламних текстах, оскільки тут варто зважати на їхню цільову аудиторію, актуальність послуг та частоту.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження впливу когнітивної еволюції людської свідомості на мову й апеляцію рекламних текстів товарів широкого вжитку виявило багаторівневу структуру рекламного дискурсу, що відображає різні стадії когнітивного розвитку людини. Аналіз емпіричного матеріалу засвідчив, що сучасна реклама функціонує

одночасно на кількох когнітивних рівнях – від базового функціонального до найвищого концептуально-інформаційного. У рекламних текстах товарів широкого вжитку апеляція зазвичай відбувається на кількох рівнях одночасно, проте один із рівнів може домінувати. Особливу увагу привертає здатність ефективних рекламних текстів інтегрувати мультимодальні компоненти для створення цілісного впливу на споживача. Встановлено, що еволюція рекламного дискурсу відбувається не лінійно, а за принципом нашарування нових когнітивних стратегій на попередні. Найбільш ефективними виявляються рекламні повідомлення, що поєднують раціональні аргументи з емоційними тригерами та соціокультурними наративами. Перспективами подальших досліджень убачаємо вивчення крос-культурних особливостей когнітивних стратегій у рекламі та їхню адаптацію до глобальних трансформацій комунікативного простору.

ЛІТЕРАТУРА

Колесник О. С. Міфологічний простір крізь призму мови та культури: монографія. Чернігів : РВВ ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2011. 312 с.

Колесник О. С. Системні основи мовного моделювання. *Науковий вісник Чернівецького університету*, 2020. № 823. С. 112–117.

Колесник О. С. Семантичне поле «КАТАСТРОФА» у картинах альтернативних світів: квантитативний вимір. *Studia Philologica*, 2024. № 1 (22). С. 96–116.

Македонова О. Д. Лінгвостилістична організація та прагматичне функціонування англійськомовного рекламного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2017. 229 с.

Огієнко І. С. Дискурс та підходи до його аналізу: погляди на проблему сучасних англomовних дослідників. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*, 2012. № 23. С. 98–102.

Палієнко А. М. Семіотичний аналіз медіатексту: теоретичні основи. *Вісник Чернівецького національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки*, 2013. № 111. С. 225–228.

Словник української мови. URL: <https://sum.in.ua> (дата звернення: 25.01.2024).

Advertisement by FCB, Argentina | Healthcare advertising, Guerilla marketing, Creative advertising campaign [Зображення]. 2022 (б. д.). URL: <https://www.pinterest.com/pin/858076535273474197/>.

Apple targets Android switchers in latest series of simple ads. 2022 [Зображення]. (б. д.). Cult of Mac. URL: <https://www.cultofmac.com/news/switch-to-iphone-ads>.

Boiko O. V. Modern English advertisements of toothpaste: Rhetoric perspective. *Studia Philologica*. 2021. № 2 (17). P. 15–20.

Don't buy this jacket black friday and the New York times. 2022 [Зображення]. (б. д.). eu.patagonia.com. <https://eu.patagonia.com/dk/en/stories/dont-buy-this-jacket-black-friday-and-the-new-york-times/story-18615.html>.

Farlex Dictionary of Idioms (2015). URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/brainfood>. Retrieved March 24 2025.

Foaming hand wash ads, dispenser bottle with transparent bubbles and glitter bokeh background in 3d illustration | Minh họa 3d, Bokeh, Etsy. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/1jpEJbI>.

LEGO brings fantastical moments to life in latest advertising campaigns | Lego print, Lego poster, Creative advertising. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/2nLmxQ1>.

Make Hearts Fly | Tiffany engagement ring, Tiffany engagement, Jewelry rings engagement. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/2STnQID>.

Marketing Design – Everything about Marketing Graphic Design | Creatividad publicitaria, Nike publicidad, Publicidad inteligente. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/20onrxy>.

Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (date of access: 25.01.2024).

Pure 🍷 Food 🍷 1 LEGO | Lego food, Lego, Ads creative. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/6KzAovZ>.

Spalding | Sports advertising, Print advertising, Creative advertising. 2022 [Зображення] (б. д.). URL: <https://pin.it/5MhfLRd>.

Watch Jürgen Klopp's Hangry Moment in Snickers' Ad Campaign. 2022 [Зображення] (б. д.). Digital Tripathi. URL: <https://www.digitaltripathi.com/ad-library/snickers-ad-with-jurgen-klopp/>.

LINGUISTIC AND COGNITIVE BASES OF ADVERTISING DISCOURSE APPEAL

Olha V. Boiko

PhD student

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,

Kyiv, Ukraine

e-mail: o.boiko.asp@kubg.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6830-6634>

SUMMARY

The article is devoted to the analysis of the influence of the cognitive evolution of human consciousness on consumer goods advertising texts appeals. This article explores the levels of development of human consciousness and their reflection in modern multimodal consumer goods texts. The aim of the article is to explore advertising discourse as a cognitive activity in English-language advertising discourse, as well as to outline the main cognitive techniques and linguistic means

in the formation of English-language advertising messages. The main focus is on how cognitive evolution affects advertising strategies. The article analyses seven key stages: functional communication, emotional involvement, rational persuasion, social relations, creativity, axiological and ideological influences. Each stage is illustrated by real-life advertising campaigns that demonstrate how brands align their messages with the minds of consumers. The research shows that effective advertising uses cognitive and emotional triggers to increase persuasion, brand loyalty and consumer engagement. The main objectives are to review the work of Ukrainian and foreign researchers on the issue, to identify and describe the levels of cognitive evolution and linguistic means of English-language advertising texts, and to trace the reflection of these levels in interaction with the audience and the reproduction of cultural concepts through advertising communication. This article is largely based on O. Kolesnyk's table of evolutionary typology of human consciousness development. The article shows how advertisers use the language code and other elements of multimodal texts to create persuasive campaigns that have cultural resonance and correspond to different levels of human consciousness. The relevance of the study is to understand how advertising expands our understanding of communication processes, as well as how modern multimodal advertising texts contribute to effective and ethical advertising communication in the context of global transformations and changes in the ways of interacting with the audience through linguistic and cognitive strategies.

Keywords: *advertising discourse, multimodal advertising text, cognitive evolution, language code, visual metaphor.*

REFERENCES

- Advertisement by FCB (2022). Argentina | Healthcare advertising, Guerilla marketing, Creative advertising campaign. URL: <https://www.pinterest.com/pin/858076535273474197/>.
- Apple targets (2022). Android switchers in latest series of simple ads. Cult of Mac. URL: <https://www.cultofmac.com/news/switch-to-iphone-ads>.
- Boiko O. V. (2021). Modern English advertisements of toothpaste: Rhetoric perspective. *Studia Philologica*, № 2 (17), pp. 15–20.
- Don't buy this jacket (2022), black friday and the new york times. Patagonia. URL: <https://eu.patagonia.com/dk/en/stories/dont-buy-this-jacket-black-friday-and-the-new-york-times/story-18615.html>.
- Farlex Dictionary of Idioms (2015). URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/brainfood>. Retrieved March 24, 2025.
- Foaming hand wash ads (2022), dispenser bottle with transparent bubbles and glitter bokeh background in 3d illustration | Minh họa 3d, Bokeh, Etsy. URL: <https://pin.it/1jpEJbI>.
- Kolesnyk O. S. (2011). Mifolohichniy prostir kriz pryzmu movy ta kultury [Mythological space through the prism of language and culture]: monohrafiia. Chernigiv : RVV ChNPU imeni T. H. Shevchenka [Editorial and Publishing Department of T. H. Shevchenko Chernihiv National Pedagogical University] [in Ukrainian].

Kolesnyk O. S. (2020). Systemni osnovy movnoho modeliuvannia [Systemic premises of lingual modeling]. *Hermanska filolohiia. Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu* [Germanic Philology. Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University], № 823, pp. 112–117 [in Ukrainian].

Kolesnyk O. S. (2024). Semantychne pole «KATASTROFA» u kartynakh alternatyvnykh svitiv: kvantytatyvnyi vymir [The semantic field ‘CATASTROPHE’ in the paintings of alternative worlds: quantitative dimension]. *Studia Philologica*, № 1 (22), pp. 96–116 [in Ukrainian].

LEGO (2022) brings fantastical moments to life in latest advertising campaigns | Lego print, Lego poster, Creative advertising. URL: <https://pin.it/2nLmxQ1>.

Make Hearts Fly (2022) | Tiffany engagement ring, Tiffany engagement, Jewelry rings engagement. 2022. URL: <https://pin.it/2STnQID>.

Makiedonova O. D. (2017). Linhvostylistychna orhanizatsiia ta prahmatychne funktsionuvannia anhliiskomovnoho reklamnoho dyskursu [Linguostylistic Organization and Pragmatic Functioning of the English Advertising Discourse]. *Zaporizhzhia : Zaporizkyi natsionalnyi universytet* [Zaporizhzhia National University] [in Ukrainian].

Marketing Design (2022) – Everything about Marketing Graphic Design | Creatividad publicitaria, Nike publicidad, Publicidad inteligente. URL: <https://pin.it/20onrxY>.

Merriam-Webster (2022). America's Most Trusted Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (date of access: 25.01.2024).

Ohiienko I. S. (2012). Dyskurs ta pidkhody do yoho analizu: Pohliady na problemu suchasnykh anhlo-movnykh doslidnykiv [Discourse and approaches to its analysis: Views on the problem of modern English-speaking researchers]. *Naukovi zapysky. Seriia «Filolohichna»* [Scientific notes. Series ‘Philological’], № 23, pp. 98–102 [in Ukrainian].

Paliienko A. M. (2013). Semiotychnyi analiz mediatekstu: teoretychni osnovy. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Seriia: Pedahohichni nauky* [Bulletin of Chernihiv National Pedagogical University. Series: Pedagogical Sciences], № 111, pp. 225–228 [in Ukrainian].

Pure 🍷 Food 🍷 1 LEGO (2022) | Lego food, Lego, Ads creative. URL: <https://pin.it/6KzAovZ>.

Slovnyk ukrainskoi movy (2024). [Dictionary of the Ukrainian language]. Tlumachni slovnyky ukrainskoi movy [Tlumachni Dictionaries of the Ukrainian language]. URL: <https://sum.in.ua>.

Spalding (2022) | Sports advertising, Print advertising, Creative advertising. URL: <https://pin.it/5MhfLRd>.

Watch Jürgen Klopp's Hangry Moment in Snickers' Ad Campaign (2022). Digital Tripathi. URL: <https://www.digitaltripathi.com/ad-library/snickers-ad-with-jurgen-klopp/>.

Стаття надійшла до редакції 02.04.2025

УДК 811.124:378.4:61

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.7>

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ В МЕДИЧНІЙ ОСВІТІ

Тетяна В. Громко

доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри англійської філології та перекладу
Українсько-німецького навчально-наукового інституту
Національного університету «Одеська політехніка»,
Одеса, Україна
e-mail: hromkot@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4661-4302>
Scopus ID: 59660485900

Євгенія Громко

здобувач рівня «Магістр», І медичний факультет
Харківського національного медичного університету;
здобувач рівня «Бакалавр»
Інституту дистанційної та заочної освіти
Національного університету «Одеська політехніка»,
Одеса, Україна
e-mail: yevheniihromko@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-2454-4608>
Scopus ID: 58808639600

АНОТАЦІЯ

У статті здійснено комплексний аналіз ролі латинської мови в системі професійної медичної освіти на теренах континентальної Європи та в англomовних країнах. На основі порівняльного підходу розглянуто історичні витоки закріплення латини як академічної мови медицини, її нормативно-документальне підґрунтя в університетських статутах та європейських законодавчих актах, а також сучасні освітні стратегії, які забезпечують збереження й адаптацію латини до нових освітніх реалій. Акцентовано на тому, що латина продовжує відігравати значну роль у формуванні термінологічної, когнітивної та культурологічної компетентностей майбутніх медиків, а також перекладачів спеціалізованих текстів навіть

попри її витіснення з мов безпосередньої клінічної комунікації. Особливу увагу приділено порівнянню підходів до викладання латинської мови в університетах Німеччини, Польщі, Італії та Франції, де латина інтегрована в базові навчальні плани, із практиками англomовних країн (Велика Британія, США), де її функціонування обмежено до термінологічного рівня. Уперше в українському науковому дискурсі узагальнено міжнародний досвід сертифікації викладачів латини для медичних закладів, зокрема в контексті цифрової освіти та дистанційного навчання. Описано інноваційні методики викладання (модульне структурування, гейміфікація, кейс-метод), що поєднують традиційну філологічну основу з потребами сучасної медичної термінології. Доведено, що латина є важливим інструментом міждисциплінарного та міжкультурного професійного розвитку, а її збереження як навчальної дисципліни сприяє гармонізації освітніх стандартів у межах Європейського простору вищої освіти.

Ключові слова: латинська мова, медична освіта, термінологічна компетентність, міждисциплінарний підхід, європейські освітні моделі, підготовка перекладачів, цифровізація освіти.

Вступ. Латинська мова, яка протягом багатьох століть виконувала функцію *lingua franca* європейської науки та медицини, і сьогодні зберігає свою вагомую роль у формуванні професійної термінологічної компетентності медичних працівників та перекладачів спеціалізованих текстів. Починаючи із середньовічної епохи, латина була офіційною мовою медичних факультетів університетів Європи, закріплюючи свою позицію у численних нормативних документах освітніх установ, таких як *Статут медичного факультету Паризького університету (Constitutio Facultatis Medicae Universitatis Parisiensis)* (близько 1270 р.), що регламентував використання латини як мови викладання, екзаменування та написання медичних трактатів, та *Статуту медичного факультету Краківського університету (Statuta Facultatis Medicae Universitatis Cracoviensis)* (1405 р.), які закріплювали обов'язковість латини для професійної підготовки лікарів та наукової діяльності, а відтак встановлювали обов'язкове використання латини як мови викладання та медичної комунікації (Haskins, 1923: 28; Kowalewski, 1998: 59).

З історичної перспективи значення латинської мови в медичній освіті Європи поступово еволюціонувало: з одного

боку, її статус як мови наукових трактатів та клінічної документації поступово витіснявся національними мовами; з іншого — її роль у закріпленні стандартизованої термінології залишалася непохитною. Підтвердження цього факту низкою сучасних документів, таких як *World Directory of Medical Schools* (WDMS) (World Directory of Medical Schools, 2023), визнає необхідність формування термінологічної компетентності майбутніх медиків і знання латинського та грецького походження основних термінів включно.

Нині латина, хоча й не є мовою безпосередньої комунікації в клінічній практиці, зберігає стійке місце в навчальних програмах медичних університетів більшості країн Європи як елемент академічної традиції та інструмент формування термінологічної культури. У контексті сучасної української медичної освіти латинська мова й основи медичної термінології передбачені Стандартом вищої освіти України для галузі знань 22 «Охорона здоров'я», де вони входять до переліку нормативних дисциплін для бакалаврського та магістерського рівнів (Міністерство освіти і науки України, 2019; 2023). У наших наукових студіях зазначається, що латина виконує низку функцій — пізнавальну, комунікативну, культурологічну, термінологічну та когнітивну. Так, у лінгвістичному аналізі лексики терапевтичного профілю доводиться сталість латинських основ у професіоналізмі, що позначають лікарські спеціальності (Громко, 2022). У методико-лінгвістичному плані розкривається потенціал латинської мови як засобу розвитку лінгвістичного мислення майбутніх медиків і перекладачів, із виокремленням стратегій, які поєднують лінгводидактику з термінологічною компетентністю (Громко, 2024). До того ж, актуальність латини як міжкультурного інструмента й основи інтерлінгвістичного розвитку простежується також у спільній розвідці, де латина представлена як ключ до опанування європейських мов і цивілізаційного коду медицини (Громко, Мітіна, 2024). Ці положення узгоджуються з європейськими тенденціями збереження латини в професійній освіті як компонента академічної спадщини, що водночас підтримує когнітивну дисципліну майбутнього спеціаліста (див. також: Шпанько, 2015).

Подібні регламенти діють і в Німеччині, де курс латини інтегровано в структуру базової підготовки медиків відповідно до *Approbationsordnung für Ärzte* (Ліцензійна постанова для лікарів) (Bundesministerium für Gesundheit, 2002), а також у Польщі згідно з *Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie standardów kształcenia dla kierunków lekarskich* (Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, 2019).

Проте в англومовних країнах, таких як Велика Британія та США, латинська мова не є частиною обов'язкової медичної освіти, що підтверджується освітніми стандартами *General Medical Council* (Велика Британія) та *Liaison Committee on Medical Education* (США), які не включають латину до переліку базових дисциплін (General Medical Council, 2022; Liaison Committee on Medical Education, 2023). Це, однак, не означає відсутності латини в медичних дискурсах цих країн: вона залишається основою термінології, але не потребує від студентів глибокого вивчення граматики.

У контексті зазначених тенденцій особистий досвід перебування в освітніх і дослідницьких установах країн Європейського Союзу та Великої Британії засвідчує значну варіативність моделей інтеграції латини в медичну освіту, що вимагає системного аналізу для визначення ефективних практик. У континентальній Європі зберігається традиція вивчення латини як повноцінної мовної дисципліни, тоді як в англومовних країнах латина представлена переважно як компонент медичної термінології без поглибленого вивчення граматики (Smith & Roberts, 2017: 210; Liaison Committee on Medical Education, 2023: 134).

Метою нашої розвідки є аналіз сучасного європейського досвіду викладання латинської мови в медичних університетах та порівняння підходів, що реалізуються у континентальних країнах Європи та в англومовних державах. Особлива увага приділяється ролі латини у формуванні професійної термінологічної компетентності як майбутніх лікарів, так і перекладачів медичних текстів, а також визначенню перспектив цього напрямку в умовах глобалізації вищої освіти. На основі окресленої мети дослідження визначаються такі **завдання**:

1) проаналізувати історичні передумови інтеграції латинської мови в систему медичної освіти Європи та її нормативно-документальне закріплення;

2) дослідити сучасний стан викладання латини в медичних університетах континентальної Європи та англomовних країн із аналізом освітніх стандартів і навчальних програм включно;

3) здійснити порівняльний аналіз підходів до викладання латини у формуванні професійної термінологічної компетентності медичних працівників та перекладачів;

4) визначити перспективи розвитку й адаптації викладання латинської мови в умовах глобалізації медичної освіти.

Матеріали та методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс методів: *порівняльно-зіставний аналіз* нормативно-документальних баз медичних університетів країн Європейського Союзу, Великої Британії та США, що дозволяє виявити спільні та відмінні риси в підходах до викладання латини; *метод контент-аналізу* навчальних програм і стандартів вищої освіти з медичних спеціальностей, зокрема *Стандарту вищої освіти України для спеціальності 222 «Медицина»*, *Approbationsordnung für Ärzte* (Німеччина), *Rozporządzenia w sprawie standardów kształcenia dla kierunków lekarskich* (Польща), а також *Outcomes for graduates* (ГМС, Велика Британія) та *Functions and Structure of a Medical School* (LCME, США); *метод експертного опитування* викладачів латинської мови та медичної термінології у вищих навчальних закладах України, Польщі, Німеччини, зокрема у процесі спостереження за навчальними процесами під час закордонних стажувань і академічних обмінів; *deskриптивний метод* для опису освітніх моделей, які формують термінологічну компетентність через вивчення латини; *аналіз джерел* сучасної фахової літератури, присвяченої викладанню латинської мови в медичних університетах (Smith & Roberts, 2017; Müller, 2021; Pirota, 2020). Таке поєднання методів дозволяє обґрунтувати комплексне бачення європейського досвіду викладання латинської мови в медичній освіті та його значення для професійної підготовки медиків і перекладачів.

Результати дослідження

Латинська мова в історії медичної освіти Європи. Формування медичної освіти в Європі тісно пов'язане з латинською мовою, яка відігравала провідну роль у становленні університетської науки. Від часу заснування перших медичних факультетів в Болоньї (1088 р.), Парижі (1150 р.), Оксфорді (1167 р.) латина закріпилася єдиною мовою викладання, наукових трактатів і клінічної практики. Відповідно до *Constitutio Facultatis Medicae Universitatis Parisiensis* (1250 р.) та подібних статутних документів інших європейських університетів, латина була обов'язковою мовою фахового спілкування, захисту дисертацій та ведення медичних записів (Haskins, 1923: 32; Kowalewski, 1998: 71; Szymborski, 2011: 37). Цей статус латини був закріплений також в канонічному праві, зокрема в документах Четвертого Латеранського собору (1215 р.), що регламентували стандарти освіти для духовенства та медиків (про канон 11 див.: Tanner, 1990). Протягом епохи Відродження та Нового часу латина залишалася ключовою мовою анатомічних атласів, фармакопей та медичних енциклопедій, зокрема у працях Андреаса Везалія (*De humani corporis fabrica*, 1543 р.) та Вільяма Гарвея (*Exercitatio Anatomica de Motu Cordis et Sanguinis in Animalibus*, 1628 р.) (Vesalius, 1543: 89; Harvey, 1628: 142).

Значення латини в медичній освіті почало змінюватися в XVIII–XIX століттях під впливом просвітницьких ідей та розвитку національних мов як мов науки. Проте навіть у цей період латинська термінологія зберігала свою роль у стандартизації медичних знань, що засвідчують редакції національних фармакопей (наприклад, *Pharmacopoea Londinensis*, *Pharmacopoea Germanica*), які тривалий час друкувалися латинською (Wall, 1997: 65).

У XX столітті, зокрема після Другої світової війни, латина поступово втратила позиції як мова навчання, поступаючись місцем національним мовам, а згодом — англійській як глобальній мові науки. Однак її значення як основи медичної термінології було офіційно закріплене в ряді нормативних документів, зокрема в *International Code of Nomenclature of Diseases* (ICD) та *International Code of Zoological Nomenclature* (ICZN), де

латина визначена мовою номінації (World Health Organization, 2019: 51).

Сучасні освітні стандарти, такі як *European Directive 2005/36/EC* щодо визнання професійної кваліфікації медичних працівників, прямо не вказують на обов'язковість латинської мови, але вимагають засвоєння стандартизованої термінології, значна частина якої має латинське чи грецьке походження (European Parliament and Council, 2005). Як зазначає німецький лінгвіст Крістіан Мюллер, «латина є не просто мовою минулого, а стабілізуючим елементом міжкультурної комунікації медицини» (Müller, 2021: 213). Звідси спостережено, що історичний розвиток заклав підґрунтя для подальших дискусій щодо ролі латини в сучасній медичній освіті, визначаючи її як елемент культурного спадку та інструмент термінологічної стандартизації.

Сучасний стан викладання латини в медичних університетах континентальної Європи. У континентальній Європі латинська мова зберігає стійкі позиції в системі медичної освіти, виконуючи роль не лише історико-культурного елемента, а й практичного інструмента формування термінологічної компетентності. Відповідно до національних освітніх стандартів, латина є обов'язковою складовою навчальних програм медичних університетів у Німеччині, Польщі, Італії, Іспанії, Франції, що підтверджується регламентами *Approbationsordnung für Ärzte* (Німеччина) (Bundesministerium für Gesundheit, 2002), *Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego* (Польща) (Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, 2019), *Decreto Ministeriale 270/2004* (Італія), *Arrêté du 8 avril 2013* (Франція).

У Німеччині вивчення латини на медичних факультетах розглядається як складова підготовки до засвоєння не лише термінології, а й фахових текстів із медичної історії та етики (Müller, 2021). Польські освітні стандарти визначають латину як частину блоку гуманітарних дисциплін, що сприяють розширенню професійного кругозору студентів-медиків (Kowalczyk, 2020). Італія, як країна з глибокими класичними традиціями, інтегрує латину в обов'язкову мовну підготовку

майбутніх лікарів, звертаючи увагу не лише на граматичні основи, а й на стилістику медичних текстів (Rossi, 2019).

Французька модель передбачає адаптацію курсу латини під потреби медичних спеціальностей, із включенням тематичних модулів із фармацевтики та біології (Durand, 2020). Такий підхід дозволяє оптимізувати вивчення латинської мови відповідно до фахового профілю студента, що є ознакою гнучкості континентальної системи.

На думку лінгвістки Лаури Піротти, латина в європейських медичних університетах функціонує не лише як інструмент збереження термінологічної точності, але й як чинник розвитку когнітивної компетентності студентів, адже «знання структури латинської мови допомагає краще усвідомити логіку термінів та їхні внутрішні зв'язки» (Pirrotta, 2020).

Таким чином, континентальна модель освіти забезпечує цілісне опанування латинської мови: від граматичних засад до прикладного застосування в медичному дискурсі. Ця система підтримує не лише історичну спадщину, а й відповідає сучасним потребам медичної професії.

Англомовний підхід до викладання латини в медичних університетах. У країнах англосаксонської правової та освітньої традиції, зокрема у Великій Британії, США, Канаді й Австралії, латинська мова не посідає систематичного місця в програмах підготовки медиків. Це зумовлено історичною трансформацією мовної політики вищої освіти, яка з другої половини XX століття орієнтована на прикладний підхід до формування професійних компетентностей (Smith & Roberts, 2017). Відповідно до *Outcomes for graduates* (General Medical Council, 2022) у Великій Британії та *Functions and Structure of a Medical School* (LCME, 2023) у США, латинська мова відсутня у переліку обов'язкових освітніх компонентів медичних програм, а увага приділяється лише опануванню традиційної термінології.

Цей підхід передбачає вивчення медичної термінології у форматі готових словників і глосаріїв без залучення граматичних чи синтаксичних аспектів латинської мови. Основна увага зосереджена на значенні термінів, їхньому застосуванні в клінічній практиці та міждисциплінарній комунікації (Jones, 2018). Як наслідок, знання латини вважається надмірним для

медичних спеціальностей, а навчальні програми сконцентровані на розвитку клінічних навичок, етики, біомедичних дисциплін та комунікації з пацієнтами (De Troyer, 2019.).

Однак, як підкреслюють дослідники Джеймс Сміт та Мері Робертс, такий підхід має як переваги, так і недоліки: «економія часу та ресурсів, спрямованих на опанування практичних компетентностей, супроводжується поверхневим засвоєнням термінологічного апарату без глибокого розуміння етимології й морфологічних закономірностей» (Smith & Roberts, 2017: 136). Це підтверджує й Крістофер Джонс, який зазначає, що «відсутність знань латинської граматики ускладнює інтерпретацію нових або рідкісних термінів, що знижує рівень термінологічної компетентності медичних працівників» (Jones, 2018: 78).

Попри це в освітніх установах Великої Британії та США зберігаються факультативні курси латини або класичних мов для студентів, які бажають розширити свої знання в гуманітарній галузі. Зокрема, Кембриджський та Оксфордський університети пропонують курси латини для студентів факультетів класичних студій, але ці курси не інтегровані в програми медичних факультетів (University of Cambridge, 2024).

Англомовний підхід до вивчення медичної термінології значною мірою залежить від стандартів професійних організацій, таких як *General Medical Council* та *American Medical Association*, які не визначають латину як компонент клінічної підготовки, обмежуючи її присутність у контексті медичних термінів (GMC, 2022; AMA, 2023). Це є проявом прагматичної моделі освіти, де першочерговим є розвиток практичних навичок і міжособистісної комунікації в клініці.

Отже, англомовна освітня традиція демонструє перевагу функціонального підходу до термінології над філологічною підготовкою, що впливає на глибину засвоєння латинських медичних термінів.

Аналіз системи підготовки медичних працівників у країнах континентальної Європи й англомовних державах виявляє принципові відмінності у підходах до викладання латинської мови. Узагальнюючи зібрані дані, наведемо порівняльну таблицю (Таблиця 1), яка демонструє ключові параметри функціонування латини в медичних освітніх системах.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика підходів до викладання латини
в медичних університетах континентальної Європи
та англomовних країн**

Критерій	Континентальна Європа	Англomовні країни (Велика Британія, США)
Наявність курсу латини	обов'язковий компонент навчальних програм (Bundesministerium für Gesundheit, 2002; Ministerstwo Nauki, 2019)	відсутній у медичних програмах, факультативно – в класичних студіях (GMC, 2022; LCME, 2023)
Фокус викладання	граматика, синтаксис, медична термінологія, латинська етика та історія медицини (Müller, 2021; Pirotta, 2020)	лише медична термінологія, без граматики (Smith & Roberts, 2017)
Кількість навчальних годин	60–120 годин (залежно від країни) (Durand, 2020)	немає визначеного обсягу (залежить від факультативів)
Методи навчання	традиційні лекції, семінари, інтеграція кейсів з термінології, іноді – симуляції (Rossi, 2019)	словники, глосарії, прикладні курси термінології (Jones, 2018)
Мета викладання	формування глибокого розуміння термінології, когнітивний розвиток, етична підготовка (Pirotta, 2020)	засвоєння готових термінів для практичного застосування (Jones, 2018)
Роль латини в культурному контексті	збереження класичних традицій університетської освіти (Müller, 2021)	відсутність системного зв'язку з класичною спадщиною (Smith & Roberts, 2017)

Проведений порівняльний аналіз виявляє суттєві відмінності між підходами континентальної Європи й англomовних країн до викладання латинської мови в медичних університетах. Основною характеристикою континентальної моделі є її інтегрований характер, де латина слугує не лише інструментом засвоєння медичної термінології, а й елементом гуманітарної освіти майбутніх лікарів. Це відповідає положенням

Approbationsordnung für Ärzte (Bundesministerium für Gesundheit, 2002), де вивчення латини сприяє формуванню міждисциплінарних компетентностей, включаючи етичний та історичний контексти медицини.

У свою чергу, англомовна модель є прагматично орієнтованою на результат: основна увага приділяється готовому набору термінів, без залучення граматичного чи філософського підґрунтя, що відображає специфіку освітніх стандартів *General Medical Council* (GMC, 2022) та *Liaison Committee on Medical Education* (LCME, 2023). Такий підхід забезпечує оперативне засвоєння термінології, але, як зазначає Крістофер Джонс, може призводити до труднощів при інтерпретації складних або рідковживаних термінів (Jones, 2018).

Водночас у дослідженні Лаури Піротти підкреслюється, що глибоке засвоєння латинської мови сприяє розвитку аналітичного мислення студентів, полегшуючи опанування медичних знань у цілому (Pirotta, 2020). Це підтримується думкою Карла Мюллера, який вказує на «формувальну функцію латини як структурного елементу європейської гуманітарної моделі медичної освіти» (Müller, 2021: 213).

Таким чином, континентальний підхід демонструє більшу гнучкість і глибину в інтеграції латини в медичну освіту, тоді як англомовна система є більш прикладною, з фокусом на практичне застосування знань. В обох випадках латина виконує роль стабілізатора термінологічної системи, однак способи її інтеграції суттєво різняться.

Роль латини у підготовці перекладачів медичних текстів. У межах сучасної медичної освіти латинська мова виконує не лише інструментальну функцію забезпечення термінологічної компетентності лікарів, але й має ключове значення для професійної підготовки перекладачів медичних текстів. Це питання набуває особливої актуальності в умовах глобалізації медичного дискурсу та поширення міжмовної комунікації у сфері охорони здоров'я (Pirotta, 2020). Професійна діяльність перекладачів, які працюють із медичними документами, клінічними дослідженнями, інструкціями до лікарських засобів або анатомічними атласами, вимагає не просто

знання термінів, а глибокого розуміння їхньої етимо-структурної природи, що неможливо без опанування основ латини.

Як зазначає британська лінгвістка Сьюзен Старк, «формування термінологічної компетентності перекладача без знання латинської та грецької мов базується лише на механічному запам'ятовуванні слів, що призводить до помилок в інтерпретації та використанні термінів» (Stark, 2019: 57). Дослідження німецького філолога Карла Мюллера також підкреслює, що перекладачі, які володіють латинською граматикою, демонструють вищий рівень семантичної точності та термінологічної узгодженості порівняно з колегами, що покладаються лише на глосарії (Müller, 2021).

Особливе значення має знання латини для перекладачів, які працюють із англійською та німецькою мовами, адже латинська база медичної термінології є спільною для цих мов, хоча в кожній можуть бути власні специфічні адаптації (Durand, 2020). Це підтверджують приклади похідних термінів, що мають латинське походження, але різняться у варіативності перекладу. Наприклад, корінь латинського *vasculum* у німецькій мові реалізується як *Gefäß*, в англійській — як *vessel*, однак знання латинського кореня допомагає перекладачеві зберегти семантичну точність при адаптації складних терміносполук.

Актуальність опанування латини для перекладачів особливо підсилюється в умовах інтернаціоналізації медичних досліджень. За даними Європейської агенції з лікарських засобів (*European Medicines Agency*, 2023), понад 70% технічної документації для реєстрації препаратів у ЄС містить латинські або латинізовані терміни, які потребують точного перекладу на різні європейські мови. Це зумовлює потребу у фахівцях, які володіють не лише медичною термінологією, а й основами класичних мов.

У цьому контексті модель континентальної європейської освіти, яка передбачає вивчення латинської граматики разом із термінологією, є більш ефективною для підготовки перекладачів. Як зазначає італійська дослідниця Франческа Россі, «опанування латинської морфології та синтаксису формує у перекладача здатність до аналітичного мислення, що

є критично важливим для роботи з багаторівневою медичною термінологією» (Rossi, 2019: 120).

Водночас англомовна модель, яка зосереджується на прикладному засвоєнні термінів без ґрунтовної лінгвістичної підготовки, створює ризики термінологічних помилок і семантичних зсувів у перекладі (Smith & Roberts, 2017). Ці ризики особливо виражені при перекладі документів, що мають юридичну силу (наприклад, сертифікати відповідності, клінічні протоколи), де точність термінів є критично важливою. Отже, латинська мова виконує подвійну функцію у царині підготовки перекладачів: вона є як засобом забезпечення термінологічної точності, так і інструментом розвитку когнітивних та аналітичних здібностей, що підсилює якість міжмовної комунікації в медичному середовищі.

Підготовка та сертифікація викладачів латинської мови для медичних університетів. Підготовка викладачів латинської мови, здатних ефективно працювати у галузі медичної освіти, потребує спеціалізованого підходу, який би враховував специфіку термінології, клінічного контексту та міждисциплінарної взаємодії. В Україні та країнах континентальної Європи основою такої підготовки є класична філологічна освіта, яка передбачає глибоке опанування латинської та грецької мов, античної культури, історії медицини (Müller, 2021). Зокрема, в Україні ця підготовка закріплена в рамках галузевих стандартів вищої освіти за спеціальністю 035 «Філологія», що дозволяє фахівцям викладати латину у медичних ЗВО відповідно до *Стандарту вищої освіти України для спеціальності 222 «Медицина»* (Міністерство освіти і науки України, 2019).

Проте, у зв'язку з розширенням європейського освітнього простору та зростанням мобільності кадрів, актуалізується питання дистанційної сертифікації викладачів латини. Такі програми пропонуються як окремими університетами, так і професійними об'єднаннями. Наприклад, *European Association for Classical Studies* та *Society for Classical Studies* (США) розробили дистанційні курси «*Medical Latin for Educators*», які передбачають підвищення кваліфікації філологів у галузі медичної термінології та викладання латини для немовних спеціальностей (European Association for Classical Studies, 2023).

Подібні програми діють і на базі університетів: наприклад, *Universität Heidelberg* пропонує дистанційний курс «*Latin in Medical Education: Didactic Approaches and Terminology*», спрямований на викладачів, які прагнуть інтегрувати латинську мову в медичну освіту на сучасному рівні (*Universität Heidelberg*, 2023). Ці курси поєднують вивчення граматики, лексикону, методик викладання та специфіки адаптації латини до потреб медичних спеціальностей.

Аналогічні програми існують в англomовних країнах, хоча вони мають здебільшого гуманітарну орієнтацію. Наприклад, *Harvard Extension School* пропонує курс «*Latin for Biomedical Sciences*», що орієнтований на розвиток базової латинської компетенції серед викладачів біомедичних дисциплін, які планують застосовувати латину для навчальних цілей (*Harvard Extension School*, 2023). Однак, як підкреслює Крістофер Джонс, у таких програмах зазвичай бракує глибокого міждисциплінарного занурення, властивого континентальній моделі (Jones, 2018).

У Польщі та Італії функціонують національні курси підвищення кваліфікації викладачів латини, які організовуються міністерствами освіти та охорони здоров'я. Наприклад, в Італії діє програма «*Certificazione di Latino Medico*», яка визнається на державному рівні та передбачає як теоретичну, так і практичну підготовку з медичної латини (Rossi, 2019).

У цілому, сучасна підготовка викладачів латини в медичній освіті включає традиційну філологічну базу та модульні сертифікатні програми, зокрема дистанційного формату. Це дозволяє забезпечити адаптивність фахівців до потреб глобалізованого освітнього простору та підтримує актуальність латини як елементу професійної підготовки медиків і перекладачів.

Інноваційні підходи до викладання латини в медичних університетах. Сучасна медична освіта потребує адаптації традиційних методів викладання латини до нових освітніх реалій, зокрема до цифровізації, дистанційного навчання та орієнтації на практичні результати. У цьому контексті дедалі більшого поширення набувають інноваційні педагогічні підходи, які дозволяють ефективніше інтегрувати латинську мову у професійну підготовку майбутніх лікарів та перекладачів.

Однією з провідних тенденцій є модульна структура курсів, яка уможливило поєднання традиційного вивчення граматики та синтаксису латини з тематичними блоками медичної термінології. Такий підхід застосовується, зокрема, в *Université de Paris*, де курс «*Latin médical appliqué*» структуровано за принципом поступового занурення: від базової латинської морфології до аналізу клінічних кейсів і термінологічних симуляцій (Durand, 2020).

Важливою інновацією стало впровадження цифрових платформ і віртуальних симуляцій для засвоєння латини. Такі ресурси, як *MedLatinSim* (Universität Heidelberg, 2023) або *Latin Terminology Trainer* (European Classical Languages Network, 2022), дозволяють студентам працювати з термінами у контексті клінічних ситуацій, використовуючи гейміфіковані сценарії та інтерактивні тести. Ці платформи адаптують матеріал під рівень підготовки студентів, забезпечуючи індивідуалізоване навчання.

У Польщі та Італії активно застосовується метод «*case-based learning*» (CBL) у викладанні латини, де навчання будується на розв'язанні реальних клінічних задач із застосуванням латинської термінології (Kowalczyk, 2020; Rossi, 2019). Цей підхід допомагає студентам не лише запам'ятати терміни, а й усвідомити їхнє функціонування у професійному дискурсі. Дослідження, проведене в *Sapienza Università di Roma*, показало, що застосування CBL у навчанні латини підвищує рівень засвоєння термінології на 35% порівняно з традиційними лекційними форматами (Rossi, 2019).

Іншим перспективним напрямом є використання мульти-сенсорних методик, що поєднують аудіовізуальні матеріали (наприклад, відео з вимовою термінів) з тактильними вправами, як-от написання термінів вручну, створення карток, схем тощо. Це дозволяє активізувати різні канали сприйняття інформації, що підтверджується дослідженнями когнітивної психології (Pirotta, 2020).

Особливої актуальності в умовах пандемії COVID-19 та постпандемічної трансформації освіти набули дистанційні курси латини з адаптивними системами тестування та автоматизованим аналізом помилок. Прикладами

таких платформ слугують *Coursera Latin for Medical Purposes* (Coursera, 2023) та *EdX Medical Latin* (EdX, 2023), які пропонують поєднання відеолекцій, інтерактивних вправ і практичних завдань.

Як зазначає Крістіан Мюллер, «інноваційні підходи до викладання латини мають бути спрямовані на інтеграцію технологій у традиційний гуманітарний контекст, зберігаючи академічну якість та орієнтуючись на потреби сучасних студентів» (Müller, 2021: 210). Таким чином, новітні методики дозволяють зробити викладання латини гнучкішим, доступнішим та ефективнішим, що є запорукою її збереження в системі медичної освіти.

Перспективи збереження латини у медичній освіті. В умовах глобалізації наукового простору та домінування англійської мови як *lingua franca* медицини питання про майбутнє латинської мови в медичній освіті стає предметом фахових дискусій. З одного боку, спостерігається тенденція до прагматизації освітніх програм, що виявляється у скороченні або спрощенні курсів латини на користь вузько спеціалізованих дисциплін (Smith & Roberts, 2017). З іншого боку, фахівці наголошують на незамінності латини як стабілізуючого елементу термінологічної системи медицини та як важливої частини європейської гуманітарної традиції (Müller, 2021).

Збереження латини у медичних університетах Європи має як культурне, так і професійне обґрунтування. На думку Лаури Піротти, «латина є ключем до глибшого розуміння основ медичної термінології, що формує термінологічну грамотність і запобігає професійним помилкам» (Pirotta, 2020: 48). Це підтверджується практикою Європейського союзу, де, відповідно до *Guidelines on Medical Education Standards* (ЕМА, 2023), акцентується на необхідності збереження елементів класичних мов у навчальних програмах для забезпечення термінологічної узгодженості на рівні ЄС.

У цьому контексті перспективним є інтегративний підхід, що передбачає адаптацію латинських курсів до сучасних вимог медичної освіти: акцент на медичну термінологію, інтердисциплінарний зміст (біоетика, історія медицини) та застосування цифрових технологій (Durand, 2020; Rossi, 2019). Такий

підхід дозволяє латині залишатися релевантною, забезпечуючи її життєздатність у нових форматах навчання.

Особливу увагу привертають дистанційні сертифікатні курси та модульні програми, які сприяють збереженню латини як частини професійної підготовки перекладачів та медиків. Наприклад, уже згадувані програми *Coursera* та *EdX*, орієнтовані на дистанційне вивчення латини для медичних потреб, дозволяють поширювати знання з цієї дисципліни навіть у тих освітніх системах, де вона не входить до обов'язкового курсу (*Coursera*, 2023; *EdX*, 2023).

Водночас постає питання адаптації викладання латини до умов англомовного освітнього простору, де пріоритет надається готовій термінології. Як зазначає Крістофер Джонс, ефективним компромісом є розробка скорочених курсів граматики, які дозволяють забезпечити базове розуміння латинської структури термінів без надмірного теоретизування (*Jones*, 2018).

У майбутньому перспективи збереження латини пов'язані з її гнучкою адаптацією до різних освітніх моделей. Це може включати: (1) поєднання традиційних та цифрових методів навчання; (2) інтеграцію латини в курси біоетики, історії медицини, філософії науки; (3) розвиток сертифікаційних програм для викладачів та перекладачів; (4) створення єдиних стандартів медичної термінології на основі латини в рамках ЄС.

Отже, латина залишається невід'ємною частиною медичної освіти, що зберігає свою актуальність завдяки здатності адаптуватися до нових вимог та технологічних форматів.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє ґрунтовно охарактеризувати стан викладання латинської мови в медичних університетах Європи, виявити ключові тенденції її адаптації до сучасних освітніх реалій та визначити особливості інтеграції латини в підготовку медичних працівників і перекладачів. У ході аналізу освітніх систем континентальної Європи та англомовних країн встановлено принципові відмінності в концептуальних підходах до латини як навчальної дисципліни. У континентальних країнах (Німеччина, Польща, Італія, Франція) латинська мова зберігає статус обов'язкового

компонента навчальних планів медичних університетів, що забезпечує системне формування термінологічної компетентності майбутніх лікарів, а також розвиває їхні когнітивні й аналітичні навички.

Натомість, у країнах англomовного простору спостерігається редукція латини до рівня готової термінології, без поглибленого вивчення граматики чи синтаксису. Це зумовлює прагматичний характер освітніх моделей, що орієнтуються переважно на розвиток клінічних компетентностей, залишаючи поза увагою глибинний термінологічний аналіз. У результаті порівняльного дослідження виявлено, що континентальний підхід є більш ефективним у забезпеченні високого рівня термінологічної підготовки, що особливо важливо в контексті підготовки перекладачів медичних текстів. Наукова новизна проведеного дослідження полягає в систематичному зіставленні освітніх моделей континентальної Європи й англomовних країн з урахуванням нормативно-документальних засад, сучасних практик та інноваційних методик викладання латини. Уперше в науковій літературі запропоновано узагальнену характеристику сучасних програм сертифікації викладачів латини для медичних університетів і дистанційних курсів, що формують нові моделі професійної мобільності. Сформульовано концепцію інтегративної моделі викладання латини, яка поєднує традиційні філологічні елементи з сучасними технологіями навчання, включаючи цифрові платформи, кейс-методи, симуляції, гейміфіковані формати.

Особливу увагу приділено ролі латинської мови у підготовці перекладачів медичних текстів, що підкреслює міждисциплінарний характер дослідження. Встановлено, що латина є не лише джерелом термінологічної стабільності, а й чинником, який формує критичне мислення й аналітичні здібності перекладачів. У результаті дослідження доведено, що ефективне викладання латини має передбачати адаптивність освітніх програм до різних цільових аудиторій – медиків, перекладачів, філологів – із можливістю гнучкого поєднання очного, дистанційного та змішаного навчання.

Перспективи подальшого розвитку вбачаються в удосконаленні освітніх програм за рахунок інтеграції латини з іншими

гуманітарними та професійними дисциплінами, зокрема історією медицини, біотикою, філософією науки, а також у розробці єдиних стандартів термінологічної підготовки для Європейського освітнього простору. Особливо важливим є подальше впровадження інноваційних методик, які сприяють підвищенню мотивації здобувачів і підтримують академічну якість викладання латини в умовах цифровізації освіти. Латинська мова зберігає свою актуальність у медичній освіті, виконуючи функцію культурного та професійного маркера, що об'єднує традицію і сучасність, академізм і практику.

ЛІТЕРАТУРА

Громко Є. А. Назви професій лікарів у терапевтичній лексиці. *Фестиваль молодіжної науки «Медицина третього тисячоліття» (26–26 січня 2022 р.): Тези доповідей.* 2022. С. 450–451.

Громко Т. В. Латина як інструмент для розвитку лінгвістичного мислення: сучасна методика викладання. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство).* 2024. № 22. С. 16–23.

Громко Т. В., Мігіна О. М. Латинська мова — ключ до вивчення європейських мов і культур. *Наукова діяльність як шлях формування професійних компетентностей майбутнього фахівця* : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (5–6 грудня 2024 року, м. Суми, Україна). Суми, 2024. С. 17–19.

Міністерство освіти і науки України. *Про затвердження змін до стандарту вищої освіти за спеціальністю 222 «Медицина» для другого (магістерського) рівня вищої освіти: наказ від 29 груд. 2023 р. № 1583.* Київ, 2023. URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-vnesennya-zmin-do-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-222-medicina-magistr> (дата звернення: 25.04.2025).

Міністерство освіти і науки України. *Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 222 «Медицина» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.* Київ, 2019. 45 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/04/29/222-med-bakalavr.pdf> (дата звернення: 25.04.2025).

Шпанько Т. С. Латинська мова в системі сучасної медичної освіти. *Наука в інформаційному просторі* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 23–24 квітня 2015 р.). Київ, 2015. С. 123–126. URL: https://confcontact.com/2015-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/fl4_shpanko.htm (дата звернення: 25.04.2025).

American Medical Association (AMA). Code of Medical Ethics. Chicago : AMA Press, 2023. 210 p.

Bundesministerium für Gesundheit. Approbationsordnung für Ärzte. Bundesgesetzblatt, 2002. 45 s.

Coursera. Latin for Medical Purposes. 2023. URL: <https://www.coursera.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

De Troyer V. The Role of Latin in Scientific Discourse: Relevance and Adaptation. *European Review*. 2019. Vol. 27, No. 1. P. 75–88.

Durand S. Enseigner le latin médical: nouvelles approches en France. *Revue de Didactique des Langues Anciennes*. 2020. Vol. 14, No. 2. P. 89–102.

EdX. Medical Latin. 2023. URL: <https://www.edx.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

European Association for Classical Studies. Medical Latin for Educators: Online Program. 2023. URL: <https://www.eacs.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

European Classical Languages Network. Latin Terminology Trainer. 2022. URL: <https://www.ecln.eu/> (дата звернення: 25.04.2025).

European Medicines Agency (EMA). Guidelines on the Translation of Regulatory Documents in the EU. 2023. URL: <https://www.ema.europa.eu/> (дата звернення: 25.04.2025).

General Medical Council (GMC). Outcomes for graduates. 2022. URL: <https://www.gmc-uk.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

Harvard Extension School. Latin for Biomedical Sciences. 2023. URL: <https://extension.harvard.edu/> (дата звернення: 25.04.2025).

Harvey W. Exercitatio anatomica de motu cordis et sanguinis in animalibus. Francofurti : Sumptibus Guiljelmi Fitzeri, 1628. 72 p.

Haskins C. H. The Rise of Universities. Ithaca ; NY : Cornell University Press, 1923. 157 p.

Jones C. Medical Terminology: Challenges of Learning Without Latin. *Journal of Medical Language*. 2018. Vol. 12, No. 1. P. 74–81.

Kowalczyk A. The Role of Latin in Polish Medical Education. *Studia Medyczne*. 2020. Vol. 36, No. 1. P. 45–56.

Kowalewski J. Historia Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1998. 320 s.

Liaison Committee on Medical Education (LCME). Functions and Structure of a Medical School. 2023. URL: <https://lcme.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Rozporządzenie w sprawie standardów kształcenia dla kierunków lekarskich. 2019. 30 p.

Müller K. Teaching Latin in European Medical Schools: Tradition versus Innovation. *Zeitschrift für Medizinidaktik*. 2021. Vol. 38, No. 2. P. 205–215.

Pirotta L. Latin and Greek in the Modern Medical Curriculum: A European Perspective. *Medical Humanities*. 2020. Vol. 46, No. 1. P. 43–51. URL: <https://doi.org/10.1136/medhum-2019-011721> (дата звернення: 25.04.2025).

Rossi F. Il latino medico nell'istruzione universitaria italiana: prospettive e criticità. *Annali di Storia della Medicina*. 2019. Vol. 26, No. 3. P. 112–127.

Smith J., Roberts M. Medical Terminology without Latin: Changing Trends in Anglo-Saxon Countries. *Journal of Medical Education*. 2017. Vol. 51, No. 3. P. 132–140.

Stark S. The Role of Latin in Professional Translation of Medical Texts. *International Journal of Translation Studies*. 2019. Vol. 41, No. 2. P. 55–63.

Szymborski W. The History of the Jagiellonian University Archives: Medieval and Modern Sources and Publications. *Biuletyn Polskiej Misji Historycznej* (= *Bulletin der Polnischen Historischen Mission*). 2011. No. 6. P. 27–52.

Tanner N. P. Decrees of the Ecumenical Councils. Vol. 1. Washington, D.C. : Georgetown University Press, 1990. 612 p.

Universität Heidelberg. Latin in Medical Education: Didactic Approaches and Terminology. 2023. URL: <https://www.uni-heidelberg.de/> (дата звернення: 25.04.2025).

Vesalius A. *De humani corporis fabrica libri septem*. Basileae : Ex officina Ioannis Oporini, 1543. 663 p.

World Directory of Medical Schools. Medical Education Standards. 2023. URL: <https://www.wdoms.org/> (дата звернення: 25.04.2025).

EUROPEAN EXPERIENCE OF THE LATIN LANGUAGE IN MEDICAL EDUCATION

Tetiana Hromko

Doctor of Philology, Associate Professor,
Professor at the Department of English Philology and Translation,
Ukrainian-German Educational and Scientific Institute,
National University «Odessa Polytechnic»,
Odessa, Ukraine
e-mail: hromkot@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4661-4302>
Scopus ID: 59660485900

Yevheniia Hromko

Master's Degree Student,
The 1st Medical Faculty, Kharkiv National Medical University
Bachelor's Degree Student, Institute
of Distance and Correspondence Education
National University «Odessa Polytechnic»,
Odessa, Ukraine
e-mail: yevheniiahromko@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2454-4608>
Scopus ID: 58808639600

SUMMARY

This article presents a comprehensive analysis of the role of the Latin language in the system of professional medical education across continental Europe and in English-speaking countries. Based on a comparative approach, the study explores the historical origins

of Latin as the academic language of medicine, its normative and legal foundations in university statutes and European legislative acts, as well as current educational strategies that ensure its preservation and adaptation to new educational realities. Particular attention is paid to the continuing significance of Latin in shaping the terminological, cognitive, and cultural competencies of future medical professionals and specialized translators, despite its displacement from direct clinical communication. The article compares approaches to teaching Latin in the universities of Germany, Poland, Italy, and France – where Latin remains a part of core curricula – with those of English-speaking countries (such as the United Kingdom and the United States), where its role is reduced to a terminological component. For the first time in Ukrainian academic discourse, the international experience of certifying Latin instructors for medical institutions is synthesized, especially within the context of digital and distance education. The study describes innovative teaching methods (modular structuring, gamification, case-based learning) that combine traditional philological foundations with the practical needs of modern medical terminology. It is argued that Latin serves as a vital tool for interdisciplinary and intercultural professional development, and that its preservation as a subject of instruction contributes to the harmonization of educational standards within the European Higher Education Area.

Keywords: Latin language, medical education, terminological competence, interdisciplinary approach, European educational models, translator training, digitalization of education.

REFERENCES

- American Medical Association (AMA). (2023). Code of Medical Ethics. Chicago : AMA Press.
- Bundesministerium für Gesundheit. (2002). Approbationsordnung für Ärzte. Bundesgesetzblatt. 45 s. [in German].
- Coursera. (2023). Latin for Medical Purposes. URL: <https://www.coursera.org/> (Accessed: 25.04.2025).
- De Troyer V. (2019). The Role of Latin in Scientific Discourse: Relevance and Adaptation. *European Review*. Vol. 27, No. 1, pp. 75–88.
- Durand S. (2020). Enseigner le latin médical: nouvelles approches en France. *Revue de Didactique des Langues Anciennes*. Vol. 14, No. 2, pp. 89–102 [in French].
- EdX. (2023). Medical Latin. URL: <https://www.edx.org/> (Accessed: 25.04.2025).
- European Association for Classical Studies. (2023). Medical Latin for Educators: Online Program. URL: <https://www.eacs.org/> (Accessed: 25.04.2025).
- European Classical Languages Network. (2022). Latin Terminology Trainer. URL: <https://www.ecln.eu/> (Accessed: 25.04.2025).
- European Medicines Agency (EMA). (2023). Guidelines on the Translation of Regulatory Documents in the EU. URL: <https://www.ema.europa.eu/> (Accessed: 25.04.2025).

General Medical Council (GMC). (2022). Outcomes for graduates. URL: <https://www.gmc-uk.org/> (Accessed: 25.04.2025).

Harvard Extension School. (2023). Latin for Biomedical Sciences. URL: <https://extension.harvard.edu/> (Accessed: 25.04.2025).

Harvey W. (1628). *Exercitatio anatomica de motu cordis et sanguinis in animalibus*. Francofurti : Sumptibus Guiljelmi Fitzeri [in Latin].

Haskins C. H. (1923). *The Rise of Universities*. Ithaca ; NY : Cornell University Press.

Jones C. (2018). Medical Terminology: Challenges of Learning Without Latin. *Journal of Medical Language*. Vol. 12, No. 1, pp. 74–81.

Kowalczyk A. (2020). The Role of Latin in Polish Medical Education. *Studia Medyczne*. Vol. 36, No. 1, pp. 45–56.

Kowalewski J. (1998). *Historia Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie*. Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego [in Polish].

Liaison Committee on Medical Education (LCME) (2023). Functions and Structure of a Medical School. URL: <https://lcme.org/> (Accessed: 25.04.2025).

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (2019). *Rozporządzenie w sprawie standardów kształcenia dla kierunków lekarskich* [in Polish].

Müller K. (2021). Teaching Latin in European Medical Schools: Tradition versus Innovation. *Zeitschrift für Medizindidaktik*. Vol. 38, No. 2, pp. 205–215.

Pirotta L. (2020). Latin and Greek in the Modern Medical Curriculum: A European Perspective. *Medical Humanities*. Vol. 46, No. 1, pp. 43–51. URL: <https://doi.org/10.1136/medhum-2019-011721> (Accessed: 25.04.2025).

Rossi F. (2019). Il latino medico nell'istruzione universitaria italiana: prospettive e criticità. *Annali di Storia della Medicina*. Vol. 26, No. 3, pp. 112–127 [in Italian].

Smith J., Roberts M. (2017). Medical Terminology without Latin: Changing Trends in Anglo-Saxon Countries. *Journal of Medical Education*. Vol. 51, No. 3, pp. 132–140.

Stark S. (2019). The Role of Latin in Professional Translation of Medical Texts. *International Journal of Translation Studies*. Vol. 41, No. 2, pp. 55–63.

Szymborski W. (2011). The History of the Jagiellonian University Archives: Medieval and Modern Sources and Publications. *Biuletyn Polskiej Misji Historycznej* (= *Bulletin der Polnischen Historischen Mission*), No. 6, pp. 27–52.

Tanner N. P. (1990). *Decrees of the Ecumenical Councils*. Vol. 1. Washington, D. C. : Georgetown University Press.

Universität Heidelberg (2023). Latin in Medical Education: Didactic Approaches and Terminology. URL: <https://www.uni-heidelberg.de/> (Accessed: 25.04.2025).

Vesalius A. (1543). *De humani corporis fabrica libri septem*. Basileae : Ex officina Ioannis Oporini [in Latin].

World Directory of Medical Schools. (2023). Medical Education Standards. URL: <https://www.wdoms.org/> (Accessed: 25.04.2025).

Hromko Ye. A. (2022). Nazvy profesii likariv u terapevtychnii leksysi [Job Titles of the Doctors in the Lecture on Therapeutics]. *Festival molodizhnoi nauky «Medytsyna tretoho tysiacholittia»* [Festival of youth science «Medicine of the Third Millennium»], pp. 450–451 [in Ukrainian].

Hromko T. V. (2024). Latyna yak instrument dlia rozvytku linhvistychnoho myslennia: suchasna metodyka vykladannia [Latin as a Tool for Development

of Linguistic Thinking: the Modern Methods of Teaching]. *Naukovyi visnyk Drohobyskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seria: Filolohichni nauky (movoznavstvo)* [Bulletin of DDPU named after Ivan Franko], No. 22, pp. 16–23.

Hromko T. V., Mitina O. M. (2024). Latynska mova – kluch do vyvchennia yevropeiskyykh mov i kultur [Latin is a Key to Studying European Languages and Cultures]. *Naukova diialnist yak shliakh formuvannia profesiinykh kompetentnostei maibutnoho fakhivtsia* [Scientific Activity as a Way of Forming Professional Competences of a Future Specialist]. Sumy, pp. 17–19 [in Ukrainian].

Ministry of Education and Science of Ukraine (2023). Pro zatverdzhennia zmin do standartu vyshchoi osvity za spetsialnistiu 222 «Medytsyna» dla druhooho (mahisterskoho) rivnia vyshchoi osvity: nakaz vid 29 hrud. 2023 r. No. 1583. Kyiv. URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-vnesennya-zmin-do-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-222-medicina-magistr> (Accessed: 25.04.2025) [in Ukrainian].

Ministry of Education and Science of Ukraine (2019). Standart vyshchoi osvity Ukrainy za spetsialnistiu 222 «Medytsyna» pershooho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity. Kyiv. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/04/29/222-med-bakalavr.pdf> (Accessed: 25.04.2025) [in Ukrainian].

Shpanko T. S. (2015). Latynska mova v systemi suchasnoi medychnoi osvity [Latin in the System of the Modern Medical Education]. *Nauka v informatsiinomu prostori* [Science in Information Space]. Kyiv, pp. 123–126. URL: https://confcontact.com/2015-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/fl4_shpanko.htm (Accessed: 25.04.2025) [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 06.05.2025

УДК 81'25:004.896

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.8>

МАШИННИЙ ПЕРЕКЛАД У ДЗЕРКАЛІ ФІЛОЛОГІЇ: ТОЧНІСТЬ, КОНТЕКСТ, КУЛЬТУРА

Наталія Ю. Іщук

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування
Донецького національного університету імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна
e-mail: ischuk.n@donnu.edu.ua
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-4726-9432>

АНОТАЦІЯ

У сучасній лінгвістиці машинний переклад посідає важливе й дедалі помітніше місце, адже розвиток комп'ютерних технологій та штучного інтелекту значно змінив підходи до обробки мовної інформації. Завдяки сучасним системам МП переклад текстів між мовами став більш точним, стилістично виваженим та контекстуально адекватним, що раніше було недосяжним для традиційних правил і словникових методів. Метою дослідження є виявлення сильних і слабких сторін сучасного машинного перекладу з філологічного погляду, зокрема в аспектах збереження смислу, культурного контексту, стилістичної точності та визначення ролі перекладача в епоху технологічного посередництва мовної комунікації. Машинний переклад – процес автоматичного перетворення текстів або мовленнєвих фрагментів з однієї мови на іншу за допомогою комп'ютерних програм чи систем, що використовують алгоритми обробки природної мови. У дослідженні виділено філологічні виклики в галузі автоматизованого перекладу: забезпечення точності та смислової адекватності перекладу, проблема контексту та багатозначності, а також стилістика, жанрові особливості та емоційне забарвлення. Культурні аспекти МП залишаються одними з найскладніших викликів для сучасних мовних технологій, тому що передача реалій, ідіом і національно-культурних елементів вимагає не лише лінгвістичної точності, а й глибокого культурного розуміння. Типові помилки, пов'язані з неправильним перекладом культурно специфічних термінів та виразів в МП: лексична неоднозначність, неправильна передача граматичних структур, зокрема синтаксичних відношень між словами; втрата

чи додавання інформації, стилістична плоскість перекладів. Однак МП має і позитивні сторони – швидкість обробки запитів, доступність широкого спектра мов та економічність. Завдяки використанню інструментів МП перекладачі можуть швидше генерувати вихідний текст і трансформувати його. Філологічна експертиза повинна стати ключовим елементом у забезпеченні якості перекладу. Перспективою подальших досліджень є вивчення нових інструментів для постредагування машинного перекладу.

Ключові слова: машинний переклад, точність, контекст, культура, філологія, TranslateGoogle, DeepL, ChatGPT.

Вступ. Машинний переклад (МП) є однією з інноваційних і водночас складних технологій сучасної філології. Від моменту виникнення МП кардинально змінилися підходи до перекладу текстів, оскільки можливим став швидкий і доступний обмін інформацією між різними мовами та культурами. Однак попри численні досягнення в розвитку МП питання точності та культурної відповідності перекладів залишаються в колі філологічних дискусій. Точність є одним із фундаментальних критеріїв у машинному перекладі.

Алгоритми МП прагнуть лексичної та граматичної правильності, однак попри прогрес машинні системи часто не можуть досягти рівня точності, який забезпечують кваліфіковані перекладачі. Пояснення цього криється у складності мови, багатстві її контекстуальних і культурних нюансів, які не завжди легко зчитуються алгоритмами.

Контекст є ще однією важливою перешкодою для МП. Технології машинного перекладу традиційно працюють із відокремленими одиницями (слова чи фрази), що не завжди враховує значення цих одиниць у більш широкому контексті. Машини часто не можуть правильно інтерпретувати іронію чи метафору, властиві людській мові.

Особливу увагу вимагає також культурний аспект перекладу. Мова є носієм культури, і її значення часто зумовлене специфічними історичними, соціальними та культурними реаліями. Переклад тексту без урахування цих факторів може призвести до втрати важливих значень у контексті.

Тема машинного перекладу в контексті філології активно досліджується в рамках лінгвістики, комп'ютерних наук

та культурології. Це міждисциплінарне поле привертає увагу численних науковців, зокрема в таких галузях, як лінгвістичний аналіз, когнітивні науки, штучний інтелект і трансляція текстів.

Серед зарубіжних дослідників відомі такі імена, як (1) Дж. Девлін, М. Чанг, К. Тутанова, які вивчали принципи роботи сучасних систем машинного перекладу, зокрема, таких як Translate Google, DeepL або ChatGPT (Devlin et al., 2023); (2) Г. Кляйн, Ю. Кім, Ю. Денг, Дж. Кrego, Дж. Сенеларт і А. М. Раш, які досліджували інструментарії для нейронного машинного перекладу (Klein et al., 2017); (3) В. Джао, В. Ванг, Х. Ванг та С. Ши, які приділяли особливу увагу ChatGPT у процесі МП (Jiao et al., 2023); (4) Е. Ванмасехов, Д. Штеронов та А. Вей, які підкреслювали втрату мовного багатства у МП (Vanmassenhove et al., 2023); (5) Е. Віл, яка звертала увагу на майбутнє МП (Wheal, 2025) та багато інших.

Українські вчені також активно вивчають тематику машинного перекладу. Так, В. Хоменко та К. Кугай досліджують мовні та культурні особливості МП (Хоменко, Кугай, 2024); Н. В. Василенко аналізує вплив культурних відмінностей на якість перекладу і надає рекомендації для забезпечення точності та контекстуальної адаптації (Василенко, 2024); Н. Моїсєєва, О. Дзикович та А. Штанько порівнюють результати й аналізують помилки DeepL та TranslateGoogle (Моїсєєва та ін., 2023); О. Ю. Тупиця звертає увагу на лінгвокультурні аспекти перекладу безеквівалентної лексики (Тупиця, 2024); С. А. Любимова вказує на проблеми автоматизованого перекладу (Любимова, 2024) та багато інших.

Попри численні дослідження та зростання популярності МП системи машинного перекладу часто не враховують ключових філологічних аспектів мови — культурного контексту, стилістичних нюансів, прагматичних значень та емоційного забарвлення. Саме тому філологічний аналіз машинного перекладу є надзвичайно важливим для виявлення меж його ефективності та пошуку шляхів гармонійного поєднання технологій із гуманітарними знаннями, що визначає **актуальність** нашого дослідження.

Метою дослідження є виявлення сильних і слабких сторін сучасного машинного перекладу з філологічного погляду, зокрема в аспектах збереження смислу, культурного контексту, стилістичної точності та визначення ролі перекладача в епоху технологічного посередництва мовної комунікації.

Об'єкт дослідження — сучасні системи машинного перекладу, які використовуються для перекладу текстів природною мовою. **Предмет** дослідження — філологічні аспекти якості машинного перекладу, зокрема точність передавання смислу, відповідність культурному контексту, збереження стилістичних та емоційних особливостей оригінального тексту.

Методи. У дослідженні було використано контент-аналіз наукових і академічних досліджень, контекстуальний аналіз для оцінки передачі значення, стилістичний аналіз для виявлення відповідності стилю оригіналу та перекладу, порівняльний аналіз для зіставлення машинного перекладу з перекладом, виконаним людиною, а також методи лінгвокультурологічного аналізу, що дозволили дослідити, як системи машинного перекладу передають культурно специфічні елементи.

Результати студії. У сучасній лінгвістиці машинний переклад посідає важливе й дедалі помітніше місце, адже розвиток комп'ютерних технологій та штучного інтелекту значно змінив підходи до обробки мовної інформації. Завдяки сучасним системам МП переклад текстів між мовами став більш точним, стилістично виваженим та контекстуально адекватним, що раніше було недосяжним для традиційних правил і словникових методів.

Вперше думку про можливість машинного перекладу висловив Ч. Беббідж (1791–1871), який розробив у 1836–1848 рр. проект цифрової аналітичної машини — механічного прототипу електронних цифрових обчислювальних машин, що з'явилися через 100 років (Любимова, 2024: 13).

Машинний переклад (МП) — це автоматизований процес перекладу з однієї мови на іншу за допомогою алгоритмів та ШІ (Брай, 2024: 11). Машинний переклад (МТ) — це не просто переклад одного тексту з іншого: він зводить кордони

між культурами, дозволяючи компаніям і урядовим організаціям співпрацювати з колегами та спілкуватися з аудиторією по всьому світу їхньою мовою (Wheal, 2025).

Машинний переклад (МП) ми визначаємо як процес автоматичного перетворення текстів чи мовленнєвих фрагментів з однієї мови на іншу за допомогою комп'ютерних програм чи систем, що використовують алгоритми обробки природної мови.

Характерні риси та особливості МП були визначені Г. Даниловим, В. Балакіревою та К. Василенко: 1) МП є своєрідним різновидом перетворення текстів однієї мови іншою; 2) у разі використання МП можна говорити про багатоступінчасту систему розкодування інформації, коли йдеться не тільки про переклад з однієї мови на іншу, але й про переклад з мови комп'ютера на людську мову; 3) МП можливий за наявності відповідного посередника, яким наразі є комп'ютер, спеціальна комп'ютерна програма, система машинного перекладу; 4) якість МП безпосередньо залежить від алгоритму, за яким працює електронний перекладач, тобто від якості програми. Відповідно, чим краща якість програми, чим вона досконаліша, тим вищу якість перекладу можна отримати в результаті; 5) МП орієнтований насамперед на переклад текстів, хоча активно ведуться розробки з перекладу мовного потоку; 6) МП відрізняє висока швидкість обробки інформації, проте іноді це відбувається на шкоду якості; 7) використання МП передбачає повну чи часткову відсутність перекладача-людини, тим самим людський фактор зведений практично нанівець, що часто відіграє важливу роль у перекладі конфіденційної інформації (Данилов та інші, 2021: 297–2981).

С. А. Любимова виділяє чотири основні типи МП:

1. Статистичний машинний переклад (вид перекладу, який працює на основі статистичних моделей, що будуються на основі вивчення величезних обсягів контенту двома мовами — оригіналу й перекладу. Статистичний МП визначає відповідності між словами вихідної мови та словами цільової мови).

2. Машинний переклад на основі правил (ця модель МП проводить граматичний аналіз вихідного тексту й будує переклад з урахуванням відповідних граматичних правил).

3. Гібридний машинний переклад (це поєднання статистичного МП і МП на основі правил. У цій моделі використовується пам'ять перекладів).

4. Нейронний машинний переклад (використовуються нейромереві моделі за аналогією до роботи людського мозку). Суттєвою перевагою нейронного МП є те, що він надає єдину систему для роботи з вихідним і цільовим текстами) (Любимова, 2024: 4).

На сьогодні відомо багато систем машинного перекладу, пор., зокрема, OpenNMT (відкрита платформа для нейронного машинного перекладу, яка підтримує дослідження архітектур моделей і забезпечує конкурентоспроможну продуктивність; Klein et al, 2017), Tensor2Tensor (бібліотека для глибокого навчання, яка включає реалізацію моделі Transformer, що стала проривом у нейронному машинному перекладі; Vaswani et al, 2018), Marian NMT (ефективна та самодостатня платформа нейронного машинного перекладу, що забезпечує високу швидкість навчання та перекладу; Junczys-Dowmunt et al, 2018).

Однак головні конкуренти у галузі МП — сервіси DeepL та GT. У 2006 році компанія Google запустила свій проект для перекладу GT, що побудований на основі статистичної системи перекладу і був найбільш перспективним. В її основі лежить принцип пошуку шаблонів перекладу для певної мовної пари у закладеній базі текстів. Утім, уже за 10 років GT почав використовувати нейронну систему, а через рік на ній же розпочав свою роботу й DeepL (Моїсєєва та інші, 2023: 79).

Ми здійснили опит близько 1000 студентів закладів вищої освіти України з приводу частоти використання МП та системи (Рис. 1, Рис. 2).

Оскільки найбільшою популярністю користуються сервіси Google Translate, DeepL та ChatGPT, ми в дослідженні звернули особливу увагу саме на ці системи МП.

Принципи роботи сучасних систем машинного перекладу, таких як Google Translate, DeepL або ChatGPT, засновані на глибокому навчанні, де основні — нейронні мережі та трансформери. У Google Translate і DeepL використовується технологія нейромережевого перекладу, що значно покращує якість

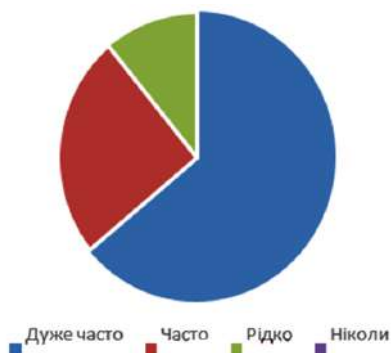


Рис. 1. Частота використання систем МП студентами закладів вищої освіти України.

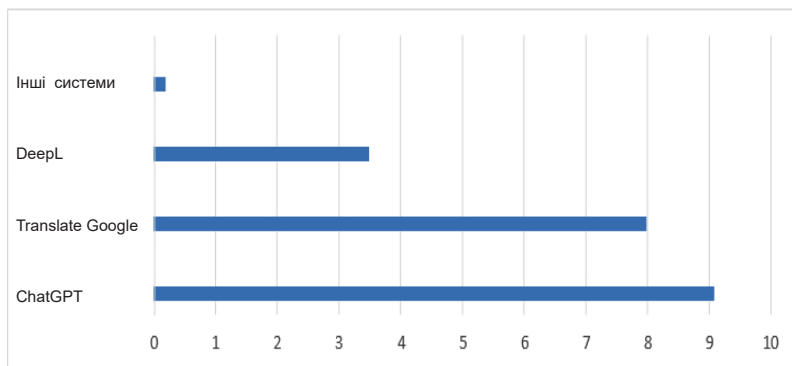


Рис. 2. Використання систем МП студентами закладів вищої освіти України

перекладу завдяки здатності цих систем вивчати текст із паралельних даних. У таких системах кожен етап перекладу — від розпізнавання слів до створення фрази — обробляється окремими шарами нейронної мережі, що дозволяє досягати високої точності. Наприклад, Google Translate використовує модель, засновану на трансформерах, де кожен текст обробляється для оцінки ймовірності того, як правильно перевести його контекст. Інша популярна система — DeepL — використовує спеціалізовану

нейронну мережу, яка зазвичай дає більш точні і природні переклади завдяки оптимізації на конкретних паралельних корпусах високої якості. Система ChatGPT також використовує трансформери, але вони орієнтовані не лише на переклад, а й на генерацію тексту, що дає змогу забезпечити гнучкіший підхід до задачі навіть у складних контекстах, де традиційні системи можуть зазнати невдачі (Devlin et al., 2019).

Вкрай необхідно підкреслити, що попри тип системи МП особливу увагу слід звернути на філологічні виклики у галузі автоматизованого перекладу.

Одним із ключових аспектів є забезпечення точності та смислової адекватності перекладу. Машинні перекладачі часто не здатні повністю відтворити значення оригінального тексту, особливо коли йдеться про технічні інструкції чи спеціалізовані тексти. Наприклад, у дослідженні Н. Дячук зазначено, що при перекладі технічних інструкцій основну увагу слід приділяти комунікативній цінності та внутрішньому змісту тексту, що забезпечується певним набором лексичних одиниць (Дячук, 2023).

Іншим важливим викликом є проблема контексту та багатозначності. Машинні перекладачі часто працюють на рівні окремих речень, а це ускладнює врахування ширшого контексту, необхідного для правильного тлумачення багатозначних слів або виразів. Відсутність контексту призводить до помилок у перекладі, особливо у випадках еліпсису та лексичної когезії (Voita et al., 2018). Це вказує на потребу в розробці контекстно-обізнаних моделей перекладу, які можуть враховувати інформацію з попередніх речень або навіть з усього документа для забезпечення точності перекладу.

Стилістика, жанрові особливості та емоційне забарвлення також становлять значні труднощі для автоматизованого перекладу. МП часто не здатен адекватно передати стилістичні нюанси чи емоційний тон оригінального тексту. Крім того, він може призводити до втрати лексичної та морфологічної багатозначності, що впливає на передачу стилістичних особливостей (Vanmassenhove et al., 2019).

Однак культурні аспекти МП залишаються одними з найскладніших викликів для сучасних мовних технологій.

Передача реалій, ідіом та національно-культурних елементів вимагає не лише лінгвістичної точності, а й глибокого культурного розуміння.

О. Ю. Тупиця підкреслює, що безеквівалентна лексика, яка не має прямого відповідника в іншій мові, часто втрачає своє значення при автоматичному перекладі, оскільки системи МП не здатні враховувати культурні контексти та специфіку (Тупиця, 2024). В. Хоменко та К. Кугай зазначають, що ідіоми та культурно марковані вирази часто перекладаються дослівно, що призводить до втрати їхнього справжнього значення та впливу на цільову аудиторію (Хоменко, Кугай, 2024).

Як показує наш практичний досвід, ризики втрати культурного коду в МП особливо актуальні в умовах глобалізації та міжкультурної комунікації. Погоджуємося з думкою Н. В. Василенко, яка акцентує на тому, що автоматизовані переклади міжнародних документів без урахування культурних відмінностей можуть призвести до непорозумінь (Василенко, 2024).

Узагальнюючи типові помилки, пов'язані з неправильним перекладом культурно специфічних термінів та виразів в МП, ми виділяємо такі основні:

1. Лексична неоднозначність виникає, коли слово чи вираз мають кілька значень, і система не здатна обрати правильний варіант без контексту.

2. Неправильна передача граматичних структур, зокрема синтаксичних відношень між словами. Це особливо стосується вільного порядку слів, де алгоритм може помилково визначити підмет або додаток, що спотворює логіку речення.

3. Втрата чи додавання інформації, коли переклад містить менше або більше змісту, ніж оригінальний текст.

4. Стилистична плоскість перекладів, яка виникає внаслідок того, що системи МП тяжіють до спрощеного варіанту мовлення, уникаючи експресивних конструкцій, складної лексики чи емоційно забарвлених форм, що призводить до втрати стилістичного забарвлення оригіналу.

Наведемо кілька прикладів конкретних текстових фрагментів, перекладених за допомогою Google Translate, DeepL, ChatGPT та людиною-перекладачем.

(1)

Оригінал: *She walked into the room, her eyes scanning the crowd. A cold breeze ran down her spine – something was off.*

Google Translate: *Вона увійшла до кімнати, очима оглядаючи натовп. Холодний вітерець пробіг по її спині – щось не так.*

ChatGPT: *Вона зайшла до кімнати, її очі ковзнули по натовпу. Холодний подих пройшовся її хребтом – щось було не так.*

DeepL: *Вона увійшла до кімнати, обводячи очима натовп. Холодний вітерець пробіг по її хребту – щось було не так.*

Людський переклад: *Вона зайшла до кімнати, окидаючи поглядом присутніх. Холодок пробіг по спині – щось було не так.*

Оригінальне речення передає тривожну атмосферу, тому важливо не лише точно, а природно передати ці емоції в перекладі. Переклад від Google штучний, оскільки словосполучення «очима оглядаючи» є калькою з англійської («scanning with eyes»), що робить його неприродним для української мови. Переклад від DeepL звучить у перекладі плавніше, однак фраза «вітерець пробіг по хребту» є нетиповою для української мови, оскільки не відповідає її фразеологічним стандартам. Натомість, більш природними та відповідними видаються вирази «аж холодок пробіг по спині» чи «аж мороз ішов по спині», які краще передають емоційну напругу, що відображається в оригіналі. Цікавим є переклад від ChatGPT, оскільки в його основі лежать метафоричні вирази, спрямовані на передачу емоційного настрою. Наприклад, словосполучення «очі ковзнули» і «подих пройшовся» хоч і образні, але звучать дещо неприродно для стандартів української мови. Беззаперечно, людський переклад виявився найточнішим, оскільки він не лише зберігає зміст оригіналу, але й правильно передає емоційну напругу. Фрази «окидаючи поглядом присутніх» і «по спині пробіг холодок» звучать природно й органічно, що дозволяє відтворити легку тривогу, закладену в оригіналі.

(2)

Оригінал: *The president emphasized the importance of unity during his speech at the summit.*

Google Translate: *Президент під час виступу на саміті наголосив на важливості єдності.*

ChatGPT: *Президент наголосив на важливості єдності під час свого виступу на саміті.*

DeerL: *Президент наголосив на важливості єдності під час свого виступу на саміті.*

Людський переклад: *У своєму виступі на саміті президент наголосив на важливості єдності.*

Усі переклади граматично правильні, однак вони відрізняються стилістикою і природністю звучання. У перекладі від Google зберігається англомовний порядок слів, що надає реченню дещо штучного відтінку, наче його перекладено буквально, без урахування мовного узусу української мови. Переклади від ChatGPT і DeerL, хоч і передають зміст точно і природно, проте мають більш офіційний відтінок, що може призвести до втрати емоційності та плавності мови. Найбільш вдалим є людський переклад, оскільки він не лише точний стилістично, а й правильно структурований, починаючи з обставини, яка логічно підкреслює важливість моменту. Така побудова речення створює ритмічність і звучить дуже природно, зберігаючи ту милозвучність, яка притаманна українській мові.

(3)

Оригінал: *The company is headquartered in Cupertino, California.*

Google Translate: *Штаб-квартира компанії знаходиться в Купертіно, Каліфорнія.*

ChatGPT: *Штаб-квартира компанії розташована в Купертіно, Каліфорнія.*

DeerL: *Штаб-квартира компанії знаходиться в Купертіно, штат Каліфорнія.*

Людський переклад: *Головний офіс компанії розташований у Купертіно (штат Каліфорнія).*

Усі варіанти перекладу в цілому передають зміст точно, але відрізняються за природністю мови та термінологією. Переклади від Google і DeerL вживають дієслово *знаходиться*, що хоч і є допустимим, проте звучить менш природно для української мови в контексті офіційних та ділових паперів. До того ж, у перекладі від DeerL міститься уточнення «штат Каліфорнія», що є що є влучним із погляду мовних норм. У свою чергу переклад від ChatGPT виглядає

більш природно завдяки використанню дієприкметника *розташована*. Однак найвдалішим вважаємо людський переклад, оскільки саме в ньому використовується термін *головний офіс*, що більш точно відповідає значенню англійського *headquartered* у цьому контексті.

(4)

Оригінал: *It was a piece of cake.*

Google Translate: *Це був шматок пирога.*

ChatGPT: *Це було легше простого.*

DeepL: *Це був шматок пирога. Alternatives: Це було простіше простого. Це був шматок торта.*

Людський переклад: *Це було дуже легко.*

A piece of cake – це англійська ідіома, яку правильно перекладати не буквально, яку у процесі перекладу слід відтворювати не буквально, а шляхом добору відповідного фразеологічного відповідника у мові перекладу. Як видно з наведених прикладів, переклад від Google та DeepL некоректний, оскільки в них зберігається буквальний підхід, що не відтворює ідіоматичний зміст вислову в англійській мові. У перекладі від ChatGPT та в одному із варіантів перекладу від DeepL («це було простіше простого») правильно передано семантику ідіоми, проте самі переклади мають дещо розмовний характер. Найбільш вдалим видається людський переклад «Це було дуже легко», оскільки він одночасно є найбільш точним за змістом і стилістично адекватно передає значення оригінального вислову. Цей приклад чітко демонструє важливість адаптації перекладу з урахуванням культурно-лінгвістичних особливостей, що дає змогу повноцінно відтворити комунікативний намір оригіналу.

(5)

Оригінал: *He felt like a cowboy in Wall Street.*

Google Translate: *Він почувався ковбоєм на Волл-стріт.*

ChatGPT: *Він почувався як ковбой на Волл-стріт.*

DeepL: *Він відчував себе ковбоєм на Уолл-стріт. Alternatives: Він почувався ковбоєм на Уолл-стріт. Він відчував себе ковбоєм на Волл-стріт.*

Людський переклад: *Він почувався, як чужинець у діловому світі.*

Речення дійсно має образний зміст, де слово *ковбой* використовується не в буквальному сенсі, як алюзія на стереотипний образ вільної, незалежної, дещо грубуватої людини, чужої у строгому й регламентованому фінансовому світі Волл-стріт. У перекладах від Google, ChatGPT і DeepL передано буквальноне значення вислову, що, хоча й є граматично правильним, не розкриває прихованого змісту алюзії. У перекладі від DeepL пропонується кілька варіантів, однак інтерпретація залишається поверхневою і не враховує культурно-контекстуальні особливості оригіналу. Натомість, у запропонованому варіанті людського перекладу знаходимо точніший вираз, у якому передається не лише значення, а й атмосфера; цей відповідник передає не лише зміст, а й атмосферу образу відчуття чужості «ковбоя» серед «витончених» представників фінансової еліти.

Безсумнівно, людський переклад дійсно залишається найкращим варіантом, оскільки у ньому не лише точно передається зміст оригіналу, а й враховуються мовні та культурні особливості. Людина-перекладач здатна зберегти не тільки сенс, а й стиль речення, роблячи його природним і зрозумілим для носіїв мови. МП часто залишається на поверхневому рівні, тому що не завжди може правильно передати стилістичні нюанси, інтонацію чи емоції, покладені в основу оригінального тексту.

Безумовно, МП має не тільки негативні сторони, але і переваги. Серед його основних переваг — швидкість обробки запитів, доступність широкого спектра мов та економічність. МП здатний миттєво обробляти великі обсяги тексту, що значно прискорює процес перекладу та знижує витрати. Крім того, системи МП можуть працювати з рідкісними мовами, забезпечуючи доступ до інформації для більшої кількості користувачів. Інтеграція МП в робочі процеси дозволяє автоматизувати рутинні завдання, такі як укладання термінології та збереження глосаріїв, що підвищує продуктивність праці перекладачів.

Вважаємо, що навіть найсучасніші технології не можуть повністю замінити людини-перекладача, особливо коли йдеться про тексти з глибоким культурним контекстом або

специфічною термінологією. Лише спільна робота фахівців і штучного інтелекту відкриває нові горизонти в перекладацькій діяльності. Завдяки використанню інструментів МП перекладачі можуть швидше генерувати вихідний текст та трансформувати його. Філологічна експертиза повинна стати ключовим елементом у забезпеченні якості та точності перекладу.

Висновки. Машинний переклад набуває все більшої популярності завдяки своїй зручності та доступності, особливо в умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій. Нині різні платформи дозволяють миттєво перекладати тексти з однієї мови на іншу, що спрощує комунікацію. Машинний переклад активно використовують у бізнесі, туризмі, освіті, наукових дослідженнях і навіть у повсякденному житті. Однак машинні системи, навіть найсучасніші, не можуть повністю врахувати складність людської мови, яка живе не тільки у словах, але й у культурних аспектах. Взаємодія з контекстом, інтерпретація значень, що змінюються залежно від ситуації та культурних відмінностей, вимагає від МП більшої гнучкості та розуміння, ніж просто механічна заміна слів. Культурна специфіка, яка формує сенс у кожній мові, теж є істотною перешкодою для точного передавання змісту. У цьому контексті важливо не тільки прагнути лінгвістичної точності, але й намагатися передати атмосферу, емоції і значення. Тому фахівці з філології відіграють незамінну роль у постредагуванні й адаптації машинного перекладу, забезпечуючи точність, стилістичну відповідність та врахування культурних особливостей.

Перспективою подальших досліджень є вивчення нових інструментів для постредагування машинного перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

Брай А. Ю. Адекватність машинного перекладу усних та письмових англомовних текстів. Київ : Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського. 2024. 169 с.

Василенко Н. В. Крос-культурний аспект перекладу документів міжнародних проєктів: аналіз впливу культурних відмінностей на якість перекладу та рекомендації для забезпечення точності і контекстуальної

адаптації. *Scientific Practice: Modern and Classical Research Methods*. 2024. С. 190–193.

Данилов Г., Балакірева В., Василенко К. Машинний переклад, системи машинного перекладу та їх специфіка. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки*. 2021. № 33. С. 293–310.

Дячук Н. До питань адекватності перекладу технічних інструкцій. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2023. № 23. С. 34–42.

Любимова С. А. Проблеми автоматизованого перекладу (конспект лекцій). Одеса, 2024. 49 с.

Моїсєєва Н., Дзикович О., Штанько А. Машинний переклад: порівняння результатів та аналіз помилок DeepL та Google Translate. *Advanced Linguistics*. 2023. № 11. С. 78–82.

Тупиця О. Ю. Лінгвокультурні аспекти перекладу безеквівалентної лексики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2024. № 69 (2). С. 38–41.

Хоменко В., Кугай К. Language peculiarities and cultural backgrounds: machine translation. *Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультилінгвального глобалізованого світу*. 2024. С. 352–354. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27983>.

Devlin J., Chang M., Lee K., Toutanova K. BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. *Computer Science*. 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/1810.04805>.

Jiao W., Wang W., Huang J., Wang X., Shi S., Tu Z. Is ChatGPT A Good Translator? Yes With GPT-4 As The Engine. *Computer Science*. 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2301.08745>.

Junczys-Dowmunt M., Grundkiewicz R., Dwojak T., Hoang H., Heafield K., Neckermann T., Seide F., Hermann U., Aji A. F., Bogoychev N., Martins A. F. T., Birch A. Marian: Fast Neural Machine Translation in C++. *Computer Science*. 2018. URL: <https://arxiv.org/abs/1804.00344>.

Klein G., Kim Y., Deng Y., Crego J., Senellart J., Rush A. M. OpenNMT: Open-source Toolkit for Neural Machine Translation. *Computer Science*. 2017. URL: <https://arxiv.org/abs/1709.03815>.

Vanmassenhove E., Shterionov D., Way A. Lost in Translation: Loss and Decay of Linguistic Richness in Machine Translation. *Computer Science*. 2019. URL: <https://arxiv.org/abs/1906.12068>.

Vaswani A., Bengio S., Brevdo E., Chollet F., Gomez A. N., Gouws S., Jones L., Kaiser Ł., Kalchbrenner N., Parmar N., Sepassi R., Shazeer N., Uszkoreit J. Tensor2Tensor for Neural Machine Translation. *Computer Science*. 2018. URL: <https://arxiv.org/abs/1803.07416>.

Voita E., Sennrich R., Titov I. When a Good Translation is Wrong in Context: Context-Aware Machine Translation Improves on Deixis, Ellipsis, and Lexical Cohesion. *Computer Science*. 2018. URL: <https://arxiv.org/abs/1905.05979>.

Wheal E. Future of machine translation in 2025 and beyond. 2025. URL: <https://www.rws.com/blog/future-of-machine-translation/>.

MACHINE TRANSLATION IN THE MIRROR OF PHILOLOGY: ACCURACY, CONTEXT, CULTURE

Nataliia Yu. Ishchuk

PhD in Education, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages for Specific Purposes
Vasyl' Stus Donetsk National University,
Vinnytsia, Ukraine
e-mail: ischuk.n@donnu.edu.ua
ORCID ID <http://orcid.org/0000-0002-4726-9432>

SUMMARY

In modern linguistics, machine translation (MT) occupies an important and increasingly prominent place, as the development of computer technology and artificial intelligence has significantly changed approaches to processing linguistic information. Due to modern MT systems, translating texts between languages has become more accurate, stylistically balanced, and contextually adequate, which was previously unattainable for traditional rules and dictionary methods. The study aims to identify the strengths and weaknesses of modern machine translation from a philological point of view, in particular in the aspects of preserving meaning, cultural context, stylistic accuracy, and to determine the role of the translator in the technological era of linguistic communication. Machine translation is the process of automatically converting texts or speech fragments from one language to another using computer programs or systems that use natural language processing algorithms. The study highlights philological challenges in machine translation: ensuring the accuracy and semantic adequacy of translation, the problem of context and ambiguity, as well as stylistics, genre features, and emotional coloring. Cultural aspects of MT remain one of the most difficult challenges for modern language technologies, because the transmission of realities, idioms, and national-cultural elements requires not only linguistic accuracy but also deep cultural understanding. Typical mistakes associated with incorrect translation of culturally specific terms and expressions in MT are lexical ambiguity, incorrect transmission of grammatical structures, in particular syntactic relations between words; loss or addition of information, stylistic flatness of translations. However, MT also has positive aspects – the speed of processing requests, the availability of a wide range of languages, and cost-effectiveness. Thanks to the use of MT tools, translators can generate the text faster and transform it. Philological expertise should become a key element in ensuring the quality of translation. The prospect of further research is to study new tools for post-editing machine translation.

Keywords: machine translation, accuracy, context, culture, philology, TranslateGoogle, DeepL, ChatGPT.

REFERENCES

- Brai A. Yu. (2024) Adekvatnist mashynnoho perekladu usnykh ta pysmovykh anhlomovnykh tekstiv [Adequacy of machine translation of oral and written English texts]. Kyiv : Kyivskiy politekhnichnyi instytut imeni Ihoria Sikorskoho [in Ukrainian].
- Danylov H., Balakirieva V., Vasylenko K. (2021). Mashynnyi pereklad, systemy mashynnoho perekladu ta yikh spetsyfika [Machine translation, machine translation systems and their specifics]. *Naukovyi visnyk PNPu im. K. D. Ushynskoho* [Scientific Research Issues of South Ukrainian National Pedagogical University Named after K. D. Ushynsky: Linguistic Sciences], Vol. 33, pp. 293–310 [in Ukrainian].
- Devlin J., Chang M., Lee K., Toutanova K. (2023). BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1810.04805>.
- Diachuk N. (2023). Do pytan adekvatnosti perekladu tekhnichnykhinstruksii [On the issues of the adequacy of the translation of technical instructions]. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii* [Modern Studies on Foreign Philology], № 23, pp. 34–42 [in Ukrainian].
- Jiao W., Wang W., Huang J, Wang X., Shi S., Tu Z. (2023). Is ChatGPT A Good Translator? Yes With GPT-4 As The Engine. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/2301.08745>.
- Junczys-Dowmunt M., Grundkiewicz R., Dwojak T., Hoang H., Heafield K., Neckermann, T., Seide F., Hermann U., Aji A. F., Bogoychev N., Martins A. F. T., Birch A. (2018). Marian: Fast Neural Machine Translation in C++. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1804.00344>.
- Khomenko V., Kuhai K. (2024). Language peculiarities and cultural backgrounds: machine translation. *Innovatsiini tendentsii pidhotovky fakhivtsiv v umovakh polikulturnoho ta multylinhvalnoho hlobalizovanoho svitu*, pp. 352–354. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27983>.
- Klein G., Kim Y., Deng Y., Crego J., Senellart J., Rush A. M. (2017). OpenNMT: Open-source Toolkit for Neural Machine Translation. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1709.03815>.
- Liubymova S. A. (2024). Problemy avtomatyzovanoho perekladu (konspekt leksii) [Problems of automated translation (lecture notes)]. Odesa [in Ukrainian].
- Moisieieva N., Dzykovych O., Shtanko A. (2023). Mashynnyi pereklad: porivniannia rezultativ ta analiz pomylok DeepL ta Google Translate [Machine translation: comparison of results and error analysis of DeepL and Google Translate]. *Advanced Linguistics*, № 11, pp. 78–82 [in Ukrainian].
- Tupytisia O. Yu. (2024). Linhvokulturni aspekty perekladu bezekvivalentnoi leksyky [Linguistic and cultural aspects of the translation of non- equivalent vocabulary]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu* [Scientific Bulletin of International Humanitarian University], Vol. 69 (2), pp. 38–41 [in Ukrainian].
- Vanmassenhove E., Shterionov D., Way A. (2019). Lost in Translation: Loss and Decay of Linguistic Richness in Machine Translation. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1906.12068>.
- Vaswani A., Bengio S., Brevdo E., Chollet F., Gomez A. N., Gouws S., Jones L., Kaiser Ł., Kalchbrenner N., Parmar N., Sepassi R., Shazeer N., Uszkoreit J. (2018)

Tensor2Tensor for Neural Machine Translation. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1803.07416>.

Vasylenko N. V. (2024) Kros-kulturnyi aspekt perekladu dokumentiv mizhnarodnykh proektiv: analiz vplyvu kulturnykh vidminnostei na yakist perekladu ta rekomendatsii dlia zabezpechennia tochnosti i kontekstualnoi adaptatsii [Cross- cultural aspect of translation of documents of international projects: analysis of the influence of cultural differences on the quality of translation and recommendations for ensuring accuracy and contextual adaptation]. *Scientific Practice: Modern and Classical Research Methods*, pp. 190–193 [in Ukrainian].

Voita E., Sennrich R., Titov I. (2018). When a Good Translation is Wrong in Context: Context-Aware Machine Translation Improves on Deixis, Ellipsis, and Lexical Cohesion. *Computer Science*. URL: <https://arxiv.org/abs/1905.05979>.

Wheal E. (2025). Future of machine translation in 2025 and beyond. URL: <https://www.rws.com/blog/future-of-machine-translation/>.

Стаття надійшла до редакції 23.04.2025

UDC 811.161.2'373.21

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.9>

TO THE ORIGIN OF THE OIKONYMS *FUN(N)A, DEMERDZHI, LUCHISTOYE*

Alexander V. Ivanenko

PhD in Philology, Research Associate
at the Department of History of Ukrainian Language and Onomastics
Institute of Ukrainian Language
of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
e-mail: skifetym@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6553-4909>

SUMMARY

The article examines the origin and semantic and typological connections of three names of one of the ancient settlements of the Tauride Peninsula – Fun(n)a, Demerdzhi, Luchistoye (the current name of the village). The historical and cultural realities against which the oikonyms emerged and functioned are also briefly described. Based on the analysis of one of the Crimean legends, the semantic spectrum of the Greek Latinism φοῦρνος, which was used in the Crimea, is expanded.

Keywords: *etymology, reconstruction, prototype, oikonym, oronym.*

Introduction. The aims of this article are: 1) to give an etymological explanation of three names of one ancient Crimean settlement – *Fun(n)a, Demerdzhi, Luchistoye*; 2) to clarify the typological links between these oikonyms. Such aims reflect the trends in the contemporary linguistics and consequently the stated scientific problem is **relevant**.

The **material** for the article served as historical and statistical documents of the 14th–20th centuries, fictitious names of the settlement at different stages of its existence, as well as one of the Crimean legends reflecting the folk interpretation of the historical name of the modern village of Luchistoye – *Fun(n)a*.

The used **methods**: etymological and comparative-historical, internal reconstruction method.

Material of analysis and results

The story of the Taurian **Fun(n)a** (later *Demerdzhi*, now *Luchistoe*) represents that rare case when the data of archaeology, linguistics and folkloristics (sic!) are in full agreement. Given the fact that there are various versions of the origin of the toponym *Fun(n)a* in the literature – Indo-Aryan, Iranian, Greek-Latin and, finally, Gothic – to assess the degree of probability of each of them it is necessary to give a brief overview of historical and archaeological data.

Thus, according to historians, the remains of two Neolithic settlements, a Bronze Age settlement, and three Taurian burial grounds were discovered near the Luchistoye village. In the VI–VII centuries there was a settlement of *Funy* on the site of the present village. From the thirteenth century – *Demerdzhi* (ІМС Крим, 1974: 238).

In the vicinity of the village, objects of the Late Scythian culture (whose carriers are called Tauro-Scythians in ancient monuments) were found, approximately dated between the second and third centuries BC and the first and second (the main massif), and less often – the third and fourth centuries AD (Lysenko A. V., Masyakin V. V., Mordvintseva V. I. «Grave No. 1 of the necropolis of the Roman time Luchistoe-2 (Southern Crimea)». *History and archaeology of Crimea*. Vol. II. The volume of collected papers dedicated to memory of Alexander Evgenyevich Puzdrovsky [ed. by V. V. Maiko]. 2015, pp. 304–321).

In the context of further research, we note the following important (and in our case, decisive) historical circumstances.

1. Around the third century, the Alans were firmly established in the south-east of Taurica, and under the pressure of the Huns they were forced to migrate to the south-west, and already at the end of the fourth and beginning of the fifth centuries their burials were found in the area of the modern village of Luchistoi (Khrapunov I. N. Alans. “From Cimmerians to Krymchaks (peoples of Crimea from ancient times to the end of the XVIII century)”. 2004, pp. 88–90). On the other hand, the Goths appeared here in South-Western Crimea around the middle of the III century. Due to the mixing of representatives of both ethnic groups in this region, the culture of the late IV – first half of the V centuries,

numerous burials of which were found near the present-day Luchistoye, is usually qualified as Alano-Gothic or Gotho-Alanian (Aibabin A. I., Khairedinova E. A. “The burial ground near the village of Luchistoe. Volume II. Excavations 1984, 1986, 1991, 1993–1995”. 2014, p. 8). In general, the archaeological material is dated to the IV–XII centuries.

Further it should be mentioned that nowadays there are three known settlements in the outskirts of Luchistoye – Demerdzhi I, Demerdzhi II and *Funa*. The first two are dated X–XIII centuries. On the territory of Demerdzhi I settlement there were found a settlement and ruins of two churches (one of them with a pogost). It is not excluded that one of the churches was connected with the name of the *Virgin Mary*, because in the following legend about the ‘mountain smith’ *Funna* (in it we find, among other things, the explanation of this name) a girl named Maria is mentioned. Later, in the XIII century, a fortification – a castle, known from monuments as *Funna*, appeared (Myts V. L. “Fortifications of the Taurica X–XV centuries”. Kiev, 1991, pp. 150–151; “Legends of the Crimea” [ed. G. Taran]. 1961, pp. 106–107).

2. At the end of the IX century, the Crimean fortresses again came under Byzantine rule, and by the end of the X century in the territory between Kherson and the Kerch Strait, the centuries-long assimilation process of the formation of the Crimean people, which absorbed Alanian, Gothic, Roma and Bulgar components, was completed. The unifying component in this case was Christianity and Byzantine culture. In this case, the inhabitants of the *Klimate*s (in the IX–X centuries the term gr. (τὰ κλίματα referred to the lands between Kherson and Bosphorus (now Kerch). – *A.I.*) knew Greek, and some of them had Greek or Alanian names (Aybabin A.I. “Ethnic History of Early Byzantine Crimea”. 1999, pp. 227, 229).

Besides, as early as in the fourteenth century both Alans and Goths were mentioned among the inhabitants of Taurica, and in the fifteenth century the fact of naming the mixed population of Mountainous Taurica Gotoalans is recorded. Also in the middle of the XVI century in Crimea there were Goths who did not know their own language and Greeks who knew Gothic. Gothic could act both as a language of family and inter-ethnic communication (Op. cit., 230).

These are, in brief, the historical data necessary for a consistent explanation of the first name of the modern village of *Luchistoye*.

The first records of the settlement in historical documents date back to the end of the XIV century.

≈ 1360 The name of the village first appears in the Genoese treasury lists of Caffa (*cartolfri della Masseria*), where Fonna is mentioned among the settlements belonging to the captaincy of Gothia ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_\(Крым\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_(Крым))).

1381 + MCCCLXXXI [1381. – A.I.] ...

+ Die XVIII marcii

Abranus de Gentille bancherius debet nobis pro Gorgibey Baxas de racione Manolli proti pro cazallis

Fonna de XXXX asperos I DCL ...

Item XXVII aprilis pro Costo Damodi propto Ialito in racione cazallis Ialite in XXXX asperos IX D... (Džanov A. V. «Kazaliyas of Soldaya and Gothia according to Books Massarii Kaffa». 2017, pp. 322).

1384 ... о приходѣ ... *Фуны* и Аланіи («Antoninus, archimandrite. Ancient acts of the Patriarchate of Constantinople relating to the Novorossiysk region» *ZOOID*. 1867. V. 6, p. 460).

1520 *Demürcü* (Öztürk 122).

1542 *Demürcü* (Öztürk 122).

1652 селении *Демурджи* (in *Джизіє дефтера Лива-и Кефе* (Османских налоговых ведомостях) ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_\(Крым\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_(Крым)))).

1680 Селение *Демурджи* принадлежит к [кадылыку] Сугдак (“Ottoman Landholding Registry of Southern Crimea of 1680s”: 3, 65).

1778 *Фуны (Демурджи)* (according to Metropolitan Ignatios) ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_\(Крым\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лучистое_(Крым))).

1783 «деревня» *Темурджи* Судакскаго кадылыка Кефинскаго каймаканства (see: «Chamber description of the Crimea in 1784. Continued: Statement of what exactly are the kaimakanstvos in the Crimean peninsula, who exactly in which kaimakan consists, how many kadyliks are in each kaimakanstvo, and in any kadylik how many villages. December 17th day of 1783». *Bulletin of Tavricheskaya scientific archival commission*. 1888. № 6, p. 57).

1794 при д. *Деймерджи* (Лашков, 1897: 27).

1864 *Демерджи*, д. каз. тат. of Yalta district at the Demerdzhi-Uzen' river at the foot of the Yaila Mountains (see: "List of populated places of the Russian Empire, compiled and published by the Central Statistical Committee of the Ministry of Internal Affairs. 41. Tavricheskaya governorate". 1865, p. 92).

1887 *Демерджи* of Yalta district, Alushta vol. (see: "Memorable book of Tavricheskaya governorate for 1889". Simferopol, p. 12).

1902 *Демерджи* of Yalta district, Alushta vol. ("Memorable book of Tavricheskaya governorate for 1889". Simferopol, p. 134).

21. VIII. 1945 р. *Демерджи* is renamed to *Лучистое* ("Decree of the Presidium of the Supreme Soviet of the RSFSR of 21 August 1945 'On renaming village councils and settlements of the Crimean region'". *Administrative-territorial transformations in the Crimea. 1783–1998* / Reference book. 1999. Appendix 19, p. 399).

The origin of the first name of the settlement – *Fun(n)a* and sub. – is connected with the name of the mountain of the same name, at the foot of which the old settlement was located. In the Crimean legend about this mountain-smith, we find both its description and explanation (albeit in fictionalised form) of its name, sounding as *Funna*. In the abridged retelling of the legend sounds like this:

When the nomads who invaded the Crimea spread across the steppes and mountains in a lava flow, the cinders, smoke and stench followed them. And the further they advanced into the interior of the peninsula, the greater the need for weapons they felt – because the inhabitants of Taurica did not want to submit to them, having killed many ferocious invaders.

And the invaders reached the mountain called *Funna* – Smoky. A column of smouldering fire rose from its top, and it was always bright around this mountain. At the foot of the mountain in the village lived craftsmen famous for their blacksmith's art. People lit the first horn in these places from the fire from the top of this mountain ("Legends of the Crimea", p. 103).

And the commanders of the conquerors decided to set up a forge in this mountain, for there was no better forge for the weapons forging. And there was a big and terrible man among them who set up a gigantic forge on the top of the mountain. All day long this mountain rattled and smoked, the flames danced and the clanging and ringing of hammers was heard. And since then the invaders have had many weapons ("Legends of the Crimea", pp. 104–105).

The area around *Funna* was drying up: the rivers were getting shallow, the gardens were withering and the grapes had ceased to give birth. Many people were led away by the invaders to the mountain to forge weapons. They killed many people there and committed many atrocities. They burned the elders who came to ask the blacksmith to leave the mountain. The blacksmith also killed a girl

named Maria, who came to ask the blacksmith for the same thing. And when, in the end, the mountain's cup of patience was overflowing, it trembled, breathed fire, and the smithy collapsed with the blacksmith and his friends into the fiery pit of the mountain.

Since then *Funna* calmed down, there was no fire above its peak and its old name – *Smoky* – was forgotten. But people remembered everything that had happened and gave the mountain a new name – *Demerdzhi* (*Blacksmith*) (see: “Legends of the Crimea”, pp. 104–105).

The following circumstances are important for analysing the legend.

1) the legend was created not earlier than the middle of the XIII century - the time of the Mongol-Tatars' invasion of Taurica, and most likely – much later, as the legend says that the invaders advanced slowly into the interior of the peninsula. The estimated time of the legend's creation is the first half to the middle of the XV century (between 1421 and 1459), when the castle of Funa was burnt down and rebuilt again in 1459. The second time it was destroyed by the Ottomans in 1475 (Myts V. L. “Fortifications of the Taurica X–XV centuries”. Kiev, 1991, p. 151);

2) the authors of the first version of the legend were Christians. Judging by linguistic data – Crimean Goths and Greeks who professed Orthodoxy (on their religion see: Kizilov M. B., Masyakin V. V. “Goths”. *From Cimmerians to Krymchaks (peoples of Crimea from ancient times to the end of the XVIII century)*. 2004, p. 71). The fact that the legend was created by the pre-Turkic population of Taurica is evident from the beginning of the legend, in which the hordes of nomadic invaders are characterised negatively: ‘They were stocky, long-armed, their faces were round, their eyes were small, and their gaze was fierce’ (see: “Legends of the Crimea”, p. 103). Further, near the end of the legend, among the blacksmith's atrocities, he mentions the murder of a girl with a typical Christian name – *Maria* (Ibid., pp. 106–107).

A Greek trace can be traced in one of the episodes of the legend (the comparison of Mount Funa with a blacksmith's mine).

Later this legend underwent some adaptation in the Turkic cultural environment, as evidenced by the use of the Crimean Tatar oronym *Demerdzhi* in its text.

In connection with the etymologisation of the earliest documented variant of the name – *Fun(n)a* – it is important to pay attention to the nature of the geographical object bearing it. In the case of *Fun(n)a-Demirdzhi*, it is a mountain, which at a certain stage could have been volcanically active.

At least one more case of such activity in Taurica is reflected in the legend about the so-called castle of dishonour (on the outskirts of Partenit), which was destroyed as a result of a volcanic eruption: ‘Not far from the Karabag rock, the ground opened up, from where a huge flame appeared, accompanied by millions of stone nuclei, which, most of them falling on the castle of dishonour, with a terrifying roar, fell into the abyss of the sea’ (Kondaraki V. H. “Legends of the Crimea”. 1883, pp. 57–58).

As can be seen from the text, the legend analysed by us contains quite enough information to explain all three – *Funa*, *Demerdzhi* and *Luchistoye* – names of the village. In any case, the descriptions of the mountain set a clear vector of etymological searches.

The given considerations we will try to confirm the following theoretical calculations.

I. Oikonym *Fun(n)a* etc. – transonymisation according to the model ‘oronym > oikonym’, and therefore all the variants of oikonyms noted in the sources may go back to the corresponding forms of oronyms. Therefore, it is further necessary to attribute these variants in connection with one or another language. It is possible to clarify the changes / fluctuations in the internal form of the oikonym only by considering similar processes in the internal form of the deriving oronym, whence the need for etymologising the oronym.

II. Oronym *Fun(n)a*. It is very difficult, if not impossible, to reconstruct the pre-Gothic history of the name: the settlement located in the outskirts of modern Luchistoye is not mentioned in the records of ancient and early medieval authors about Taurica. In any case, we have not met any names that are etymologically related or at least somewhat consonant with the toponym *Fun(n)a*. Nor have we met any toponyms with typologically similar internal form.

And only on the basis of the fact that the Gothic name *Fun(n)a* was later partially calcified on the Turkic ground as *Demerdzhi*, we

can assume that the Gothic toponym may be a calc from an earlier non-Germanic (Indo-Aryan = Sindo-Meotian, Taurian; Scythian or Sarmato-Alanian) name.

In this connection, it is appropriate to cite the versions we encountered in the work of A. K. Shaposhnikov.

1. Chronologically, the earliest layer of vocabulary is Indo-Aryan. Accordingly, the origins of the oronym can be considered in the context of the etymologies given in A. K. Shaposhnikov's dictionary:

a) the place name *Funa* is a Sarmatian-Alan adaptation of Sindo-Meot. **pauna*- 'purifying (fire)', cf. Sanskr. *pauna*-, *puna*- 'the same'. Initial *f*- is considered as a means of adaptation in Sarmatian-Alan dialects (Shaposhnikov A. K. "Dictionary of the most ancient onomastics of the Taurian Peninsula". *Toponymy of Crimea*. 2011: Collection of articles [comp. by Yu. A. Belyaev]. 2011, pp. 418);

b) the place name *Funa* is a re-formation (of a feminine noun to *-a*) of the Tauro-Gothic. *fon* (N. sing.), *funins*, *funin* (Gen. sing., Dat. sing.) 'fire' (Shaposhnikov. Ibid.).

The original meaning may be close to the semantics of barbarism *demirdzhi* 'iron smith', and therefore a search in this semantic field (*furna*) is promising. The place name refers to the ruins of the medieval fortress of *Demirdzhi* (now *Luchystoye*) and Mount *Demirdzhi*. The creators of the place name are not precisely identified (Shaposhnikov. Ibid.).

These versions seem to us to be the closest to the historical linguistic situation.

Also in the quoted dictionary of A. K. Shaposhnikov there are two more versions of the genesis of the *Fun(n)a* name, which in a certain way correlate with the historical realities set out in the legend about the origin of the toponym discussed below:

c) the toponym *Funa* is a distortion of the Greek (< Latin) τὸ φοῦμο, ὁ φοῦμος 'soot, grime' (Shaposhnikov. Ibid.);

d) toponym *Funa* – spoilage (loss of *-r-*) and re-forming of the feminine noun with *-a* (Latinism) φοῦρνονς 'furnace, firebox' < Latin *furnus* 'smelting furnace' (Vitruvius), cf. Greek toponyms *Furna*, *Furni* (island, channel) (Shaposhnikov. Ibid.).

All versions given by A. K. Shaposhnikov require, in our opinion, a close consistent consideration, as well as some corrections.

The Indo-Aryan (Taurian) name of the mountain, assumed by A. K. Shaposhnikov, must have sounded as **pauna-* with the approximate meaning **‘fiery’*. Whether this mountain had some sacred status in connection with the Sanskr. *pauna-*, *puna-* ‘purifying’, cited by the researcher, for which cognates with the meaning ‘fire’ from other Indo-European languages are indicated (Monier Williams, 1899: 633, 640), it is difficult to say.

Due to the fact that the legend, among other things, notes an episode with the burning of the elders who came to ask the terrible blacksmith to leave the mountain, it is not excluded that in pre-Christian times the mountain (during the periods of its volcanic calm) could have been used for ritual executions or sacrifices. The legends about them could be reflected in the local legend. However, this is only our conjecture.

Also we cannot ignore A. K. Shaposhnikov’s remarks about the nature of the initial *f-* in the forms of oikonym recorded by the sources. Indeed, the transition *-p-* > *-f-* is typical for the languages of the Iranian group: not only for Sarmatian or Alanian, but also for Scythian.

We can only assume that in the dialects of the local Iranian population there could exist a geographical term **funa-* with some ‘fire’ meaning. The following Ossetian material (but with a different expander) can serve as a basis for such an assumption: sf. Osset. *fūgæ* / *fogæ* ‘rhododendron’, possibly derived from **paṇaka* ‘fire’ in case the name of the plant formerly meant ‘fuel’, cf. Sanskr. *pāvaka-* ‘fire’, from which a number of plant names are formed. Further, the Ossetian word goes back to Iranian. **paṇ-* : **pāṇ-* : **pū-* and then to I.-E. **peu-* : **peuā-* : **pu-*, **pū-* ‘to clean, purify, sift’ (“Etymological dictionary of the Iranian languages”. V. 6, pp. 254–255). But unfortunately, in the ancient and early medieval sources known to us, the name of the settlement or mountain **Funa-* is not mentioned.

Later, with the arrival of the Goths in South-Western Taurica, **the Gothic name of the mountain** appears. It is this name, starting from the XIV century, that is reflected in medieval documents.

It is quite natural and logical to assume that the Gothic name, to a greater or lesser extent, calques some earlier name – for example, Sindo-Meot. **Pauna-* or East-Iran. **Funa*. However, it is

impossible to prove this assumption – due to the absence of earlier written evidence.

However, in any case, the forms of oikonym attested in medieval monuments (see above) are quite satisfactorily explained in connection with such Gothic vocabulary as: Goth. *fōn*, gen. *funins*; *funisks* ‘fiery’ < *fon* (Uhlenbeck, 1900: 47, 52), cf. forms gen. sing. *funnis*, dat. sing. *funnin* < *fun* (*fūn*?) < *fōn* ‘fire’ (Balg, 1887–1889: 101). Gothic *fōn*, together with Eng. *fire*, O.-H.-G. *fiur*, O.-Fris. *fīōr* (cf. Gr. *πῦρ* ‘fire’, Lat. *pūrus* ‘pure’), goes back to Germ. **fūr-* / **fewur-* ‘fire’ and further to IE **pe-or-* / **peh-r-* ‘fire, to burn; to purify by fire’ [-*n-* in Goth. *fōn*, O.-Isl. *funi* ‘fire’, as in O.-Prus. *panno* ‘fire’ etc., characterises the form of the indirect cases of the IE **pe-or-* / **peh-r-*, belonging to the Indo-European heteroclitic declension in *-r-/-n-* (see: Levitsky V. V. “Etymological dictionary of Germanic languages”. Vinnitsa, 2010. V. 1, pp. 199).

Accordingly, for the Gothic oikonyms (and their formative oronym), we propose a reconstruction of the feminine, singular ***Fun(n)a**.

The original intended oronym could look like ***Funnis Fairguni** ‘fire mountain’, where *funnis* is a form of gen. sing.

In the context of reconstruction of a potentially possible onym word combination it is important to note the following syntactic feature of the Gothic language: there is no firm word order in it. And although ‘the definition expressed by the genitive possessive tends to postposition: *sunus gudis* ‘son of God’, *sunus mans* ‘son of man’, but *barne barna* ‘children’s children’ (Guhman M. M. “The Gothic Language”. 1958, pp. 216). In our case, however, we should speak not of the genitive of possessivity, but of the genitive of relativity. However, this fact does not fundamentally change anything.

The choice of Goth. **fairguni** as the second component of the supposed original form of the oronym is due to the character of the geographical object itself.

1. Mount *Funna* is a part of one of the three mountain ranges stretching along the southern coast of the Tauride Peninsula. Therefore, the use of Gothic *fairguni* as a designation of ‘mountain

range’ (Lehmann, 1986: 104) is quite appropriate in this case. Moreover, it turns out that in Taurica of the Gothic time this word could be a used geographical term.

2. In the legend quoted above, it is said that the mountain rattled all day long, with the clanging and ringing of hammers (see: “Legends of the Crimea”, p. 104). The sounds made by the mountain, which shows volcanic activity, became a detail of the legend, which is well explained by the semantics of the Gothic oronym **Fairguni*. The Gothic oronym is a full structural-etymological analogue of the name of the Lithuanian thunder deity, cf. Lith. *perkūnas* ‘thunder god; thunder’, O.-Prus. *Percunis* ‘thunder’ (Lehmann, 1986: 105; Orel, 2003: 99).

As for the form of the oikonym **Fonna* noted in the sources, it may be either a reflection of the phonetic transition **-u-** > **-o-** noted in Germanic languages from the end of the 14th century, or the result of inaccurate transmission of the Germanic form by the author of the Latin-language economic document.

As for **the Greek-Latin etymology** of the oronym *Fun(n)a*, the versions cited by A. K. Shaposhnikov do not seem to be completely groundless, although they cannot be accepted as an explanation of the forms like *Fonna*, *Funa* and others mentioned in the sources.

Another thing is that among the Greek inhabitants of Crimean Gothia both the mountain and the settlement (approximately from the IX–X centuries) could be characterised with the help of a borrowed from Latin Gr. φοῦρνος ‘oven, hearth’ = Lat. *furnus* ‘baking oven’, ‘melting oven’ (Liddel, Scott, 1996: 1952; “Latin-Russian Dictionary” by I. H. Dvoretzky. 1976, p. 447). Judging from the text of the legend, in which the fire and *smoke mountain* is compared to a *forge*, the Greek φοῦρνος in Mountainous Taurica also had the meaning ‘forge’.

Unfortunately, the name *Furna* and sub. for the Crimean mountain (as well as for the settlement) is not recorded in the historical sources available to us today, and the only argument in favour of its existence can only be the mentioned *comparison of the mountain with a horn*. However, it is impossible to ignore this legendary evidence.

III. Oikonym Demerdzhi. We believe that the ‘blacksmith’ internal form of the Turkic microtoponym (and, accordingly, oikonym) *Demerdzhi* – from C.-Tat. *demirci* ‘forge’ (Бушаков, 2003: 101) – was predetermined precisely by the comparison of the mountain with a mountain, which goes back to the Gr. *φοῦρνος ‘horn’. Thus, *Demerdzhi* is a partial Turkic calque from the earlier Gothic **Fun(n)a*, the name of the mountain near which the settlement was originally located.

IV. Oikonim Luchistoe. Oikonim is motivated by the onimised adjective of Russ. *лучистый*, *-oe* on the cognition of the mountain *Demerdzhi*, the top of which is brightly visible on sunny days. The motives for naming the village *Demerdzhi* to *Luchistoe* are also found in the quoted legend about the mountain-smith: ‘Demerdzhi is the most beautiful mountain in the Crimea ... How many hours a day has, so many times its colour changes. It is as if a rainbow shimmers on its slopes’ (see: “Legends of the Crimea”, p. 102).

Conclusions. Thus, summarising the above, it should be stated that the first two oikonyms recorded in the monuments – **Fun(n)a** and **Demerdzhi** – are typologically close in semantic terms and, in fact, the later Turkic name of the mountain (and, accordingly, of the settlement) calques (not to the full extent) the earlier Gothic toponyms.

Such partial typological parallelism in the internal form of the names *Fun(n)a* and *Demerdzhi* is a rather typical case (in particular, for the toponymy of Crimea). This happens when one dominant ethnos in a region is replaced by another – a foreign culture and language.

To put it simply, in this case there is a partial translation of the oikonym, when only the most important, so to say, the general idea, remains in the internal form of the new name from the old name: cf. the earlier name Scyth. Ἀρδάβδα ‘devotee of the seven gods’ and the later name of the same settlement – Gr. Θεοδοσία ‘giving to the god’.

However, despite the absence of a complete set of historical data about the settlement of interest to us, it seems that the genesis of the first documented name – *Fun(n)a* – and the history of the later names of the present-day settlement of Luchistoe are gradually becoming clearer.

REFERENCES

Balg G. H. (1887–1889). *A comparative glossary of the Gothic language. With special reference to English and German*. Wisconsin ; N. Y. ; London, England ; Halle, Germany : Max Niemeyer.

Bushakov V. A. (2003). *Lexichnyi sklad istoricheskoi toponymii Krymu* [Vocabulary of the historical toponymy of Crimea]. Kyiv : [b. v.] [in Ukrainian].

IMS Krym (1974). *Istoriya mist i sil Ukrainskoi RSR. Krymska oblast* [History of Cities and Villages of the Ukrainian SSR. Crimean Region]. Kyiv : URE AN USSR [in Ukrainian].

Lashkov F. (1897). *Sbornik dokumentov po istorii krymsko-tatarskogo zemlevladieniya* (Okonchanie) [Collection of documents on the history of Crimean Tatar land ownership (Ending)]. *ITUAK*. № 26, pp. 24–154.

Lehmann W. P. (1986). *A Gothic Etymological Dictionary*. Leiden : Brill.

Liddel H. G., Scott R. (1996). *A Greek-English Lexicon* compiled by Henry George Liddel and Robert Scott, revised and augmented throughout by Sir Henry Stuart Jones with the assistance of Roderick McKenzie and with the cooperation of many scholars. With a revised Supplement. Oxford : The Clarendon Press.

Monier Williams M. (1899). *A Sanskrit-English dictionary: Etymologically and philologically arranged with special reference to Cognate Indo-European languages*. Oxford : The Clarendon Press. (2008 revision).

Orel V. (2003). *A Handbook of Germanic Etymology*. Leiden ; Boston : Brill.

Uhlenbeck C. C. (1900). *Kurzgefasstes etymologisches Wörterbuch der gotischen Sprache*. Zweite verbesserte Auflage. Amsterdam : Johannes Müller.

ДО ПОХОДЖЕННЯ ОЙКОНІМІВ ФУН(Н)А, ДЕМЕРДЖІ, ЛУЧИСТЕ

Олександр В. Іваненко

кандидат філологічних наук, науковий співробітник
відділу історії української мови та ономастики
Інституту української мови Національної академії наук України,
Київ, Україна
e-mail: skifetym@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6553-4909>

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто походження та семантико-типологічні зв'язки трьох назв одного з давніх поселень Таврійського півострова – Fun(n)a, Demerdzhi, Luchistoye (сучасна назва села). Також стисло схарактеризовано історико-культурні реалії, на тлі яких виникали та функціонували ойконіми. На підставі аналізу однієї з кримських легенд розширено семантичний спектр грецького латинізма φοῦρνος, який вживався на території Криму.

Ключові слова: етимологія, реконструкція, прототип, ойконім, оронім.

ЛІТЕРАТУРА

Бушаков В. А. Лексичний склад історичної топонімії Криму. Київ, 2003. 317 с.

ІМС Крим: Історія міст і сіл української РСР. Кримська область. Київ : Голов. ред. УРЕ АН УРСР, 1974. 833 с.

Лашков Ф. Сборник документов по истории крымско-татарского землевладения (Окончание). ИТУАК. 1897. № 26. С. 24–154.

Balg G. H. A comparative glossary of the Gothic language. With special reference to English and German. Wisconsin ; N. Y. ; London, England ; Halle, Germany : Max Niemeyer, 1887–1889. 667 p.

Lehmann W.P. A Gothic Etymological Dictionary. Leiden: Brill, 1986.

Liddell H. G., Scott R. *A Greek-English Lexicon* compiled by Henry George Liddell and Robert Scott, revised and augmented throughout by Sir Henry Stuart Jones with the assistance of Roderick McKenzie and with the cooperation of many scholars. With a revised Supplement. Oxford : The Clarendon Press, 1996. 2448 p.

Monier Williams M. A Sanskrit-English dictionary: Etymologically and philologically arranged with special reference to Cognate Indo-European languages. Oxford: The Clarendon Press, 1899 (2008 revision).

Orel V. A Handbook of Germanic Etymology. Leiden ; Boston : Brill, 2003. 683 p.

Uhlenbeck C. C. Kurzgefasstes etymologisches Wörterbuch der gotischen Sprache. Zweite verbesserte Auflage. Amsterdam : Johannes Müller. 1900. 179 S.

Стаття надійшла до редакції 11.06.2025

UDC 811.111'42

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.10>

REDEWENDUNGEN IN ENGLISCHEN TECHNISCHEN TEXTEN

Kateryna M. Pylypiuk

Candidate of Philology, Assistant Professor
at the Department of «Philology»

Odessa National Maritime University,
Odessa, Ukraine

e-mail: ka.pylypyk@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0883-351X>

SUMMARY

The article substantiates the relevance of the problem of the study devoted to the coverage of the issues of phraseology and standardization of speech, in particular the description of structural, semantic and functional characteristics of phraseological units used in the English-language technical communication. The main types of phraseological constructions, including clichés, metaphorical units and established phrases, as well as methods of their rendering in technical discourse, are characterized.

The object of the research is defined as phraseological units in the aspect of their functioning in English scientific and technical texts, while the subject is termed as strategies, tactics and operations of rendering the English phraseological units under investigation into Ukrainian. The scientific novelty lies in a comprehensive study of phraseological units regarding their functional load, frequency of use and translation difficulties. The study emphasizes the importance of the correct use of established expressions to achieve accuracy and effectiveness of professional communication.

Technical texts are characterized by a high level of standardization, which leads to the widespread use of phraseological units such as "verbal pattern". The use of such constructions facilitates the translation, but requires the translator to pay attention to the context, stylistic norms and functional equivalence. The main task of a translator of technical literature is to maintain terminological accuracy and a formal-neutral style.

Keywords: *phraseological units, technical text, terminology, translation, standardization, language norm, translation approaches, professional communication.*

Einleitung. Die moderne Entwicklung der Linguistik widmet der Erforschung der Merkmale der Sprache in verschiedenen Berufsfeldern, insbesondere in der technischen Kommunikation, große Aufmerksamkeit. Das Studium der Phraseologie in englischen technischen Texten wird durch die Prozesse der Globalisierung und des internationalen Wissensaustauschs relevant, was es Ihnen ermöglicht, die Besonderheiten der Kommunikation im technischen Bereich besser zu verstehen. Die Relevanz des Themas erklärt sich aus den modernen Bedürfnissen der Linguistik und den Besonderheiten der professionellen Kommunikation, denn technische Texte verändern sich unter dem Einfluss von Technologie und globaler Informationsinteraktion ständig.

Phraseologische Einheiten in technischen Texten erfüllen mehrere Schlüsselfunktionen. Erstens tragen sie zur Genauigkeit und Eindeutigkeit des Ausdrucks technischer Konzepte bei, was entscheidend ist, um mögliche Missverständnisse zu vermeiden. Zweitens sorgen phraseologische Einheiten für eine prägnante Darstellung, die es Ihnen ermöglicht, komplexe Ideen und Prozesse mit Hilfe kurzer, etablierter Ausdrücke zu vermitteln. Drittens verleihen sie dem Fachtext Ausdruckskraft und emotionale Färbung, was die Wahrnehmung der Informationen durch den Leser verbessern kann.

Das Problem der Phraseologie in technischen Texten widmete sich den Arbeiten von in- und ausländischen Sprachwissenschaftlern wie L. Skrypnyk, V. Uzhchenko, Charles Bally und anderen Forschern. Trotz einer beträchtlichen Menge an wissenschaftlicher Forschung bedarf die Frage nach den Merkmalen phraseologischer Einheiten im technischen Diskurs einer weiteren eingehenden Untersuchung.

Phraseologische Einheiten werden nach verschiedenen Kriterien klassifiziert: Je nach Struktur werden Phrasen und Phrasen-Zitate unterschieden; nach Herkunft – entlehnt oder innerhalb der Sprache gebildet; semantisch – in solche, die eine direkte Bedeutung haben, und solche, die mit Hilfe von Metaphern eine bildliche Bedeutung enthalten. Die Funktionsweise der phraseologischen Einheiten in technischen Texten unterliegt bestimmten Mustern: Sie werden häufig

verwendet, um Standardoperationen oder-verfahren anzuzeigen, was den Umfang des Textes verringert und seine Verständlichkeit erhöht.

Ziel des Artikels ist es, phraseologische Einheiten in technischen Texten umfassend zu analysieren, um ihre spezifischen Merkmale und ihre Rolle bei der Gewährleistung einer effektiven technischen Kommunikation zu identifizieren. Das Verständnis der Arten und Funktionen von phraseologischen Einheiten ist notwendig, um eine effektive Kommunikation im wissenschaftlichen und technischen Umfeld zu gewährleisten. Diese Forschung hat das Potenzial nicht nur für die Entwicklung der theoretischen Grundlagen der Phraseologie, sondern auch für die praktische Anwendung der Ergebnisse bei der Erstellung hochwertiger technischer Dokumentationen und Lehrmaterialien. die Rolle von künstlicher Intelligenz bei der Erleichterung der Sprachlokalisierung in der englischsprachigen Internetumgebung zu analysieren.

Das Ziel definierte die folgenden Aufgaben:

1. Die Bestimmung der theoretischen Grundlagen des Studiums der Phraseologie.
2. Die Analyse der Strukturtypen phraseologischer Einheiten.
3. Die Offenlegung semantischer Merkmale und Untersuchung der funktionalen Belastung dieser Einheiten in technischen Texten.

Das Aufkommen neuer Technologien, wie z.B. der künstlichen Intelligenz, führt zu neuen Metaphern und phraseologischen Einheiten, die für ihre Standardisierung und ihr eindeutiges Verständnis eine linguistische Analyse erfordern, was auch eine wichtige Aufgabe dieser Studie ist.

Wenn wir also alle oben genannten Aspekte zusammenfassen, können wir über die Bedeutung der phraseologischen Einheiten als integraler Bestandteil der englischen Fachsprache sprechen. Das Verständnis ihrer Arten und Funktionen ist unerlässlich, um eine effektive Kommunikation im wissenschaftlichen und technischen Umfeld zu gewährleisten. Diese Forschung hat das Potenzial nicht nur für die Entwicklung der theoretischen Grundlagen der Phraseologie, sondern auch für die praktische Anwendung der Ergebnisse bei der Erstellung hochwertiger technischer Dokumentationen und Lehrmaterialien.

Die Relevanz des Themas des Studiums der Phraseologie in englischen technischen Texten ist auf die moderne Entwicklung der Linguistik zurückzuführen, die dem Studium der Merkmale der Sprache in verschiedenen Berufsfeldern, insbesondere in der technischen Kommunikation, große Aufmerksamkeit schenkt. Die Forschung wird aufgrund der Prozesse der Globalisierung und des internationalen Wissensaustauschs wichtig, was ein besseres Verständnis der Besonderheiten der Kommunikation im technischen Bereich ermöglicht. Aber auch spezifische Herausforderungen der modernen technischen Kommunikation.

Gegenstand dieser Forschung sind phraseologische Einheiten, die in technischen Texten verschiedener Gattungen und Stilrichtungen funktionieren, insbesondere in der wissenschaftlichen und technischen Literatur, in Bedienungsanleitungen, Patentedokumentationen und technischen Berichten. Phraseologische Einheiten werden nach verschiedenen Kriterien klassifiziert: Je nach Struktur werden Phrasen und Phrasen-Zitate unterschieden; nach Herkunft – entlehnt oder innerhalb der Sprache gebildet; semantisch – in solche, die eine direkte Bedeutung haben, und solche, die eine bildliche Bedeutung mit Metaphern.

Gegenstand dieser Untersuchung sind die Besonderheiten der Funktionsweise von phraseologischen Einheiten in technischen Texten, die bestimmten Mustern unterliegen: Sie werden häufig verwendet, um Standardoperationen oder -verfahren zu bezeichnen, was den Umfang des Textes reduziert und seine Verständlichkeit erhöht. Phraseologische Einheiten in technischen Texten erfüllen mehrere Schlüsselfunktionen: Sie tragen zur Genauigkeit und Eindeutigkeit des Ausdrucks technischer Konzepte bei, sorgen für Prägnanz der Darstellung und ermöglichen es, komplexe Ideen und Prozesse zu vermitteln. Mit Hilfe von kurzen, etablierten Ausdrücken verleihen sie dem Fachtext Ausdruckskraft und emotionale Färbung, was die Wahrnehmung von Informationen durch den Leser verbessern kann.

Methodologie. Im Artikel wurde folgende Methodik verwendet: für die Registrierung und Beschreibung sprachlicher Fakten, deren

theoretische Verallgemeinerung auf der Grundlage methodischer Bestimmungen, wurden die Methoden der Analyse, Synthese und Verallgemeinerung verwendet.

Ergebnisse und Diskussion. Der Entwicklungsgrad des Problems der Phraseologie in technischen Texten spiegelt sich in den Arbeiten von in- und ausländischen Linguisten wie L. H. Ang (Ang, 2019), V. Chintalapalli (Chintalapalli, Ali Baig, 2016), M. M. Ali Baig (Chintalapalli, Ali Baig, 2016), A. Kayumova (Kayumova, 2024), A. Maksymova (Maksymova, 2023), A. Shamsiddinovna (Shamsiddinovna, 2023), Y. Stezhko (Stezhko, 2022), D. Zaitseva, I. Ryabchuk (Zaitseva, Ryabchuk, 2020) und anderen Forschern wider. Trotz einer beträchtlichen Anzahl wissenschaftlicher Untersuchungen erfordert die Frage der Merkmale phraseologischer Einheiten im technischen Diskurs eine weitere vertiefte Untersuchung. Die wissenschaftliche Neuheit der Studie liegt in einem integrierten Ansatz zur Untersuchung der Phraseologie in technischen Texten, der eine systematische Analyse beinhaltet strukturelle, semantische und funktionale Merkmale phraseologischer Einheiten. Erstmals wird der Versuch unternommen, phraseologische Einheiten im Kontext der Technischen Kommunikation unter Berücksichtigung moderner sprachlicher Paradigmen und interdisziplinärer Zusammenhänge umfassend zu untersuchen.

Phraseologie ist ein grundlegender linguistischer Prozess, der die dynamische Natur des Sprachsystems und seine Fähigkeit zur semantischen Transformation widerspiegelt. Als komplexes linguistisches Phänomen beinhaltet die Phraseologie die Umwandlung freier Phrasen in stabile semantische Einheiten, die sich durch die Integrität der Bedeutung und Reproduzierbarkeit in der Sprache auszeichnen.

Das Wesen der Phraseologie offenbart sich durch eine Reihe von definierenden Merkmalen. Zunächst handelt es sich um eine semantische Transformation der ursprünglichen Bedeutung, wenn die Bestandteile der phraseologischen Einheit ihre wörtliche Bedeutung verlieren und eine neue, oft metaphorische Bedeutung erhalten.

Ein technischer Text ist eine Gattung der wissenschaftlichen Kommunikation, die sich durch einen Komplex spezifischer

sprachlicher Merkmale auszeichnet. Seine lexikalische Komposition wird durch eine hohe Konzentration an terminologischem und abstraktem Vokabular, den aktiven Einsatz von Symbolen, grafischen Bezeichnungen und Fremdwörtern gebildet.

Der Hauptzweck von technischen Texten besteht darin, Forschungsergebnisse darzustellen und für ihre Zuverlässigkeit zu argumentieren. Technische Berichte sind in der Regel klar strukturiert, enthalten eine große Menge an Sachdaten, Tabellen und Grafiken. Bedienungsanleitungen richten sich an einen breiten Kreis von Anwendern, daher zeichnen sie sich durch eine einfache Darstellung, die Verwendung kurzer Sätze und klare Algorithmen aus. Patentbeschreibungen haben eine rechtliche Ausrichtung und zeichnen sich durch die Genauigkeit der Formulierungen und die Verwendung spezieller juristischer Terminologie aus. Das Verständnis von Genremerkmalen hilft, technische Texte besser zu erstellen und wahrzunehmen.

Es gibt verschiedene Subgenres technischen Texten, jedes mit seinen eigenen spezifischen Merkmalen, bedingt durch den Zweck und das Publikum. So zeichnen sich beispielsweise wissenschaftliche Artikel in Fachzeitschriften durch ein hohes Maß an Terminologie, komplexe syntaktische Konstruktionen und einen formalen Stil aus. Unter den Subgenres der technischen Texte werden technische Berichte, Bedienungsanleitungen, Patentbeschreibungen, technische Dokumentationen und Produktspezifikationen unterschieden. Die stilistische Organisation eines technischen Textes unterliegt dem Grundsatz der Informativität. Technische Texte zeichnen sich durch die Logik der Darstellung des Materials, die Genauigkeit der Formulierungen und die Objektivität der Informationspräsentation aus. Ein wichtiges Merkmal ist der Wunsch nach Klarheit und Verständlichkeit der Darstellung, der durch die Verwendung standardisierter sprachlicher Mittel und die Vermeidung von Mehrdeutigkeiten erreicht wird. Tabelle 1 zeigt die Subgenres der technischen Texte.

Tabelle 1

Arten von technischen Texten

Art des technischen Textes	Charaktereigenschaften	Zielgruppe	Zweck
Wissenschaftliche Artikel	Hohes Niveau der Terminologie, komplexe syntaktische Konstruktionen, formaler Stil	Wissenschaftler, Spezialisten	Präsentation von Forschungsergebnissen, Argumentation der Zuverlässigkeit
Technische Berichte	Klare Struktur, sachliche Daten, Tabellen, Grafiken	Spezialisten, Projektmanager	Dokumentation von Arbeitsergebnissen, Datenanalyse
Bedienungsanleitung	Einfache Darstellung, kurze Sätze, klare Algorithmen	Breites Spektrum an Anwendern	Bereitstellung von Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Benutzerschulungen
Patentbeschreibungen	Rechtliche Ausrichtung, Formulierungstreue, Rechtsterminologie	Rechtsanwälte, Experten für Gewerblichen Rechtsschutz	Beschreibung von Erfindungen, Schutz des geistigen Eigentums
Technische Unterlagen	Detaillierte Beschreibung von Strukturen und Prozessen, Verwendung von Fachbegriffen	Ingenieure, Techniker	Beschreibung des Aufbaus, der Funktionsprinzipien und des Betriebs des Geräts
Produktspezifikationen	Genauigkeit und Detailgenauigkeit der Produkteigenschaften	Spezialisten, Kunden	Ermittlung von Produktanforderungen und deren Eigenschaften

Die kommunikative Ausrichtung eines Fachtextes wird durch eine Reihe von Funktionen realisiert: die Vermittlung von Fachinformationen, die Vermittlung wissenschaftlicher Fakten, die Organisation der Aufmerksamkeit des Lesers und die begründete Überzeugungsarbeit. In wissenschaftlichen Artikeln über Ingenieurwissenschaften finden Sie beispielsweise häufig die folgende Struktur: *“According to the results of an experimental study, the use of new alloys allows you to reduce the weight of the structure by 15% without losing strength”*. Übersetzung: «Згідно з результатами експериментального дослідження, використання нових сплавів дозволяє знизити масу конструкції на 15% без втрати міцності». Gleichzeitig wahrt der Fachtext die Neutralität der Präsentation und vermeidet emotional gefärbte Elemente und subjektive Einschätzungen. Dies gewährleistet die Objektivität und Autorität der präsentierten Informationen.

Die syntaktische Struktur technischer Texte ist durch das Vorherrschen unpersönlicher Konstruktionen gekennzeichnet, was die Objektivität der Präsentation betont. So können in wissenschaftlichen Arbeiten Konstruktionen wie *“It was found that...”*, *“A relationship was found between...”*. Übersetzung: «Було встановлено, що...», «Виявлено залежність між...». Diese Konstruktionen die Persönlichkeit des Forschers in den Mittelpunkt stellen nicht, sondern nur die Ergebnisse selbst. Logische Konsistenz und klare Strukturierung werden durch den Einsatz spezieller linguistischer Werkzeuge gewährleistet, die Verbindungen zwischen Textteilen herstellen. Zum Beispiel, Strukturen *“thus”*, *“in view of the above”*, *“as a result of research”* dienen als logische Verbindungen zwischen Teilen eines wissenschaftlichen Textes. Das Fehlen von emotional gefärbten Elementen trägt dazu bei, dass sich die Aufmerksamkeit des Lesers auf sachliche Informationen konzentriert.

Technische Texte zeichnen sich durch ein hohes Maß an terminologischer Sättigung aus. Begriffe und Fachwörter sorgen für Genauigkeit und Prägnanz des Ausdrucks, was im beruflichen Umfeld wichtig ist. So werden in Texten über Biotechnologie Begriffe wie *“DNA amplification”* («ДНК-ампліфікація»), *“polymerase chain reaction”* («полімеразна ланцюгова реакція»), *“genetic drift”* («генетичний дрейф»). Darüber hinaus enthalten

technische Texte häufig Fremdwörter und Schreibweisen, die Teil der internationalen wissenschaftlichen Terminologie geworden sind, z.B. “protocol”, “algorithm”, “sensor”, “network”.

Technische Texte zeichnen sich durch Formalität und Formalität des Stils aus. Die Verwendung von Fachvokabular und das Fehlen von emotional gefärbten Elementen gewährleisten die Objektivität und Autorität der Informationen. Zum Beispiel, in den Normen ISO der offizielle Darstellungsstil wird verwendet: “*All materials must comply with the requirements specified in paragraph 4.2.*”. Übersetzung: «Всі матеріали повинні відповідати вимогам, зазначеним у пункті 4.2». Der Stil technischer Texte zielt darauf ab, Informationen in der verständlichsten und zugänglichsten Form zu vermitteln, was zu einer effektiven Kommunikation zwischen Spezialisten beiträgt.

Der syntaktische Aufbau von technischen Texten zeichnet sich dadurch aus, dass er logisch und übersichtlich aufgebaut ist. Die Verwendung unpersönlicher Konstruktionen und spezieller sprachlicher Werkzeuge sorgt für Konsistenz und Klarheit der Darstellung. Technische Texte enthalten oft komplexe syntaktische Konstruktionen, die es ermöglichen, komplexe Informationen prägnant und verständlich zu vermitteln. Zum Beispiel: “*The use of nanomaterials in structures allows you to reduce the mass of parts while maintaining their strength, which is confirmed by experimental studies*”. Übersetzung: «Використання наноматеріалів у конструкціях дозволяє зменшити масу деталей при збереженні їхньої міцності, що підтверджується експериментальними дослідженнями».

Technische Texte erfüllen mehrere Funktionen: informativ, kommunikativ und argumentativ. Sie sorgen für die Vermittlung von Fachinformationen, die Vermittlung wissenschaftlicher Fakten und die Überzeugung des Lesers von der Zuverlässigkeit der präsentierten Informationen. In wissenschaftlichen Artikeln über Medizin finden Sie beispielsweise Sätze wie: Übersetzung: “*The results obtained indicate the effectiveness of the use of a new antibiotic in 92% of cases*” – «Отримані результати свідчать про ефективність застосування нового антибіотика у 92% випадків». Gleichzeitig wahren technische Texte die Neutralität und Objektivität, was in der Wissenschaftskommunikation wichtig ist.

Technischer Text ist also ein Genre der wissenschaftlichen Kommunikation, das spezielle sprachliche Mittel verwendet, um Informationen in der effizientesten und genauesten Form zu übermitteln. Seine Funktionen auf allen Ebenen der Sprachorganisation gewährleisten eine effektive Kommunikation zwischen Spezialisten und tragen zur Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse in verschiedenen Bereichen bei.

Herausforderungen und Möglichkeiten. In technischen Texten lassen sich mehrere Haupttypen von phraseologischen Einheiten unterscheiden: terminologische phraseologische Einheiten, klischeehafte Ausdrücke, metaphorische phraseologische Einheiten.

Terminologische phraseologische Einheiten sind stabile Phrasen, die in bestimmten Bereichen von Wissenschaft und Technik als Begriffe fungieren. Sie haben eine eindeutige Interpretation, offiziellen Status und werden ersatzlos in Fachtexten verwendet. Sie zeichnen sich durch Präzision und Eindeutigkeit der Bedeutung, Spezifität für ein bestimmtes Fachgebiet und normative Verwendung in technischen Texten aus. Ihre Beispiele finden sich in verschiedenen Bereichen: In der Physik ist es “*chain reaction*” («ланцюгова реакція»), “*electric field*” («електричне поле»), in der Chemie – “*boiling point*” («точка кипіння»), “*chemical bond*” («хімічний зв’язок»), in IT – “*network protocol*” («мережевий протокол»), “*data encryption*” («шифрування даних»), im Maschinenbau – “*gear ratio*” («передавальне число»), “*torque converter*” («гидротрансформатор»). Sie gehören in ihrer Struktur zu phraseologischen Ausdrücken, da sie durch eine stabile Kombination von Wörtern gebildet werden, die in einem bestimmten beruflichen Kontext eine klar definierte Bedeutung hat.

Klischeehafte Ausdrücke sind Standardsprachkonstruktionen, die häufig in Anweisungen, Handbüchern und Beschreibungen verwendet werden. Sie sind Mittel, um die Kohärenz des Textes zu gewährleisten und seine Verständlichkeit zu erhöhen. Sie zeichnen sich durch standardisierte Sprachmodelle, Formalität und Neutralität des Stils sowie Vielseitigkeit in der Anwendung aus. Dies können beispielsweise Sätze sein wie:

– “*as shown in the diagram*” («як показано на схемі») im Satz “*As shown in the diagram, the system operates efficiently under these conditions*”;

– “*in accordance with regulations*” («відповідно до регламенту») im Satz “*All procedures must be conducted in accordance with regulations to ensure compliance*”;

– “*for safety reasons*” («із міркувань безпеки») im Satz “*The device is equipped with an automatic shut-off feature for safety reasons*”;

– “*it is recommended to*” («рекомендується») im Satz “*It is recommended to update the software regularly to maintain optimal performance*”.

Metaphorische phraseologische Einheiten sind Ausdrücke, die eine bildliche Bedeutung haben, aber in technischen Texten weit verbreitet sind. Sie zeichnen sich durch Bildsprache, Beständigkeit der Bedeutung in einem bestimmten Kontext und Prävalenz im Fachvokabular aus. Dies können zum Beispiel Phrasen sein “*bottleneck*” («вузьке місце у виробничому процесі»), “*dead zone*” («мертва зона в радіочастотному покритті») und “*hotspot*” («гаряча точка – зона з високим навантаженням на мережу»).

Abkürzungen phraseologische Einheiten sind eine Kombination aus Abkürzungen und Standardphrasen, die im technischen Diskurs stabile Bedeutungen haben. Sie zeichnen sich durch Kompaktheit, Standardisierung und hochspezialisierten Einsatz aus. Zum Beispiel, “*LED display*” («світлодіодний дисплей»), “*CPU cooling system*” («система охолодження процесора») und “*RAM module*” («модуль оперативної пам’яті»).

Befund. Um die Bedeutungen phraseologischer Einheiten von der Originalsprache in die Zielsprache zu übertragen, werden verschiedene Übersetzungsmethoden verwendet:

1. **Wörtliche Übersetzung.** Er wird für phraseologische Einheiten mit transparenter Bedeutung verwendet oder wenn der Stil des Textes ein Höchstmaß an Präzision erfordert. “*magnetic field*” → «магнітне поле», “*battery voltage*” → «напруга батареї». Diese Methode eignet sich für terminologische phraseologische Einheiten, die eine eindeutige Bedeutung haben. Solche Phrasen haben eine transparente Bedeutung, so dass sie ohne Anpassungen übersetzt werden können. Terminologische Präzision schafft Klarheit im technischen Kontext. Diese Transformation macht 40% aus.

2. **Gleichwertige Übersetzung.** Dabei wird nach einem ähnlichen Ausdruck in der Zielsprache gesucht, z. B. “*heat exchanger*” →

«теплообмінник», “control panel” → «панель керування», dabei wurden ähnliche Begriffe gewählt, die den Branchenspezifika entsprechen, und semantische Entsprechungen und Stilistiken wurden beibehalten. Diese Transformation macht 25% aus.

3. **Erklärende Übersetzung.** Er wird in Fällen verwendet, in denen es keine direkte Entsprechung in der Zielsprache gibt oder in denen zusätzliche Klarheit erforderlich ist. “fail-safe system” → «система, яка гарантує безпеку в разі відмови», “gray water” → «вода, яка вже використовувалася в побуті, але придатна для повторного використання». Um mögliche Fehlinterpretationen zu vermeiden, wird hier eine zusätzliche Erklärung verwendet und die Bedeutung des Ausdrucks detailliert erläutert. Diese Transformation macht 25 % aus.

4. **Kombinierter Ansatz.** Kombiniert wörtliche Übersetzung mit Erklärung oder Anpassung an einen kulturellen Kontext, z. B. der Ausdruck “load balancing” → «розподіл навантаження між вузлами системи», “kickstart the process” → «активувати процес з початкового стану». Hier kombinieren Übersetzungen wörtliche Übersetzung und Erklärung, um den technischen Prozess besser zu verstehen. Auch die Ausdrücke werden unter Beachtung der stilistischen Korrespondenz an den beruflichen Kontext angepasst. Diese Transformation macht 10% aus.

Bei der Übersetzung komplexer technischer phraseologischer Einheiten ist es ratsam, sich mit Experten auf dem jeweiligen Gebiet zu beraten, um die Genauigkeit der Übermittlung von Fachinformationen sicherzustellen. Dieser Ansatz vermeidet Fehler beim Verständnis technischer Konzepte und stellt die Angemessenheit der Übersetzung sicher.

Schlüsse. Phraseologische Einheiten spielen in der technischen Kommunikation eine Schlüsselrolle, da sie die Genauigkeit, Eindeutigkeit und Effizienz bei der Übermittlung von Fachinformationen gewährleisten. Die Studie zeigte, dass in technischen Texten vier Haupttypen von phraseologischen Einheiten unterschieden werden können: terminologische phraseologische Einheiten, klischeehafte Ausdrücke, metaphorische phraseologische Einheiten und abgekürzte phraseologische Einheiten.

Es wurde festgestellt, dass die gebräuchlichsten unter ihnen klischeehafte Ausdrücke sind, was sich durch ihre Fähigkeit

erklärt, die Wahrnehmung von Informationen zu standardisieren, zu vereinfachen und zu beschleunigen. Die Hauptgründe für ihre weit verbreitete Verwendung sind die Standardisierung und Eindeutigkeit, die Vereinfachung der Informationswahrnehmung, die Beschleunigung der Kommunikation, die Bereitstellung eines offiziellen Darstellungsstils, die Erleichterung der automatisierten Übersetzung und die Konsistenz mit regulatorischen Dokumenten.

Die Analyse der Funktionen phraseologischer Einheiten in technischen Texten zeigte, dass sie terminologische, verallgemeinernde, kommunikative, beschreibende und logische Funktionen erfüllen. Terminologische phraseologische Einheiten sorgen für Standardisierung und Eindeutigkeit der Terminologie, wodurch das Risiko von Missverständnissen minimiert wird. Klischeehafte Ausdrücke tragen zur Vereinheitlichung von Texten und deren leichter Wahrnehmung bei. Die kommunikative Funktion erleichtert die Kommunikation zwischen Spezialisten unterschiedlicher Fachrichtungen. Die deskriptive Funktion hilft dabei, detaillierte Beschreibungen von Mechanismen, Prozessen und Phänomenen genau und eindeutig zu machen. Die logische Funktion trägt zur Strukturierung des Textes bei und sorgt für seine Konsistenz.

Die Untersuchung der Übersetzungsaspekte phraseologischer Einheiten ergab mehrere zentrale Herausforderungen: semantische Mehrdeutigkeit, kulturelle Spezifität und potenzieller Verlust stilistischer Ausdruckskraft. Um diese Herausforderungen zu meistern, werden verschiedene Übersetzungsmethoden verwendet: wörtlich, äquivalent, erklärend und kombiniert. Die Wahl der Methode hängt von der Art der phraseologischen Einheit, dem Kontext ihrer Verwendung und den Merkmalen der Zielsprache ab.

Eine wichtige Schlussfolgerung ist, dass die Verwendung von phraseologischen Einheiten in technischen Texten begrenzt und den Normen des wissenschaftlichen Stils unterworfen sein sollte. Terminologische phraseologische Einheiten sind integraler Bestandteil des professionellen Diskurses, während klischeehafte und stilneutral formulierte Ausdrücke mit Bedacht verwendet werden. Idiomatische, umgangssprachliche und emotional gefärbte phraseologische Einheiten werden aufgrund ihrer Untauglichkeit in der Technischen Kommunikation vermieden.

Die Analyse bestätigt, dass das Studium der Merkmale der Phraseologie in englischen technischen Texten von großer Bedeutung für die Entwicklung der interkulturellen Kommunikation, die Verbesserung der Übersetzungsmethoden für technische Dokumentationen und die Standardisierung der Fachterminologie ist. Dies trägt zu einem effektiveren Informationsaustausch zwischen Spezialisten aus verschiedenen Bereichen und Kulturen bei, was im Kontext der Globalisierung des wissenschaftlichen und technologischen Raums besonders relevant ist.

Die Ergebnisse der Studie bilden eine solide Grundlage für die weitere Analyse der praktischen Aspekte der Funktionsweise von phraseologischen Einheiten in technischen Texten der englischen Sprache, die in den folgenden Abschnitten der Arbeit durchgeführt wird.

REFERENZEN

Ang L. H. (2019). A Corpus Analysis of Phraseological Sequences in Academic Writing. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, pp. 413–418. URL: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.09.46>.

Chintalapalli V., Ali Baig M. M. (2016). ‘Speakers are free, but only within constraints’: A Corpus-based Study of Academic Phraseologisms in Science and Technology. 180. URL: https://mjals.org/attach/4.‘Speakersarefree,b_65b396.pdf.

Kayumova A. (2024). Complex modifications of phraseological units and the ways of their translation. URL: https://www.academia.edu/68040881/Complex_modifications_of_phraseological_units_and_the_ways_of_their_translation.

Maksymova A. (2023). Phraseologisms Of American English In The World’s Language Space. *Scientific Journal of Polonia University*. 61(6), pp. 76–81. URL: <https://doi.org/10.23856/6109>.

Shamsiddinovna A. N. (2023). Consistent Patterns of Semantic Variation of English Phraseologisms in Context. *International Journal Of Advanced Research*. 8(5), pp. 940–945. URL: <https://doi.org/10.21474/IJAR01/11002>.

Stezhko Y. (2022). Phraseological units in English for special purposes and general English: comparative analysis. *Advanced Linguistics*. № 9, pp. 23–28. URL: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2022.9.252730>.

Zaitseva D., Ryabchuk I. (2020). Phraseological Units in English Scientific and Technical Texts on the Exploitation of Sea Transport. *Sea Transport*. № 2(30), pp. 71–78. URL: <https://doi.org/10.33298/2226-8553/2020.2.30.08>.

ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЯ У ПЕРЕКЛАДІ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

Катерина М. Пилипюк

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри «Філологія»

Одеського національного морського університету,

Одеса, Україна

e-mail: ka.pylypyk@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0883-351X>

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовано актуальність проблеми дослідження, присвяченого висвітленню питань фразеології та стандартизації мовлення, зокрема опису структурних, семантичних і функціональних характеристик фразеологізмів, які використовуються в англомовному технічному спілкуванні. Схарактеризовано основні типи фразеологічних конструкцій, у тому числі кліше, метафоричні одиниці та усталені словосполучення, а також способи їх передачі в технічному дискурсі.

Об'єктом дослідження визначено фразеологізми в аспекті їхнього функціонування в англійських науково-технічних текстах, а предметом — стратегії, тактики та операції перекладу досліджуваних англійських фразеологізмів українською мовою. Наукова новизна полягає в комплексному вивченні фразеологізмів щодо їхнього функціонального навантаження, частоти вживання та труднощів перекладу. У дослідженні наголошується на важливості правильного використання усталених виразів для досягнення точності та ефективності професійного спілкування.

Технічним текстам властивий високий рівень стандартизації, що призводить до широкого використання таких фразеологізмів, як «словесний зразок». Використання подібних конструкцій полегшує переклад, але вимагає від перекладача уваги до контексту, стилістичних норм і функціональної еквівалентності. Основним завданням перекладача технічної літератури є дотримання термінологічної точності та формально-нейтрального стилю.

Ключові слова: фразеологізми, технічний текст, термінологія, переклад, стандартизація, мовна норма, перекладацькі підходи, професійне спілкування.

LITERATUR

Ang L. H. A Corpus Analysis of Phraseological Sequences In Academic Writing. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. 2019. P. 413–418. URL: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.09.46>.

Chintalapalli V., Ali Baig M. M. ‘Speakers are free, but only within constraints’: A Corpus-based Study of Academic Phraseologisms in Science and Technology. 2016. 180. URL: https://mjals.org/attach/4.‘Speakersarefree,b_65b396.pdf.

Kayumova A. Complex modifications of phraseological units and the ways of their translation. 2024. URL: https://www.academia.edu/68040881/Complex_modifications_of_phraseological_units_and_the_ways_of_their_translation.

Maksymova A. Phraseologisms Of American English In The World’s Language Space. *Scientific Journal of Polonia University*. 2023. No. 61(6). P. 76–81. URL: <https://doi.org/10.23856/6109>.

Shamsiddinova A. N. Consistent Patterns Of Semantic Variation Of English Phraseologisms In Context. *International Journal Of Advanced Research*. 2023. No. 8(5). P. 940–945. URL: <https://doi.org/10.21474/IJAR01/11002>.

Stezhko Y. Phraseological units in English for special purposes and general English: comparative analysis. *Advanced Linguistics*. 2022. № 9. P. 23–28. URL: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2022.9.252730>.

Zaitseva D., Ryabchuk I. Phraseological Units in English Scientific and Technical Texts on the Exploitation of Sea Transport. *Sea Transport*. 2020. № 2(30). P. 71–78. URL: <https://doi.org/10.33298/2226-8553/2020.2.30.08>.

Стаття надійшла до редакції 06.05.2025

УДК 159.937.515.5:81'27'37(494)"190/194"

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.11>

ЗІСТАВНА СЕМАНТИКА КОЛЬОРАТИВІВ ШВЕЙЦАРСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

Наталя В. Романова

доктор філологічних наук,
професор кафедри німецької та романської філології
Херсонського державного університету,
Івано-Франківськ, Україна
e-mail: NRomanova@ksu.ks.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7444-3811>

АНОТАЦІЯ

Реферовану наукову розвідку присвячено зіставному аналізу семантики кольоративів швейцарської лінгвокультури першої половини ХХ століття. Актуальність дослідження визначено через лакунарність спеціальних праць із пропонованої проблематики. Ілюстративною базою слугують зібрані оригінальні побутові оповідання, оцифровані в межах проекту «Гутенберг». Укладено експериментальну картотеку обсягом 76 мовних одиниць. Виокремлено умовно два різновиди кольорів і їхніх відтінків: «універсальні» та «спеціальні». «Універсальні» кольори і їхні відтінки трапляються в обох аналізованих творах, «спеціальні» — в тому чи тому творі. Список «універсальних» кольорів — блакитний, червоний, чорний, «універсальних» відтінків кольорів — світлий, світловолосяний, білявий (світло-русявий), блідий, темний. Запропоновано матрицю кольоративів та їхню класифікацію за прагматичним критерієм. Встановлено, що «спеціальні» кольори Лізи Венгер тожотозні жовтому, «спеціальні» відтінки кольорів — сонячному, золотому, кривавому, темно-червоному. Ернст Цан надає перевагу білому, почервонолому, рудуватому, теракотовому, червоніючому, зеленому, коричневому, оксамитово-коричневому, каштановому, засмаглому, різнокольоровому, сірому, сталевому, фіолетовому кольорам і відтінкам. Кольоративи полісемічні, оскільки їхнє значення варіює: від нейтрального через позитивне, негативне, комбіноване до невизначеного, інформує про життєвий досвід людини, її цінності, зовнішність, емоційну сферу, поведінку тощо за формулами «тут і зараз», «там і тоді», «своє — чуже», «європейське — неєвропейське». Визначено лінгвістичні

особливості кольоративів, розмежовано паралелізм і асиметрію феномена, підтверджено ідею щодо семантичних можливостей кольоративів у мовленнєвій діяльності людини загалом і творчої особистості зокрема.

Ключові слова: колір, відтінок кольору, кольоратив, семантика, оповідання, семантика кольоратива.

Вступ. Навколишній світ без барв, кольорів і відтінків сигналізує не стільки про естетичні проблеми, скільки про психологічні особливості людини (Берненко, 2016). Йдеться про фізіологію, будову очей, функції емоційної сфери, діяльність вегетативної та центральної нервової систем (Ibid.). Експериментально доведено, що в людини існують улюблені кольори, які змінюються з віком, корелюють зі статтю, географією, місцем знаходження, культурою, суб'єктивним досвідом (Еллвуд, 2024). Сюди додаємо й фізичні властивості світла, його інтерпретацію етносом або окремим індивідумом (Блог, 2025; Веретільник та ін., 2020: 16–17). Стосовно кольоративів — найменувань кольору, то їхній склад різний як у споріднених, так і неспоріднених мовах. Крім того, семантика кольоративів, їхній словотвірний потенціал, символіка, функції не збігаються, мають свої культурні особливості (Зимовець, 2019: 370–371).

Проблема семантики кольоративів детально розглянута у працях І. М. Бабій, А. Біндл, А. Вежбицької, К. Е. Гетца, Г. Гіппера, О. М. Дзівак, Л. А. Ковбасюк, Т. Б. Козак, А. П. Критенко та ін. Проте спеціальних праць, присвячених зіставній семантиці кольоративів у швейцарській лінгвокультурі першої половини ХХ століття, дотепер нема. Все це свідчить про **актуальність** вибору теми пропонованої студії.

Мета дослідження — з'ясувати спільні й відмінні риси семантики кольоративів німецькомовних оповідань швейцарської письменниці Лізи Венгер «Die Frau des Sohnes» і швейцарського письменника Ернста Цана «Simon» першої половини ХХ ст. Досягнення поставленої мети передбачає виконання кількох **завдань**:

- виокремити кольоративи в емпіричному матеріалі;
- систематизувати та диференціювати семантику кольоративів у корпусі укладеної нами експериментальної картотеки;

– уточнити абсолютну частоту поширення кольоративів у аналізованих художніх творах.

Матеріали та методи дослідження. Ілюстративна база дослідження – оригінальні твори швейцарської письменниці Лізи Венгер «Die Frau des Sohnes» і швейцарського письменника Ернста Цана «Simon», написані в першій половині XX століття, оцифровані командою проекту «Гутенберг» (Wenger, 2025; Zahn, 2025). Виокремлення кольоративів здійснюємо методом *суцільного вибирання* з 32-х умовних сторінок. Корпус кольоративів оповідання Лізи Венгер «Die Frau des Sohnes» становить 18 випадків, оповідання Ернста Цана «Simon» – 58, відповідно. Загальний обсяг експериментальної картотеки – 76 мовних одиниць. Семантику кольоративів виявляємо методом *інтерпретаційно-текстового аналізу* з використанням методик дистрибутивного та компонентного аналізів. *Зіставний* метод спрямовуємо на вияв спільних і специфічних рис текстової семантики кольоративів, прийом *кількісного аналізу* – на об’єктивацію результатів дослідження.

Виклад матеріалу. Спостереження над експериментальною картотекою дає змогу констатувати, що колір і його відтінки відіграють важливу роль у сприйнятті сюжетної лінії оповідань, образів авторів і персонажів, цінностей і традицій, культури і історії, філософії хуторян, що мешкають у горах та долинах тощо. Узагальнена парадигма кольоративів містить хроматичні (блакитний, жовтий, червоний, зелений, фіолетовий), ахроматичні (білий, чорний, сірий), неспектральні (коричневий), строкаті (багатобарвні) кольори. Деякі з-поміж хроматичних, ахроматичних і неспектральних кольорів мають відтінки, наприклад: **червоний** колір *rot* репрезентовано 6-а відтінками: 1) **кривавий** *blutrot*, 2) **темно-червоний** *dunkelrot*, 3) **почервонілий** *errötete tiefer*, 4) **рудуватий** *rotblond*, 5) **теракотовий** *rötlich braun*, 6) **червоніючий** *errötend*; **білий** *weiss* – 4а: 1) **світловолосий**, **білявий**, **світло-русявий** *blond7*, 2) **світлий** *hell4*, 3) **сонячний** *sonnig*, 4) **блідий** *blass, bleich2, Bleich*; **чорний** *schwarz* – 1м: **темний** *dunkel6*; **коричневий** *braun* – 3а: 1) **оксамитово-коричневий** *samtbraun*, 2) **каштановий** *braunhaarig*, 3) **засмаглий** *auf seiner braunen Stirn*.

Для зручності унаочнимо кольоративи в таблиці 1, де знак «+» указує на наявність мовної одиниці в емпіричному матеріалі, знак «-» – відсутність, відповідно.

Таблиця 1

**Матриця кольоративів, за оповіданнями
Лізи Венгер «Die Frau des Sohnes» і Ернста Цана «Simon»**

Кольоратив	Ліза Венгер	Ернст Цан
блакитний	+	+
білий	-	+
світловолосий, білявий, світло-русявий	+	+
світлий	+	+
сонячний	+	-
блідий	+	+
жовтий	+	-
золотий	+	-
червоний	+	+
кривавий	+	-
темно-червоний	+	-
почервонілий	-	+
рудуватий	-	+
теракотовий	-	+
червоніючий	-	+
чорний	+	+
темний	+	+
зелений	-	+
коричневий	-	+
оксамитово-коричневий	-	+
каштановий	-	+
засмаглий	-	+
різнокольоровий	-	+
сірий	-	+
сталевий	-	+
фіолетовий	-	+
Всього	12	21

Із табл. 1 видно, що вибір кольорової гами почасти збігається, почасти — ні. Кольори і їхні відтінки, що збігаються, визначаємо умовно як мотивуючі, тобто ті, що сприяють творчому розвитку автора (-ки) загалом, кольори і їхні відтінки, що не збігаються, як актуальні, тобто ті, що важливі для того чи того твору, відповідають певній фабулі. До мотивуючих кольорів належать: *блакитний, світлий, світловолосий, білявий, світло-русявий, блідий, червоний, чорний, темний*, усього — 7 позицій; актуальні кольори — *сонячний, жовтий, золотий, кривавий, темно-червоний*, усього — 5 позицій (Ліза Венгер), *білий, почервонілий, рудуватий, теракотовий, червоніючий, зелений, коричневий, оксамитово-коричневий, каштановий, засмаглий, різнокольоровий, сірий, сталевий, фіолетовий*, усього — 14 позицій (Ернст Цан).

Семантика кольоративів варіює: від позитивної через нейтральну, негативну, комплексну до невизначеної. Наприклад, позитивна семантика **блакитного** кольору характерна для сукупності реалій навколишнього світу та проєкції флори “*Alles ist **blau**, auch die Schatten der Bäume*” (Wenger, 2025), озерної води “*Der See, in dem sich schroffe, bergige Ufer spiegelten, hatte ein sattes, wundersames **Blau***” (Zahn, 2025), неба “*Und durch den ebenso **blauen** Himmel segelte manchmal eine atlasglänzende weisse Wolke*” (Ibid.), негативна — сукупності частин тіла — очей “*Tränen traten ihr in die **blauen** Augen*” (Ibid.).

Нейтральна семантика стоїть за **червоним** кольором, що вживають на позначення різновиду меблів (стілчик) “*Wenn er mit seiner Tagesarbeit fertig war, holte er mir **das rote Stühlchen**, und ich musste mich vor die Löwin setzen und ihm sagen, ob ich mit ihm zufrieden sei.*” (Wenger, 2025), сукупності (а) роду квіткових кімнатних рослин “*Von den samtbraunen Gesimsen flammten **rote Geranien***” (Zahn, 2025); (б) церковного одягу хлопчиків “*Ein mit kostbarer Stola angetaner Priester las, umgeben von vier **rotgekleideten** Altarknaben, die Messe*” (Ibid.). Існують предметні або комунікативні ситуації, де **червоний** колір і його відтінки мають позитивну або негативну семантику. Наприклад, період активного прояву інфекційної хвороби номінують відтінком **червоного** кольору — **кривавий** “*Glühende Augen über harten Backenknochen, blasse Lippen unter **blutroten** Wangen, eine gelbe Hand, die sich kaum hob, um die meine zu fassen*” (Wenger, 2025), утрату коханого та емоційні

переживання жінки — **темно-червоним** “*Sylvia sah mich an und wurde **dunkelrot***” (Ibid.). Семантика наведених відтінків червоного кольору — негативна.

Комплексна семантика — негативно-позитивна — трапляється у відтінку **жовтого** кольору — **золотий**, що вживається на позначення жіночої прикраси з благородного металу “*Ihre Augen sahen über die Dächer hinweg in die Ferne, und sie drehte ihren **goldenen** Verlobungsring hin und her*” (Wenger, 2025), сірого — **сталевий**, що кодифікує водну поверхню озера “*Sein Spiegel gewann eine **Stahlfarbe***” (Zahn, 2025).

Невизначена семантика орієнтує на **фіолетовий** колір, пов’язаний із оптичним явищем післясвітіння “*Über die Uferberge aber, deren Fuss tief hinab ins Wasser reichte, rann ein **violettes** Licht*” (Zahn, 2025), **червоний**, тотожний зміні пігментації шкіри обличчя молоді дівчини “*<...> und Sina **rot** wurde bis unter die Haarwurzeln*” (Ibid.), відтінок чорного — **темний** — характеризує коридор як місце прояву взаємних почуттів неодруженого чоловіка і заміжньої жінки “*Und mit geheimer Lust rief sie sich den Augenblick zurück, da er im **dunkeln** Flur gewagt hatte, sie zu küssen*” (Ibid.), відтінок білого — **блідий** — репрезентує пігментацію шкіри обличчя заміжньої жінки “*Er hatte beide Frauengesichter dicht vor sich und sah, wie sie sich verfärbten, Luzi **bleich** <...>*” (Ibid.).

Проілюструємо семантику кольоративів у табл. 2.

Бачимо, що левову частку назв мотивуючих кольорів і їхніх відтінків (а саме: *blau, hell, blond, blass, rot, schwarz, dunkel*) уживають для позначення множинності й одиничності, меншу частку — *bleich* — одиничності. Так само актуальні кольори і їхні відтінки поділяємо на ті, що фіксують як множинність, так і одиничність людей, частин тіла людини, емоційного стану, емоційних переживань жінки або чоловіка, жіночого одягу, речей тощо та ті, що фіксують множинність або одиничність. Приклади «універсального» позначення: *weiss, braun*, «специфічного» — *blass, blutrot, rötlich braun, samtbraun, bunt* (множина), *sonnig, gelb, gold, dunkelrot, errötete tiefer, rotblond, errötend, grün, braunhaarig, grau, Stahlfarbe, violett* (однина). Лінгвістичні маркери аналізованих кольоративів — слово та вільне словосполучення. Слово називає, характеризує або описує колір, вільне словосполучення доповнює, уточнює феномен.

Таблиця 2

**Лексико-семантичні варіанти кольоративів, за оповіданнями
Лізи Венгер «Die Frau des Sohnes» і Ернста Цана «Simon»**

Кольоративи	Семантика кольоративів	
	Ліза Венгер	Ернст Цан
1	2	3
blau	сукупність реалій навколишнього світу та проекція флори	небо; частини тіла людини (очі ображеної жінки)
ein Blau		озерна вода
weiss		жіночий одяг: а) солом'яний капелюх, б) рукава блузки; пігментація жіночої шкіри: а) шиї, б) обличчя; пове- дінка дівчини; хмара
blond	пігментація волосся юнака	пігментація: а) вій дівчини, б) пробору волосся дівчини, в) волосся американського хлопця; г) чубчика американського хлопця; г) волосся вродливої пацанки; довжина волосся дівчини
der Blonde		блондин (чоловік зі світлим волоссям)
der Blondkopf		білоголовий (чоловік зі світлим волоссям)
hell	сукупність дівочого одягу	інтенсивність: а) горіння вугілля, б) прояву страху
sonnig	оцінка рухливої гри молоді на природі	
blass	пігментація частин тіла (губи)	
bleich		пігментація обличчя дівчини; якість життя заміжньої жінки
gelb	пігментація частин тіла (рука); великий поштовий конверт	
gold	ритуальна коштовна жіноча прикраса (обручка)	

Продовження таблиці 2

1	2	3
rot	пігментація шкіри немовляти після народження; пігмент фарби або деревини	сукупність: а) роду квіткових кімнатних рослин; б) бого-службового одягу хлопчиків; зміна пігментації шкіри обличчя заміжньої жінки; пігментація шкіри обличчя одруженого чоловіка
blutrot	пігментація шкіри щік хворого чоловіка	
dunkelrot	зміна пігментації шкіри обличчя та емоційного стану дівчини	
errötete tiefer		емоційний стан дівчини
rotblond		пігментація жіночого волосся
rötlich braun		забарвлення райдужки очей заміжньої жінки
errötend		манера дівочої саморозмови
schwarz	тло, що вирізняє скульптуру; сукупність ритуального жіночого одягу; емоційний стан матері	елемент прикраси жіночого одягу; жіноча уніформа; святковий жіночий одяг; сукупність: а) хмар, б) птахів, в) черниць
das Schwarz		монастирський одяг
dunkel	оцінка навколишнього світу; відсутність природного світла; сукупність неосвітлених частин помешкання	низький голос чоловіка; відсутність світла в коридорі; процес: а) когнітивний, б) фізіологічний
grün		лука
braun		верша; емоційний стан жінки; пігментація: а) сукупності частин тіла (руки), б) частин обличчя (чоло)
samtbraun		сукупність частин будівлі
braunhaarig		пігментація волосся юнака
bunt		сукупність троянд
grau		емоційний стан чоловіка; табування вогнепальної зброї
Stahlfarbe		поверхня озера
violett		світло

За частиномовною ознакою виокремлюємо три основні лексико-граматичні класи кольоративів: 1) прикметник *blass, blau, bleich, blond, blutrot, braun, braunhaarig, bunt, dunkel, dunkelrot, errötend, gelb, gold, grau, grün, hell, rot, rotblond, rötlich braun, samtbraun, schwarz, sonnig, violett, weiss*; 2) іменник *das Blau, der Blonde, der Blondkopf, Stahlfarbe*; 3) дієслово *errötete tiefer*. Домінування прикметників пояснюємо функціями мовної одиниці (Поліщук, 2008: 111–113). З другого боку, творчою свідомістю автора (Ліштаба, Огаренко, 2022: 56), його прагматичною настановою на зображувану подію, стилем, ідіостилем (Сергуніна, Нарольський, 2014: 198, 202) та психічною конституцією «особи митця» (Крупа, 2005: 83).

Висновки. Розгляд проблеми зіставної семантики кольоративів швейцарської лінгкокультури першої половини XX століття дозволяє зробити такі висновки:

- семантика кольоративів є результатом номінації кольору і його відтінків у навколишньому світі, що нашаровуються на художньо осмислений світ;

- семантика кольоративів інформує про життєвий досвід людини, її цінності, зовнішність, емоційну сферу, поведінку тощо за формулами «тут і зараз», «там і тоді», «своє – чуже», «європейське – неєвропейське»;

- паралелізм або схожість семантики кольоративів утілено блакитним, червоним і чорним кольорами, відтінками білого – світлий, білявий та чорного – темний;

- асиметрію або протилежність семантики кольоративів реалізовано через білий, коричневий, жовтий, зелений, сірий, фіолетовий, строкатий кольори, відтінки білого – блідий, сонячний, червоного – кривавий, теракотовий, темно-червоний, почервонілий, червоніючий, рудуватий, жовтого – золотий, коричневого – оксамитово-коричневий, каштановий, засмаглий;

- семантика кольоративів формує в адресата знання про «універсальні» та «специфічні» кольори і їхні відтінки;

- семантичні можливості кольоративів у мовленнєвій діяльності відповідають природі людини загалом і творчої особистості зокрема, що узгоджується з основною метою художньої комунікації – досягнення естетичного впливу.

Перспективи подальших наукових розвідок убачаємо в зіставних дослідженнях семантики кольоративів німецької, англійської та швейцарської лінгвокультур, аналізі семантики німецькомовних кольоративів у річищі перекладу, символіки тощо.

ЛІТЕРАТУРА

Берненко А. Ф. Проект «Психологічні особливості сприйняття різних кольорів людиною». *Biki ЦДУ*. URL: https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%22%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96_%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F_%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8E%22,_%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%90.%D0%A4.,%D0%9F%D0%93%D0%A4,11_%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%B0

Блог. Як створюються кольори і чому ми їх бачимо? Кольорові моделі та методи їх опису. 2025. URL: <https://www.products.pcc.eu/uk/blog/%D1%8F%D0%BA-%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%8E%D1%8E%D1%82%D1%8C%D1%81%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%96-%D1%87%D0%BE%D0%BC%D1%83-%D0%BC%D0%B8-%D1%97%D1%85-%D0%B1%D0%B0%D1%87/>

Веретільник Т. І. та ін. (упор.). Основи теорії кольору. Навчально-методичний посібник. Черкаси : ЧДТУ, 2020. 130 с.

Еллвуд М. Чому в нас є улюблені кольори і чому ваш – з великою ймовірністю буде блакитний. *BBC. News Україна*. 2024. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c8v2dj196nmo>

Зимовець Г. Роль кольороназв у формуванні українського ергонімікону. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Вип. 71. Ч. II. С. 363–372.

Крупа М. Лінгвістичний аналіз художнього тексту. Тернопіль : Підручники і посібники, 2005. 416 с.

Ліштаба Т. В., Огаренко Т. А. Особливості функціонування прикметників у поезіях В. Симоненка. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. № 6. Т. 33 (72), ч. 1. С. 52–57.

Поліщук О. Індивідуально-авторські прикметники-композиції у поетичному лексиконі ХХ століття. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2008. Вип. 10. С. 109–115.

Сергуніна Т., Нарольський В. Лексико-семантична група прикметників кольоропозначень у повісті Юліана Опільського «Золотий лев». *Studia methodologica*. 2014, № 39. С. 198–202.

Wenger L. Die Frau des Sohnes. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/antholog/letreife/chap004.html>

Zahn E. Simon. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/antholog/letreife/chap005.html>

COMPARATIVE SEMANTICS OF COLORATIVES OF SWISS LINGUISTIC CULTURE OF THE FIRST HALF OF THE 20TH CENTURY

Natalia V. Romanova

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Professor at the German and Romance Philology Chair
Kherson State University,
Ivano-Frankivsk, Ukraine
e-mail: N.Romanova@ksu.ks.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7444-3811>

SUMMARY

The abstracted scientific research is devoted to a comparative analysis of the semantics of coloratives in Swiss linguistic culture of the first half of the 20th century. The relevance of the study is determined by the lacunae of special works on the proposed issues. The illustrative base is topical original everyday stories digitized within the framework of the Gutenberg project. An experimental card index of 76 language units has been compiled. Two types of colors and their shades are conditionally distinguished: “universal” and “special.” “Universal” colors and their shades are found in both analyzed works, “special” ones in one or the other work. The list of “universal” colors is blue, red, black, “universal” shades of colors are light, blond, pale, dark. A matrix of colorants and their classification according to pragmatic criteria is proposed. It is established that Lisa Wenger’s “special” colors are identical to yellow, “special” shades of colors are sunny, golden, bloody, dark red. Ernst Zahn prefers white, reddish, reddish, terracotta, blushing, green, brown, velvety brown, chestnut, tan, multi-colored, gray, steel, purple colors and shades. The semantics of coloratives is polysemic, varying from neutral through positive, negative, combined to indefinite, informing about a person’s life experience, their values, appearance, emotional sphere, behavior, etc. according to the formulas “here and now”, “there and then”, “our own – alien”, “European – non-European”. The linguistic features of coloratives are determined, parallelism and asymmetry of the phenomenon are delimited, and the idea of the semantic possibilities of coloratives in human speech activity in general and creative personality in particular is confirmed.

Keywords: color, shade of color, colorative, semantics, narrative, semantics of colorative.

REFERENCES

Bernenko A. F. (2016). Proekt “Psykhologichni osoblyvosti spryiniattia riznykh kol'oriv liudynoiu” [Project “Psychological features of human perception of different colors”]. URL: https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%22%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96_%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F_%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE_%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8E%22,%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%90.%D0%A4.,%D0%9F%D0%93%D0%A4,11_%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%B0 [in Ukrainian].

Bloh (2025). Yak stvoriliut'sia kol'ory I chomu my ikh bachymo? Kol'orovi modeli ta metody ikh opysu [How are colors created and why do we see them? Color models and methods for describing them]. URL: <https://www.products.pcc.eu/uk/blog/%D1%8F%D0%BA-%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%8E%D1%8E%D1%82%D1%8C%D1%81%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D1%96-%D1%87%D0%BE%D0%BC%D1%83-%D0%BC%D0%B8-%D1%97%D1%85-%D0%B1%D0%B0%D1%87/> [in Ukrainian].

Veretil'nyk T. I. and others (comp.) (2020). Snovy teorii kol'oru [Basics of color theory]. Cherkasy: CHDTU. 130 p. [in Ukrainian].

Ellvud M. (2024). Chomu v nas e uliubleni kol'ory I chomu vash – z velykoiu imovirnisstiu bude blakytnyi [Why we have favorite colors and why yours will most likely be blue]. *BBC. News Ukraine*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c8v2dj196nmo> [in Ukrainian].

Zymovets' H. (2019). Rol' kol'oronazv u formuvanni ukrains'koho erhonimikony [The role of color names in the formation of the Ukrainian ergonomic icon]. *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Seriiia filolohichna* [Bulletin of Lviv University. Philological Series]. Issue 71. Part II, pp. 363–372 [in Ukrainian].

Krupa M. (2005). Linhvistychnyi analiz khudozhn'oho tekstu [Linguistic analysis of a literary text]. Ternopil' : Pidruchnyky i posibnyky [in Ukrainian].

Lishtaba T. V., Oharienko T. A. (2022). Osoblyvosti funktsionuvannia prykmetnykiv u poeziakh V. Symonenka [Features of the functioning of adjectives in the poems of V. Simonenko]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernads'koho. Seriiia: Filolohiia. Zhurnalistyka* [Scholarly notes of the V. I. Vernadsky TNU. Series: Philology. Journalism]. № 6, Vol. 33 (72), Part 1, pp. 52–57 [in Ukrainian].

Polishchuk O. (2008). Indyvidual'no-avtors'ki prykmetnyky u poetychnomu leksykoni XX stolittia [Individual-author composite adjectives in the poetic lexicon of the 20th century]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu “Ostroz'ka akademiia”*. Seriiia: Fillolohichna [Scientific notes of the National University “Ostroh Academy”. Series: Philological]. Issue 10, pp. 109–115 [in Ukrainian].

Serhunina T., Narol's'kyi V. (2014). Leksyko-semantychna hrupa prykmetnykiv kol'oropoznachen' u povisti Yuliana Opil's'koho “Zoloty lev” [Lexico-semantic

group of color-adjectives in the story of Julian Opilskyi the “Gold lion”]. *Studia methodologica*. № 39, pp. 198–202 [in Ukrainian].

Wenger L. (2025). Die Frau des Sohnes. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/antholog/letreife/chap004.html> [in German].

Zahn E. Simon. URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/antholog/letreife/chap005.html> [in German].

Стаття надійшла до редакції 02.04.2025

УДК 811.112.2'282.2(436)

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.12>

АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ГЕРМАНІЗМІВ У МОВЛЕННІ УКРАЇНЦІВ ЗАКАРПАТТЯ

Ярослав М. Шетеля

аспірант

Державного закладу «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,
Одеса, Україна

e-mail: noritsu16@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4974-9157>

АНОТАЦІЯ

Пропонована стаття виконана в напрямку, заданому дослідженнями авторів, яких цікавили проблеми німецько-українських міжмовних контактів на Закарпатті. Мета статті – виокремити можливі аспекти вивчення германських (австрійських) елементів, уживаних в українському мовленні Закарпаття. Завдання студії: 1) з'ясувати стан наукового вивчення германських лексичних запозичень у мовленні закарпатських українців; 2) окреслити ситуації міжмовної взаємодії, що уможливили лексичну інфільтрацію германізмів у місцевий український вокабулярій; 3) розглянути лексико-семантичну організацію германських запозичень у місцевому мовленні; 4) розглянути результати фонетичної рецепції германізмів у місцевому мовленні; 5) визначити стилістичні функції германізмів у місцевому розмовному мовленні. Об'єкт дослідження – сума лексем германського походження (запозичені прямо чи опосередковано) у мовленнєвому побуті закарпатських українців.

Ключові слова: німецько-українські міжмовні контакти, діалект, ареал, лексичні запозичення, Закарпаття.

Вступ. Актуальність теми. Лексика концентрує культурно-історичний досвід, етапи його набуття, а також традиції комунікативної культури етносів. Запозичення у словнику будь-якої мови відображають специфіку мовних (ширше – культурних) контактів, їхній напрямок, глибину, питому вагу. Велика кількість іншомовних елементів у словнику свідчить про значний культурний вплив, якого носії мови

зазнали з боку іншого народу. Приклад такої глибокої міжмовної взаємодії представлений у словнику говірок українців Закарпаття, де засвідчено тематично строкатий численний німецький (австрійський) лексичний прошарок. Його докладний опис у різних аспектах, що сам по собі є видом лінгвістичного дослідження, досі не здійснений в повному обсязі, хоча потреба в цьому існує вже давно. Ця ситуація щонайкраще свідчить про **актуальність** студій, призначених її розв'язанню.

Мета статті — виокремлення можливих аспектів дослідження германських (австрійських) елементів, уживаних в українському мовленні Закарпаття. Досягнення мети передбачає розв'язання таких наукових **завдань**:

1) з'ясувати стан наукового вивчення германських лексичних запозичень у мовленні закарпатських українців;

2) окреслити ситуації міжмовної взаємодії, що уможливили лексичну інфільтрацію германізмів у місцевий український вокабулярій;

3) розглянути лексико-семантичну організацію германських запозичень у місцевому мовленні;

4) розглянути результати фонетичної рецепції германізмів у місцевому мовленні;

5) визначити стилістичні функції германізмів у місцевому розмовному мовленні.

Об'єкт студії — сума лексем германського походження (запозичені прямо чи опосередковано) у мовленнєвому побуті закарпатських українців. **Предметом** — фонетичні, лексико-семантичні, граматичні особливості слів німецького походження в місцевому мовленні, їхня семантична валентність у складі фразем, їхня функціональна характеристика.

Джерельна база. Матеріал для дослідження добирався з архівних документів, місцевої преси різних років, художніх текстів, автори яких — закарпатські письменники-носії місцевого діалектного мовлення, фольклорних матеріалів, а також записів діалектного мовлення і діалектних словників.

Методи дослідження — *описовий метод, зіставний метод, метод лінгвістичної історіографії.*

Виклад основного матеріалу

1. Знайомство з доступними публікаціями уможливорює деякі попередні висновки щодо напрямів дослідження лексичних запозичень із німецької мови в мовлення закарпатських українців. Проте проблема вивчення германської лексичної інфільтрації в місцеві говірки має розв'язуватися з опорою на міцний фундамент теорії мовознавства, зокрема його розділів, де розглядаються функції, фонетичні, словотвірні, семантичні (розширення, звуження значення, його профанація) зміни запозичень у мові призначення, особливості їхньої граматичної адаптації, процес інтеграції до складу стійких словосполучень, стильові функції, входження до словника окремих соціальних і професійних груп, ареальна характеристика тощо.

Потрібно зважати також і на результати наукових студій, присвячених таким важливим проблемам вітчизняної лінгвістики, як:

а) загальні проблеми функціонування в українській мові слів німецького походження та їхнього загального впливу на український лексикон (Шаровольський, 1926: 62–79; Шаровольський, 1927: 27–44; Шелудько, 1931; Кобилянський, 1976; Акуленко, 1997; Сімович, 2005);

б) історія дослідження німецьких запозичень в українській мові (Пиц, 2013);

в) характеристика функцій німецькомовних запозичень у різних стилях української мови (пор., напр., у: Клімчук, 2014);

г) функції німецькомовних запозичень в українському розмовному дискурсі (пор., напр., досвід у: Дмитренко, Полуніна, 2020);

г) питома вага та роль німецьких лексичних запозичень у регіональних варіантах української мови кінця XIX – початку XX ст. (пор.: Ткач, 2000; Лопушанський, Більовська, 2006);

д) вивчення німецьких запозичень у вокабулярії карпатських говірок (Костюк, 1971; Гвоздяк, Меліка, 1998; Нечаєва, 2014).

Найскладнішим видається те, що всі окреслені питання тісно пов'язані, тому окремий розгляд кожного з них навряд

чи можливий; очевидно, що лише їх комплексний розгляд буде дійсно результативним.

2. Сучасний стан вивчення регіонального мовлення українців Закарпаття ми би схарактеризували як надзвичайно високий. Вітчизняна й зарубіжна славістика має багатий досвід діалектологічних та історико-мовних студій, де встановлюється генеза, простежується історія закарпатських говірок, визначається їхнє відношення до інших слов'янських діалектів, здійснюється їхній опис на всіх рівнях у синхронії та діахронії, здійснюється етимологічне дослідження їхнього словника тощо. Однак (і це цілком природно для науки) завжди лишаються напрями, які досі ще не достатньо розроблені, і саме до таких напрямів належить вивчення німецьких запозичень у місцевому мовленні. Зокрема, стан дослідження німецького про шарку у вокабулярії закарпатських говірок, його ролі в місцевому мовленні можна кваліфікувати як початковий, оскільки зроблено ще не так багато. Наприклад, питання лексичної інтерференції в умовах українсько-німецьких (часто за угорським посередництвом) контактів досліджене лише фрагментарно та ще й у межах окремих ареалів. Цей напрямок цікаво представлений у: (Гвоздяк, 2009). Між іншим, германізми на Закарпатті відзначені не лише в ареалах безпосередньої чи опосередкованої (через угорську ланку) історичної взаємодії слов'янського населення з німецьким; їхня географія в межах закарпатських говірок дещо ширше, але це питання поки чекає на свого дослідника. Для подібних студій уже існує методична база, апробована на матеріалі німецьких запозичень у діалектному мовленні українців інших регіонів, пор., зокрема, праці: (Кочерган, 1997; Муромцева, Скачкова, 2004; Лопушанський, Пиц, 2011). Лишається застосувати напрацьовану методику до вивчення «німцизмів» у мовленнєвому побуті закарпатських українців, звісно, з огляду на специфіку місцевих умов культурно-історичних контактів між етносами.

3. Звідси природно було би поставити питання про характер ситуації/ситуацій міжмовної взаємодії, за якої відбувалася лексична інфільтрація германізмів у мовлення закарпатських українців. Зокрема, логічно сформулювати кілька робочих питань щодо моделей міжмовних контактів, які узагальнено відтворюють відповідні ситуації. Отже, чи:

а) йдеться про безпосереднє запозичення за моделлю «німецька мова → українська мова» (у розмовному мовленні на Закарпатті свого часу був поширений австро-баварський варіант німецької мови);

б) маємо опосередковане запозичення за моделлю «німецька мова → угорська мова → українська мова». Зокрема, більшість австріцизмів потрапили у місцеве українське мовлення саме завдяки посередництву угорської мови, пор.: *kórház* 'лікарня' (угор. *korház* < нім. *Kurhaus*); *germika* 'лихоманка' (угор. *hektika* < нім. *Hektik*); *búksa* 'бляшанка, карнавка (для збирання грошей)' (угор. *buxa* < нім. *Büchse*); *fánki* 'пампук' (угор. *fank* < нім. *Pfannkuchen*); *prízli* 'сухарі' (угор. *prézli* < нім. *Brösel*); *mpóyep* 'носильник' (угор. *tróger* < нім. *Träger*); *shóvgor* 'дівер, швагер' (угор. *sougor* < нім. *Schwager*) тощо;

в) наявний результат інфільтрації в ланцюжку «німецька мова → словацька мова → українська мова», пор. *shváblík* 'сірник' (словац. *švablik* < нім. *Schwefelhölzer*), *du(i)la* 'підлога' (словац. *dyla* < нім. *Diele*) та ін.;

г) йдеться про запозичення в ситуації, яку можна описати моделлю «німецька мова → польська мова → українська мова»?

Запозичення, що потрапили у місцеве українське мовлення в ситуаціях перших трьох типів, зберігають «німецький присмак», тобто усвідомлюються носіями українського мовлення як чужорідні елементи, що позначається на їхніх стилістичних функціях, неможливості бути членами синонімічних рядів, специфіці участі у творенні фразеологізмів. Німецькі слова, які були запозичені в ситуації третього типу (за посередництвом польського мовлення на іншому «полюсі» Закарпаття), значною мірою не усвідомлюються як лексичні маркери чужого мовлення, можливо, через відсутність на тих теренах німецькомовного населення.

Із літератури щодо вивчення шляхів засвоєння німецької лексики в українських говірках Закарпаття див., зокрема, (Гвоздяк, 2001), де представлений досвід аналізу рецепції саме побутових слів.

В суто історичному аспекті, для розуміння умов, які багато в чому спричинили німецьку лексичну інфільтрацію в український словник, потрібно пам'ятати, що вона є результатом

зростання культурної ваги німецької мови у житті місцевого суспільства. Річ у тім, що з початком німецької колонізації Галичини та Буковини (2 половина XIV ст.) на цих теренах поширилося Магдебурзьке право, почався стрімкий розвиток західної торгівлі, завдяки переважно вихідцям із Німеччини утворилися численні цехові організації. У XX ст. запозиченню германізмів у мовлення карпатських українців сприяла введена військова повинність, яку відбувала чоловіча частина населення Галичини в польській, а згодом у австрійській арміях. Мовний контекст цих історичних подій добре засвідчений у творах Ольги Кобилянської та Юрія Федьковича, тексти яких написані регіональними варіантами української літературної мови, словник якої містить чимало німецьких слів і термінів військової справи в тому числі.

4. Ще один аспект вивчення німецьких запозичень в українському мовленні Закарпаття представлений спробами опису їхньої лексико-семантичної організації. Це цілком логічно, адже численні германізми прийшли зі спеціальної мови різних професій, утворивши тематично досить строкатий лексичний шар, який можна досягнути лише завдяки детальній класифікації його складників. Тільки після цього можна робити висновки щодо ролі германізмів у місцевій комунікативній культурі, функцій в обслуговуванні професійного й домашнього побуту. Навіть неповний перелік лексико-семантичних груп, за якими можна розподілити німецькі запозичення, свідчить про складність наукових студій у цьому напрямку. Завдання ускладнюється полісемантичністю багатьох німецьких лексем, завдяки чому одне слово може входити до складу кількох ЛСГ (слово може одночасно належати ЛСГ «Технічні терміни» та (з вужчим значенням) «Будівельна лексика»), а ще розвивати нові значення, звузити чи розширити їх уже власне в українській мові, що створює додаткові виклики системному опису германізмів усередині українського словника. Пор. випадки, коли німецьке запозичення в українській закарпатській говірці збільшує семантичний обсяг порівняно з мовою-оригіналом: нім. *Lump* ‘негідник’ тут розвинуло нові семми, пор. *лумп* ‘негідник’ і ‘гульвіса’, ‘алкоголік’, ‘недалека, несерйозна людина’, ‘легковажна людина’; нім. *Spitzel*

‘інформатор’, ‘шпик’ на українському діалектному ґрунті набуло нових значень, пор. *шпіцлик*, *шпиг* ‘учень, який доносить вчителю на інших учнів’ і ‘низькоросла людина’.

До того ж запозичена лексика в новому (українському) середовищі встановлює зв’язки з питомими словами, утворюючи з ними синонімічні ряди, пор.: *куфєр* (Koffer) – *чемодан*; *вінчовати* (wünschen) – *бажати*; *тинта* (Tinte) – *чорнило*; *аницуг*(к) (Anzug) – *костюм*; *фриштук* (Frühstück) – *сніданок*; *луфтовати* (lüften) – *провітрювати*; *шляєр* (Schleier) – *фата* etc.

Тож, місцевий український словник збагатився солідною кількістю одиниць, які попередньо розподіляються за такими ЛСГ:

– «Ремісницька термінологія» (багато в чому зразковим може бути досвід детального аналізу східнонімецьких назв ремісників у польській, білоруській і українській мовах XIV–XVII ст., представлений у: Пиц, 2008);

– «Будівельна лексика»;

– «Лексика сільського господарства»;

– «Термінологія торгівлі та обміну»;

– «Термінологія вимірювання ваги, розміру etc.»;

– «Назви професійного знаряддя»;

– «Правова лексика (в т. ч. лексика судочинства та терміни кримінального провадження)»;

– «Адміністративна термінологія (в т. ч. лексика канцелярської справи)»;

– «Соціальна термінологія (в тому числі лексика спорідненості та свояцтва і назви суспільних понять)»;

– «Терміни військової справи»;

– «Лексика, пов’язана з освітньою діяльністю»;

– «Медична термінологія»;

– «Лексика флори та фауни»;

– «Термінологія приготування їжі та назви страв і напоїв»;

– «Назви злакових культур і овочів»;

– «Назви предметів домашнього побуту»;

– «Назви одягу, взуття, аксесуарів» etc.

Кожна з цих ЛСГ поділяється на дрібніші лексичні групи зі своїми зв’язками, тому будова кожної ЛСГ видається досить складною в плані дескрипції.

Окреме питання опису німецьких запозичень становить їхня архаїзація, тобто перехід у категорію архаїзмів. Ці лексеми, відомі здебільшого старшому поколінню діалектоносців, у мовленні сучасної генерації дедалі все частіше поступаються слов'янським лексичним дублетам, пор.: *духовка* замість *блóвдарь*, (діал.) *утюг* замість *бі́глязь*; *комора* замість *шпайз* (*Speisekammer*); (діал.) *носки* замість *штрімфлі*; *залізниця* замість *штрек* (*Strecke*) тощо. Див.: (Пискач, 2008).

5. Розгляд питання фонетичної рецепції германізмів у місцевому мовленні ми здійснили в попередній студії. Див.: (Шетеля, 2024).

6. Окремий аспект зазначеної проблематики вивчення німецьких запозичень у місцевому мовленні — їхні стилістичні функції. Річ у тім, що запозичення цієї категорії часто мають емоційно-експресивне забарвлення (конотацію), а тому вживаються як стилістично марковані одиниці, експресивні синоніми українських слів. Пор. укр. діал. *фр́йир* (*фр́аєр*) ‘коханець’ і ‘зарозуміла людина’ (< нім. *Freier* ‘наречений’) як емоційно забарвлений синонім до власне *коханець* чи *наречений* або ж *гандльова́ти* ‘займатися спекуляцією’ (< нім. *handeln* ‘торгувати, діяти’) як синонімічне до *торгувати*, *перекупати* тощо. Подібні приклади характеризують винятково розмовний рівень мовлення закарпатських українців, будучи відсутніми в інших стилях мовлення.

Висновки. Виокремлені підходи до лінгвістичного розгляду німецьких лексичних запозичень у діалектному мовленні закарпатських українців, звісно, не вичерпують усього комплексу проблем, поставлених перед мовознавством. Насправді їхня кількість суттєво більша: наприклад, питання словотвірної валентності основ запозичених слів, проблема словотвірної рецепції германізмів і переосмислення їхньої структури тощо. Проте навіть названі ракурси аналізу такого складного й цікавого лінгвістичного об'єкта спонукають до вироблення спеціальних наукових процедур, які спираються на зібрані свідчення про цей об'єкт (ступінь його розробки в попередніх студіях), рівень його складності, питому вагу в мовній системі та суму прийомів, необхідних для роботи з ним.

ЛІТЕРАТУРА

Акуленко В. В. Німецький вплив на розвиток української мови: проблеми методології. *Мовознавство*. 1997. № 1. С. 12–19.

Гвоздяк О. М., Меліка Г. І. Запозичення лексики німецького походження в українській говірці Ужгородщини. *Проблеми романо-германської філології*. Ужгород : УДУ, 1998. С. 33–38.

Гвоздяк О. М. Шляхи засвоєння німецької побутової лексики в українських говірках Закарпаття. *Гуманітарний вісник. Серія: Іноземна філологія*. Черкаси : ЧПТІ, 2001. Число п'яте. С. 105–108.

Гвоздяк О. М. Інтерференція побутової лексики в українсько-німецько-угорських міжговіркових контактах (Мукачівщина). *Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства*. Ужгород, 2009. Вип. 13. С. 42–44.

Дмитренко О. В., Полуніна Ю. І. Німецькі лексичні запозичення в українському розмовному дискурсі. *Калейдоскоп мов*. 2020. № 2 (191). С. 63–67.

Клімчук Г. П. Запозичення як джерело формування лексичної бази публіцистики М. Грушевського. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2014. Вип. 11. С. 201–210.

Кобилянський Б. В. До вивчення германізмів і полонізмів в українській мові. *Мовознавство*. 1976. № 6. С. 31–35.

Костюк Д. В. Германізми в діалектній лексиці української мови (на матеріалі села Чернятин Городенківського району Івано-Франківської області). *Іноземна філологія*. 1971. Вип. 23. С. 65–68.

Кочерган М. П. Німецькі лексичні запозичення в південно-західних говорах української мови. *Мовознавство*. 1997. № 1. С. 19–24.

Лопушанський В. М., Більовська Г. Німецькі лексичні запозичення у творах Івана Франка. *Дрогобич : Коло*, 2006. 86 с.

Лопушанський В. М., Пиц Т. Б. Німецькомовні лексичні запозичення у південно-західних говорах України : навч. посіб. для студ. вищих навч. заклад. Дрогобич : Посвіт, 2011. 122 с.

Муромцева О. Г., Скачкова В. В. Українсько-німецькі мовні контакти. *Українська мова : енциклопедія*. Київ : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. С. 682–683.

Нечаєва Н. Запозичення з німецької мови в буковинських говірках. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. 2014. № 2. С. 98–100.

Пискач О. Архаїзація лексики в сучасній закарпатській говірці. *Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства* (Ужгород). 2008. Вип. 11. С. 165–168.

Пиц Т. Б. До історії дослідження німецьких запозичених слів в українській мові. *Українська мова*. 2013. № 2. С. 84–99.

Пиц Т. Б. Східнонімецькі назви ремісників та їхнє поширення у польській, білоруській і українській мовах XIV–XVII ст.: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Львів, 2008. 205 с.

Сімович В. Дещо про нашу купецьку мову. *Праці у двох томах*. Том 1: Мовознавство [упор. і передмова Л. Ткач]. Чернівці : Книги – ХХІ, 2005. С. 279–282.

Ткач Л. О. Німецькі запозичення в українській літературній мові Буковини кінця XIX – початку XX ст. (дієслівні семантичні кальки). *Науковий вісник Чернівецького університету*. Вип. 84: *Германська філологія*. Чернівці : Рута, 2000. С. 84–95.

Шаровольський І. Німецькі позичені слова в українській мові. *Записки Київського інституту народної освіти*. Київ, 1926–1927. Ч. 1–2.

Шелудько Д. Німецькі елементи в українській мові. *Збірник Комісії для дослідження історії української мови*. Київ : ВУАН, 1931. Т. I. С. 1–60.

Шетеля Я. М. Німецькі запозичення в українському діалектному мовленні закарпатського ареалу. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки*. 2024. №39. С. 157–167.

ASPECTS OF THE STUDY OF GERMANISMS IN THE SPEECH OF TRANSCARPATHIAN UKRAINIANS

Yaroslav M. Shetelya

Graduate student of the
State Institution «South Ukrainian National
Pedagogical University named after K. D. Ushinsky»,
Odessa, Ukraine
e-mail: noritsu16@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4974-9157>

SUMMARY

The proposed article is written in the direction set by the research of the authors who were interested in the problems of German-Ukrainian interlingual contacts in Transcarpathia. The aim of the paper is to single out the possible aspects of the study of German (Austrian) lexical units, used in Ukrainian speech of Transcarpathia. The tasks of the study are: 1) to find out state of the scientific investigation of German lexical borrowings in the speech of Transcarpathian Ukrainians; 2) to outline the situations of interlingual interaction, which makes it possible the lexical infiltration of Germanisms in the local Ukrainian vocabulary; 3) to consider lexico-semantic system organization of German borrowings in the local speech; 4) to consider the results of phonetic assimilation of Germanisms in the local speech; 5) to define the stylistic functions of Germanisms in the local colloquial speech. The object of the study is the sum of lexemes of German origin (borrowed directly or indirectly) in the speech use of Transcarpathian Ukrainians.

Keywords: *German-Ukrainian interlanguage contacts, dialect, areal, lexical borrowings, Transcarpathia.*

REFERENCES

- Akulenko V. V. (1997). Nimets'kyj vplyv na rozvytok ukrajins'koji movy: problemy metodologiji [German Influence on the Development of the Ukrainian Language]. *Мовознавство [Linguistics]*. № 1, pp. 12–19.
- Hvozdyak O. M. (1998). Zapozychenn'a leksyky nimets'koho pokhodzhenn'a v ukrajins'kij hovirti Uzhhorodshchyny [Borrowing of Vocabulary of German Origin in the Ukrainian Dialect of Uzhhorod Region]. *Naukovyi visnyk Uzhhorods'kogo universytetu. Seriya "Romano-hermans'ka filolohiya" [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Seria "Romano-Germanic Philology"]*. Vol. 4, pp. 7–11.
- Hvozdyak O. M. (2001). Shlakhy zasvojen'n'a nimets'koji pobutovoji leksyky v ukrajins'kykh govirkakh Zakarpatt'a [Ways of Assimilation of German Vocabulary in Ukrainian Dialects of Transcarpathian]. *Gumanitarnyj visnyk. Serija: Inozemna filologija [Humanitarian Bulletin: Series: Foreign Philology]*. Cherkasy : ČITI. Vol. V, pp. 105–108.
- Hvozdyak O. M. (2009). Interferentsija pobutovoji leksyky v ukrajins'ko-nimets'ko-ugors'kykh mizhgovirkovykh kontaktakh (Mukachivshchyna) [Interference of the Everyday Vocabulary in Ukrainian-German-Hungarian Interdialectal Contacts]. *Suchasni problemy movoznavstva ta literaturoznavstva [Contemporary Issues of Linguistics and Literary Studies]*. Vol. 13, pp. 42–44.
- Dmitrenko O. V., Polunina Yu. I. (2020). Nimets'ki leksychni zapozychenn'a v ukrajins'komu rozmovnomu dyskursi [German Lexical Borrowings in the Ukrainian Conversational Discourse]. *Kaleidoskop mov [Kaleidoscope of Languages]*. № 2 (191), pp. 63–67.
- Klimchuk G. P. (2014). Zapozychenn'a jak dzherelo formuvann'a leksychnoji bazy publitsystyky M. Grushevs'kogo [Borrowings as a Source of Formation of Lexical Database of M. Grushevsky's Journalism]. *Filologichni studiji: Naukovyj visnyk Kryvoriz'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universytetu [Philological Sciences]*. Vol. 11, pp. 201–210.
- Kobyl'ans'kyj B. V. (1976). Do vyvchenn'a germanizmiv i polonizmiv v ukrajins'kij movi [On the Study of Germanisms and Polonisms in the Ukrainian Language]. *Movoznavstvo [Linguistics]*. № 6, pp. 31–35.
- Kost'uk D. V. (1971). Germanizmy v dialektnij leksytsi ukrajins'koji movy [Germanisms in the Dialectal Vocabulary of the Ukrainian Language]. *Inozemna filologija [Foreign Philology]*. Vol. 23, pp. 65–68.
- Kochergan M. P. (1997). Nimets'ki leksychni zapozychenn'a v pivdenno-zakhidnykh-govorakh ukrajins'koji movy [German Loan Words in Southwest Dialects of the Ukrainian Language]. *Movoznavstvo [Linguistics]*. № 1, pp. 19–24.
- Lopushans'kyi V. M., Pytz T. B. (2011). Nimets'komovni leksychni zapozychennia u pivdenno-zakhidnykh hovirakh Ukrayiny [German-Language Lexical Borrowings in the South-Western Dialects of Ukraine]. *Drohobych : Posvit*, 124 p.
- Muromtseva O. G., Skachkova V. V. (2004). Ukrajins'ko-nimets'ki movni kontakty [Ukrainian-German Language Contacts]. *Ukrajins'ka mova: entsyklopedija [The Ukrainian Language: Encyclopedia]*. Kyiv : Ukrajins'ka entsyklopedija im. M. P. Bazhana, pp. 682–683.
- Nechayeva N. (2014). Zapozychennia z nimets'koyi movy v bukovyns'kykh

hovirkakh [Borrowings from the German Language in Bukovyna Dialects]. *Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University: Philological Sciences. Linguistics*. No. 2, pp. 98–102.

Pyskach O. (2008). Arkhajizatsija leksyky v suchasnij zakarpats'kij govirtsii [Archaization of Vocabulary in the Contemporary Transcarpathian Dialect]. *Suchasni problemy movoznavstva ta literaturoznavstva* [Contemporary Issues of Linguistics and Literary Studies]. Vol. 11, pp. 165–168.

Pyts T. B. (2013). Do istoriji doslidzhenn'a nimets'kykh zapozychenykh sliv v ukrajins'kij movi [On the History of the study of German Loan Words in The Ukrainian Language]. *Ukrajins'ka mova* [The Ukrainian Language]. № 2, pp. 84–99.

Pyts T. B. (2008). Skhidnomimets'ki nazvy remisnykiv ta jikhn'e poshyrenn'a u pol's'kij, bilorus'kij i ukrajins'kij movakh XIV–XVII st. [The East German names of Craftsman and Their Spread in the Polish, Belarusian and Ukrainian Languages of XIV–XVII centuries]. Lviv.

Simovych B. (2005). Deshcho pro nashu kupets'ku movu [Something about our Merchant Language]. *Pratsi u dvokh tomakh* [Works in Two Tomes]. Tome 1: *Movoznavstvo* [Linguistics]. Chernivtsi : Knygy – XXI, pp. 279–282.

Tkach L. O. (2000). Nimets'ki zapozychenn'a v ukrajins'kij literaturnij movi Bukovyny kints'a XIX – pochatku XX st. [German Borrowings in the Ukrainian Literary Language of Bukovina of the Final of XIX – early XX centuries]. *Naukovyj visnyk Chernivets'kogo universytetu* [Scientific Bulletin of Chernivtsi University]. Vol. 84: *Germans'ka filologija* [German Philology]. Chernivtsi : Ruta, pp. 84–95.

Sharovol's'kyj I. (1926–1927). Nimets'ki zapozycheni slova v ukrajins'kij movi [German Loan Words in the Ukrainian Language]. *Zapysky Kyivs'kogo instytutu narodnoji osvity* [Scientific Notes of Kyev Institute of Popular Education]. Kyiv. Ch. 1–2.

Shelud'ko D. (1931). Nimets'ki elementy v ukrajins'kij movi [German Units in the Ukrainian Language]. *Zbirnyk Komisiji dl'a doslidzhenn'a istoriji ukrajins'koi movy* [Collection Works of Commission for Study of the History of the Ukrainian Language]. Kyiv : VUAN. T. I, pp. 1–60.

Shetelya Ya. M. (2024). Nimets'ki zapozychenn'a v Ukrajins'komu dialektnomu movlenni zakarpats'kogo arealu [German Borrowings in Ukrainian Dialectal Speech of Transcarpathia Area]. *Naukovyi visnyk PNPu imeni K. D. Ushinskogo: Lingvistychni nauky* [Scientific Bulletin of PNPu named after K. D. Ushinsky: Linguistic Sciences]. № 39, pp. 157–167.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2025

УДК 811.111'255.4'367'42:687.016

DOI <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2025-40.13>

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ НАПИСІВ НА ОДЯЗІ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Наталя В. Стрюк

доктор філософії з філології, доцент кафедри англійської філології
Донецького національного університету імені Василя Стуса,

Вінниця, Україна

e-mail: natalia.striuk@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5857-6120>

Scopus Author ID: 57223123808

Єлизавета Ковальчук

студентка IV курсу факультету іноземної та слов'янської філології
Донецького національного університету імені Василя Стуса,

Вінниця, Україна

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто прагматичні особливості комунікативних стратегій англомовних написів на одязі, що слугують значимим елементом соціальної комунікації. Дослідження спирається на аналіз 300 текстових принтів, дібраних шляхом суцільної вибірки з інтернет-магазинів одягу у 2025 році. Метою є виявлення типів стратегій, що використовуються у мікротекстах, та встановлення їхнього функціонального навантаження. Застосовано дескриптивний метод, метод суцільної вибірки, прагматичний метод та дискурс-аналіз, а також квантитативний підхід, що дозволяє встановити взаємозв'язок між вербальними та невербальними аспектами комунікації. Теоретичне обґрунтування спирається на концепцію самопрезентації, а також тлумачення текстів моди як культурних знаків. Виділено шість основних стратегій: самопрезентація, спонукання, аргументація, ритуальність, інформаційна та конфліктна (в її межах розглянуто стратегії незгоди, дискредитації та тролінгу) стратегії. Окрему увагу приділено їхній прагматичній функції та способам впливу на реципієнта. Результати дослідження демонструють, що

найбільш поширені комунікативні стратегії – самопрезентація, спонукання й аргументація, що свідчить про прагнення носіїв одягу передавати свою індивідуальність та формувати соціальний дискурс. Мени виражені конфліктні та ритуальні стратегії, що підтверджує тенденцію до інтеграції культурних традицій і соціальних норм. Дослідження розкриває соціокультурне значення текстових принтів як багаторівневого прагматичного явища, що впливає на комунікативні процеси та соціальну ідентифікацію носія, а також формує нові можливості для вивчення взаємодії тексту та простору публічної комунікації.

Ключові слова: напис на одязі, комунікативна стратегія, прагматика.

Вступ. Упродовж останнього десятиліття написи на одязі стали важливим елементом комунікації, що набуває все більшої популярності в соціокультурному просторі. Ці лаконічні мовні конструкції, розміщені на футболках, худі та інших видах одягу, не лише виконують естетичну функцію, а й слугують засобом вираження соціальних ідентичностей, емоційних станів і культурних кодів. У зв'язку з цим зростає науковий інтерес до лінгвістичних і прагматичних особливостей таких написів, їхньої ролі у міжособистісній та масовій комунікації, а також механізмів впливу на реципієнта.

Так, Н. В. Долусова аналізує структурно-семантичні характеристики англомовних написів на жіночих футболках, висвітлюючи комунікативні наміри та культурні конотації таких мікротекстів з урахуванням гендерної специфіки (Долусова, 2015). І. Чілува та Е. Аджібоє досліджують повідомлення на футболках як посередник між модою та соціальним дискурсом (Chiluwa & Ajibo, 2016). О. С. Смутченко розглядає написи на одязі як один із елементів формування субкультури студентів мовних вишів (Смутченко, 2018). Праці Н. В. Стрюк присвячені вивченню метафоричних текстів на вбранні у зіставному аспекті (Striuk, 2021; Striuk, 2022). З. Мошуд та К. Овале аналізують прагма-стилістичні особливості принтів на футболках, стверджуючи, що повідомлення на одязі відображають соціальні та особистісні цінності (Moshood & Olawale, 2022).

Актуальність. З огляду на науковий інтерес до написів на одязі існує необхідність глибшого аналізу прагматичних особливостей комунікативних стратегій текстових принтів англійською мовою, які відіграють важливу роль у сучасному

соціокультурному дискурсі. Вивчення прагматичних стратегій дозволяє визначити, як саме написи на одязі формують комунікативний простір, залучають адресата до неявного діалогу та передають приховані смисли. Це дослідження сприятиме розширенню уявлення про мовну комунікацію в публічному просторі та механізми прагматичного впливу через текстові меседжі.

Метою наукової розвідки є встановлення й аналіз прагматичних особливостей комунікативних стратегій, реалізованих у текстових написах на одязі англійською мовою. Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**: 1) схарактеризувати написи на одязі як комунікативно-прагматичний феномен; 2) визначити поняття комунікативних стратегій та розробити їхню типологію; 3) провести прагматичний аналіз комунікативних стратегій, застосованих у текстових принтах; 4) виконати кількісний аналіз емпіричного матеріалу для виявлення закономірностей використання комунікативних стратегій.

Матеріалом дослідження слугують 300 англомовних написів на одязі з інтернет-магазинів брендового одягу 2025 року. У прикладах емпіричного матеріалу збережено оригінальну графіку текстових принтів: вживання малих і великих літер, символів; знак «|» використовується для позначення розміщення частини тексту з нового рядка.

Мета і завдання роботи, а також специфіка матеріалу дослідження зумовили застосування таких **методів і прийомів** дослідження: *метод суцільної вибірки* (для добору емпіричного матеріалу), *deskриптивний метод* (для опису та класифікації емпіричного матеріалу), *прагматичний аналіз* (для встановлення комунікативних намірів і функцій), *елементи дискурс-аналізу* (для вивчення написів як частини ширшого соціального дискурсу), *метод кількісних підрахунків* (для визначення квантитативних характеристик написів на одязі та формування подальших висновків якісного характеру).

Результати студії. У сучасному комунікативному просторі одяг із текстовими написами виконує не лише декоративну чи естетичну функцію, а й слугує потужним засобом невербального висловлення. Американський соціолог Е. Гофман

у своїй теорії самопрезентації підкреслює, що візуальні елементи зовнішнього вигляду, зокрема одяг і його компоненти, слугують своєрідними «знаковими інструментами» — засобами створення соціальних вражень. Написи на одязі в цьому контексті розглядаються як символічні маркери, що дозволяють індивіду керувати тим, завдяки чому його сприймає оточення. Вони формують певний «фасад», який людина презентує в різних соціальних ситуаціях, втілюючи бажану роль або ідентичність (Goffman, 1959). Такий прагматичний підхід до написів свідчить про їхню роль як посередників у соціальній взаємодії, що здійснюється невербальним шляхом у межах певного контексту.

Французький філософ і семіотик Р. Барт трактує моду як мову культури, де кожен її елемент, включно з написами, є носієм конотативного змісту. Згідно з його підходом, текстильні принти на одязі функціонують як знаки, що імпліцитно вказують на соціальну належність, ідеологічні переконання чи життєві настанови. Семіотичний погляд дозволяє розглядати напис як спосіб «мовлення» у соціальному просторі, за допомогою якого людина прагне окреслити свою ідентичність, вступити в культурний діалог або виразити позицію щодо певних тем (Barthes, 2006).

Нігерійські мовознавці І. Чілува та Е. Аджібоє, використовуючи дискурсивно-прагматичний підхід, визначають написи на одязі як особливу форму прагматичних актів. На їхню думку, текстові повідомлення на футболках — це не лише частина модного тренду, а й спосіб утвердження себе в соціумі, засіб окреслення власної позиції та групової належності. Написи стають механізмом міжособистісної комунікації, у якій вербальні елементи поєднуються з візуальним контекстом для створення впливових соціальних смислів (Chiluwa & Ajiboye, 2016).

Українська дослідниця Н. В. Стрюк наголошує на специфічній природі комунікації, що реалізується через написи на одязі. Вона підкреслює, що комунікативний потенціал таких текстів спирається на прагнення самовираження та презентації власного «Я». Напис, на її думку, функціонує як елемент дискурсивного жанру, який формується у часово-просторовому

континуумі між носієм одягу та реципієнтом. Ключовим жанротвірним фактором при цьому є сам одяг, який слугує матеріальним носієм повідомлення та частиною комунікативної ситуації. У такому жанрі основна мета полягає у демонстрації змісту, що резонує з внутрішнім світом особистості й актуалізує презентаційний дискурс (Стрюк, 2023).

Отже, написи на одязі — багаторівневий комунікативно-прагматичний феномен, що інтегрує лінгвістичні, соціокультурні та психологічні аспекти мовної взаємодії. Вони слугують не лише засобом вираження індивідуальних переконань та емоцій, а й виконують функцію соціальної ідентифікації, сприяючи формуванню групових чи персональних комунікативних стратегій.

У широкому сенсі комунікативна стратегія розуміється як ефективне втілення комунікативних намірів мовця для досягнення конкретної мети взаємодії, що передбачає контроль, вибір найбільш результативних мовленнєвих стратегій та їхню гнучку адаптацію відповідно до ситуації (Бацевич, 2009: 133). Такий механізм реалізації наміру включає цілеспрямований відбір інформації для впливу на інтелектуальну, емоційну та вольову сфери адресата (Melko, 2019: 160).

Традиційно розрізняють кооперативну (набір мовленнєвих актів, які використовує відправник) та некооперативну стратегії (набір мовленнєвих актів, які використовує відправник при досягненні своєї стратегічної мети щодо втручання до одержувача) (Artym, 2013). Л. Д. Швелідзе пропонує власну типологію, виокремлює такі види стратегій, як стратегія аргументації, стратегія інформаційності, стратегія самопрезентації, стратегія спонукання, стратегія ритуальності та конфліктні стратегії (Швелідзе, 2021).

Комунікативні стратегії написів на одязі англійською мовою виявляються у свідомому доборі слів, що мають викликати певну реакцію у людей, які їх читають. Текстові принти можуть впливати на емоції, мотивувати до дій, змушувати задуматися або навіть змінювати ставлення до чогось. У результаті аналізу емпіричного матеріалу було виділено 6 комунікативних стратегій, які застосовуються в англомовних мікротекстах на вбранні: *стратегія самопрезентації* (1.1);

стратегія спонування (1.2); стратегія аргументації (1.3); конфліктні стратегії (1.4); стратегія ритуальності (1.5) та інформаційна стратегія (1.6).

1.1. Стратегія самопрезентації – це спосіб представити себе, свої досягнення, важливі події в житті або позитивні якості. Головна мета – справити враження на оточення та показати себе в найвигіднішому світлі (Швелідзе, 2021).

У написах на одязі ця стратегія виявляється через тексти, які підкреслюють успіхи, сильні сторони або особливості людини. Такі фрази можуть бути серйозними або жартівливими, але завжди створюють позитивний імідж носія. Наприклад:

(1) англ. *I GRADUATED | I GRADITATED | I GRADUETED | I DID IT* ‘Я випустився, я випсутився, я випастився, я це зробив’;

(2) англ. *EVERY NOW AND THEN | SOMEONE AWESOME | COMES ALONG | AND HERE I AM* ‘Час від часу з’являється хтось чудовий, і ось я тут’.

Напис (1) підкреслює важливе досягнення носія – завершення навчання. Попри гумористичну подачу з навмисними помилками головний меседж – це гордість за власний успіх. Текст (2) є яскравим прикладом стратегії самопрезентації, оскільки демонструє унікальність і винятковість носія. Він спрямований на створення позитивного іміджу, наголошуючи на впевненості у своїй непересічності.

1.2. Стратегія спонування спрямована закликати людину до певної дії або змусити замислитися. Це може бути прямий наказ або прихований натяк, що мотивує зробити щось, змінити поведінку чи прийняти певну точку зору (Швелідзе, 2021).

У написах на одязі стратегія спонування реалізується через фрази, які містять прямий чи непрямий заклик до дії. Вони можуть бути мотиваційними, гумористичними або навіть провокаційними. Наприклад:

(3) англ. *THE | MOUNTAINS | ARE CALLING | AND I | MUST GO* ‘Гори кличуть і я мушу йти’;

(4) англ. *CREATE | THE | LIFE | YOU | IMAGINE* ‘Будуй життя, яке ти собі уявляєш’.

Принт (3) містить непрямий заклик до дії, формуючи асоціативний зв’язок між образом гір та необхідністю їх відвідання.

Семантична структура напису натякає на мотивацію до подорожі, що може слугувати стимулом до активної взаємодії з довкіллям, туризму чи пошуку пригод. Напис (4) також функціонує в межах комунікативної стратегії спонукання, спрямованої на спонукання індивіда до самореалізації через побудову життя відповідно до власних прагнень. Його мовна конструкція виконує мотиваційну функцію, активізуючи когнітивно-емоційний аспект рішення та стимулюючи дію.

1.3. Стратегія аргументації — це комунікативний механізм, спрямований на раціональне обґрунтування власної позиції та формування переконливого дискурсу для впливу на реципієнта. У межах цієї стратегії використовуються логічні доводи, факти та емоційно-експресивні висловлювання, що сприяють зміні або коригуванню точки зору адресата (Швелідзе, 2021).

У написах на одязі стратегія аргументації реалізується в текстах, призначених переконати читача в певній ідеї чи думці. Такі фрази можуть звучати впевнено, категорично або навіть провокативно, щоби змусити людину замислитися чи погодитися. Наприклад:

(5) *I NEVER | ARGUE | I JUST EXPLAIN WHY I'M RIGHT* ‘Я ніколи не сперечаюсь, просто пояснюю, чому я правий’;

(6) англ. *WORDS CAN'T | DESCRIBE HOW | BEAUTIFUL YOU ARE | BUT NUMBERS CAN* | 6/10 ‘Слова не можуть описати, наскільки ти прекрасна. Але цифри можуть — 6/10’.

Носій напису (5) стверджує, що його думка завжди правильна. Текстовий принт намагається переконати читача, що суперечки з цією людиною не мають сенсу, оскільки вона просто пояснює «очевидну» істину. У тексті (6) також використовується стратегія аргументації, але в жартівливій формі. Напис іронічно обіграє концепцію об'єктивного оцінювання, підкреслюючи, що краса може бути виміряна цифрами, що може викликати реакцію або обговорення.

1.4. Конфліктні стратегії використовуються у спілкуванні для висловлення незгоди, критики чи навіть провокацій. Вони можуть виражатися через заперечення, негативні оцінки або навмисне висміювання (Швелідзе, 2021). В аналізованих мікротекстах конфліктні стратегії реалізують стратегією незгоди (1.4.1), стратегією дискредитації (1.4.2) та тролінгу (1.4.3).

1.4.1. Стратегія незгоди – це спосіб виразити свою позицію через суперечку або заперечення слів співрозмовника (Швелідзе, 2021). Наприклад:

(7) англ. *ADULTING* | *Would NOT recommend* ‘Дорослішати не рекомендую’;

(8) англ. *CUPID* | *IS* | *STUPID* ‘Купідон – дурень’.

Напис (7) заперечує загальноприйнятну ідею про доросле життя як щось позитивне. Використовуючи гумористичний формат (імітацію відгуку), він висловлює негативне ставлення до дорослішання. Принт на одязі (8) також є прикладом стратегії незгоди, оскільки суперечить романтизованому уявленню про Купідона та кохання. Він категорично висловлює скептичне або іронічне ставлення до концепції романтичного кохання.

1.4.2. Стратегія дискредитації полягає у використанні критики або зневажливих висловів для підриву авторитету іншої людини (Швелідзе, 2021). Наприклад:

(9) англ. *I'M NOT SAYING* | *YOU'RE STUPID* | *I'M JUST SAYING YOU'VE GOT* | *BAD LUCK* | *WHEN IT COMES TO THINKING* ‘Я не кажу, що ти дурний, я просто кажу, що тобі не щастить, коли справа доходить до мислення’;

(10) англ. *YOU SMELL* | *LIKE* | *DRAMA* & | *A HEADACHE* | *please go away* ‘Від тебе пахне драмою та головним болем, будь ласка, йди геть’.

Принт на одязі (9) завуальовано ображає співрозмовника. Формулювання створює ілюзію ввічливості, але насправді містить зневажливий натяк на інтелектуальні здібності людини. Напис (10) також демонструє стратегію дискредитації, оскільки прямо натякає на негативні риси іншої людини (любов до драми) та водночас відштовхує її, висловлюючи небажання спілкуватися.

1.4.3. Тролінг тлумачиться як навмисне використання провокаційних або образливих фраз для емоційного впливу на співрозмовника (Швелідзе, 2021). Наприклад:

(11) англ. *I DON'T TALK* | *too fast*, | *YOU JUST LISTEN* | *too slow* ‘Я не говорю занадто швидко, ти просто слухаєш занадто повільно’;

(12) англ. *ONLY* | *UGLY* | *PEOPLE* | *HATE ME* ‘Мене ненавидять лише потворні люди’.

Напис (11) має провокаційний характер. Він не лише заперечує можливість критики (що носій говорить надто швидко), але й перекладає відповідальність на співрозмовника, натякаючи на його недоліки у сприйнятті інформації. Текст (12) є також прикладом тролінгу, оскільки містить провокацію: він натякає, що якщо хтось не подобається носієві цього одягу, то це автоматично робить його «некрасивим». Це змушує читача або погодитися, або емоційно відреагувати, що є типовою метою тролінгу.

1.5. Стратегія ритуальності полягає у використанні традиційних форм ввічливості у мовленні, зокрема таких як привітання, подяка, вибачення чи вирази співчуття. Вона допомагає підтримувати доброзичливе спілкування та дотримуватися загальноприйнятих норм ввічливості (Швелідзе, 2021).

У написах на одязі ця стратегія реалізується через стандартні фрази, які висловлюють доброзичливе ставлення, ввічливість або соціальні традиції. Вони можуть бути як серйозними, так і жартівливими. Наприклад:

(13) англ. *GIVE THANKS* | *with a* | *Grateful* | *Heart* ‘Дякуй від широго серця’;

(14) англ. *IN A WORLD* | *WHERE YOU CAN* | *be anything,* | *be kind* ‘У світі, де ти можеш бути ким завгодно, будь добрим’.

Мікротекст (13) містить традиційну форму вираження подяки. Він підкреслює важливість вдячності та може бути пов’язаний із релігійними чи культурними цінностями, що заохочують висловлення вдячності. Текстовий принт (14) є прикладом стратегії ритуальності, адже містить загальноприйнятий моральний заклик до доброти. Фраза нагадує про важливість ввічливості та доброзичливості, що є частиною соціальних норм та етикету.

1.6. Інформаційна стратегія — це спосіб подачі нової або важливої інформації без оцінки чи заклику до дії. Головна мета — донести факти або повідомлення так, щоби вони були зрозумілі та корисні співрозмовнику (Швелідзе, 2021).

У написах на одязі така стратегія виявляється через повідомлення, що містять факти, дати, імена чи ключові дані. Аналізовані мікротексти не призначені переконати когось чи вплинути на емоції, вони просто передають інформацію. Наприклад:

(15) англ. *YOU CAN'T SCARE ME | I HAVE TWO | DAUGHTERS* ‘Мене не налякати, я маю двох дочок’;

(16) англ. *TIME IS | MONEY* ‘Час це гроші’.

Напис (15) демонструє інформаційну стратегію, оскільки подає факт про носія без оцінки або спонукання. Він не закликає до певної дії, а лише повідомляє інформацію, яку можна зрозуміти буквально або з жартівливим підтекстом. У тексті (16) твердження подане як загальновідомий факт без додаткового пояснення чи емоційного забарвлення.

Комунікативні стратегії, які використовуються в англomовних мікротекстах на вбранні, а також їх відсоткове співвідношення представлені у Таблиці 1.

Таблиця 1

Комунікативні стратегії написів на одязі англійською мовою

Стратегія	Кількість	Відсоток (%)
1.1 Самопрезентації	136	45.33%
1.2 Спонування	45	15.00%
1.3 Аргументації	43	14.33%
1.4 Конфліктні	37	12,33%
1.4.1. Незгода	16	5.33%
1.4.2. Дискредитація	11	3.67%
1.4.3. Тролінг	10	3.33%
1.5. Ритуальності	22	7.33%
1.6. Інформаційна	17	5.67%
Разом	300	100%

Як видно з таблиці, найбільшу частку серед аналізованих мікротекстів займають ті, які реалізують стратегію самопрезентації та складають 45,33% від загальної кількості. Це свідчить про важливість індивідуального самовираження через одяг. Другу за обсягом групу складають стратегії спонування (15%), що вказує на спроби вплинути на інших чи мотивувати до певних дій. Стратегії аргументації складають 14,33%, що також підкреслює бажання донести певну думку або погляд.

Менші відсотки мають стратегії конфліктного характеру, зокрема незгоди (5,33%), дискредитації (3,67%) та тролінгу

(3,33%), що вказує на наявність певних провокацій або засвідчує незадоволення через мікротексти на одязі. Однак стратегія ритуальності (7,33%) також є вагомою, оскільки вона відображає соціальні чи культурні практики. Стратегія інформаційної передачі складає найменшу частку (5,67%), що свідчить про обмежену роль інформативних написів порівняно з іншими стратегіями.

Отже, найпоширеніші стратегії, що сприяють самовираженню та взаємодії, тоді як конфліктні й інформативні стратегії мають менше значення.

Висновки. Таким чином, у проведеному дослідженні проаналізовано прагматичні особливості комунікативних стратегій, реалізованих у текстових написах на одязі англійською мовою. Текстові принти на одязі постають як своєрідний жанр презентаційного дискурсу, де мовлення реалізується в межах візуально-комунікативного простору. Результати аналізу засвідчили, що написи на одязі функціонують як багаторівневі комунікативно-прагматичні маркери, що відображають як індивідуальні наміри мовця, так і ширші соціокультурні тенденції.

Комунікативні стратегії, ідентифіковані в англійських мікротекстах, демонструють високий ступінь прагматичної насиченості та варіативності. Аналіз дібраних написів на одязі засвідчує домінування стратегії самопрезентації, що підкреслює прагнення носіїв вбрання виразити свою індивідуальність та соціальну позицію через текстові принти. Стратегії спонукування й аргументації також становлять значну частку від інших, демонструючи активне використання текстів для впливу на адресата, спонукування його до дії або обґрунтування певної думки. Конфліктні комунікативні стратегії, зокрема незгода, дискредитація та тролінг, свідчать про тенденцію до провокаційного вираження позицій. Стратегія ритуальності та інформативна стратегія мають менш виражений, але стабільний характер, що вказує на використання текстів як засобу підтримки традиційних комунікативних практик і трансляції об'єктивної інформації. Загалом, результати демонструють значний вплив соціальних, культурних та індивідуальних факторів на вибір комунікативних стратегій у текстових написах на одязі.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у розширенні емпіричної бази за рахунок залучення написів іншими мовами, а також у порівняльному аналізі міжкультурних особливостей комунікативних стратегій у текстах на одязі. Доцільним є вивчення впливу таких мікротекстів на формування публічних дискурсів, зокрема у контексті гендерної, політичної чи екологічної тематики. На окрему увагу заслуговують: 1) аналіз візуально-лінгвістичних комбінацій, що поєднують текст і зображення; 2) дослідження рецептивного аспекту – сприйняття таких написів аудиторією в різних соціальних групах.

ЛІТЕРАТУРА

- Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2009. 376 с.
- Долусова Н. В. Структурно-семантичні характеристики англomовних написів на жіночих футболках. *І Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція з питань методики викладання іноземної мови: «Дослідження та впровадження в початковий процес сучасних моделей викладання іноземної мови за фахом»*, присвячена 150-річчю ОНУ імені І. І. Мечникова та 55-річчю факультету романо-германської філології: 17 квітня 2015 р. : Збірник матеріалів конференції. Одеса, 2015. С. 32–35.
- Смутченко О. С. Особливості формування субкультури студентів мовних вишів. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*. 2018. № 1 (120). С. 125–130.
- Стрюк Н. В. Написи на одязі в англomовній та українomовній лінгвокультурах: особливості структури та семантики : дис. ... д-ра філософ. зі спец. 035 «Філологія». Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 279 с.
- Швелдце Л. Д. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій у дискурсі соціальних мереж (на матеріалі української та англійської мов) : дис. ... канд. філол. наук зі спец. 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2021. 240 с.
- Artym K. Verbalization of communicative strategies and tactics in the speech genre of parliamentary debate (based on debates in the House of Commons on March 25, 2013). *Матеріали VI Міжнародної конференції молодих вчених CSE-2013*. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2013. Р. 242–247.
- Barthes R. *The Language of Fashion*. Oxford ; New York : Berg Publishers, 2006. 183 p.
- Chiluwa I., Ajiboye E. Discursive pragmatics of T-shirt inscriptions: Constructing the self, context and social aspirations. *Pragmatics and Society*. 2016. Vol. 7. P. 436–462.
- Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Knopf Doubleday Publishing Group, 1959. 259 p.

Melko Kh. Nature of communicative strategies and tactics: linguistic approach. *Vectors of the development of philological sciences at the modern stage*. 2019. January. P. 157–175.

Moshood Z., Olawale K. H. A Pragma-Stylistic Exploration of Selected Sign-out T-shirts' Inscriptions. *Issues in Language and Literary Studies*. 2022. Vol. 8, № 1. P. 70–91.

Striuk N. Semantic classification of metaphors in Ukrainian and English inscriptions on clothing. *Ezikov Syvat (Orbis Linguarum)*. 2021. Vol.19 (1). P. 23–33.

Striuk N. Ukrainian and English Metaphorical Inscriptions on Clothing; How Eloquent Can They Be? *Збірник Матице српске за славистику*. 2022. Vol. 2022, № 101. P. 143–159.

PRAGMATIC FEATURES OF COMMUNICATIVE STRATEGIES OF ENGLISH INSCRIPTIONS ON CLOTHING

Natalia V. Striuk

PhD in Philology, Associate Professor at the Department of English Philology
Vasyl' Stus Donetsk National University,
Vinnytsia, Ukraine

e-mail: natalia.striuk@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5857-6120>

Scopus Author ID: 57223123808

Yelyzaveta Kovalchuk

4th year Student at the Faculty of Foreign and Slavic Philology,
Vasyl' Stus Donetsk National University,
Vinnytsia, Ukraine

SUMMARY

The article examines the pragmatic features of communicative strategies of English inscriptions on clothing, a significant element of social communication. The study is based on the analysis of 300 text prints selected by continuous sampling from online clothing stores in 2025. The aim is to identify the types of strategies used in microtexts and establish their functional load. The descriptive method, continuous sampling method, pragmatic and discourse analysis, and a quantitative approach were used to establish the relationship between verbal and non-verbal aspects of communication. The theoretical justification is based on the concept of self-presentation, as well as the interpretation of fashion texts as cultural signs. Six main strategies are identified: self-presentation, persuasion, argumentation, ritualism, informational and conflict (within which the strategies of disagreement, discrediting and trolling are considered). Special attention is paid to their pragmatic function and methods of influencing the recipient. The results

of the study demonstrate that the most common communicative strategies are self-presentation, persuasion and argumentation, which indicates the desire of clothing wearers to convey their individuality and shape social discourse. Conflict and ritual strategies are less pronounced, which confirms the tendency to integrate cultural traditions and social norms. The study reveals the socio-cultural significance of text prints, a multi-level pragmatic phenomenon that affects communicative processes and the social identification of the wearer. Also, it forms new opportunities for studying the interaction of text and the space of public communication.

Keywords: inscription on clothing, communicative strategy, pragmatics.

REFERENCES

- Artym K. (2013). Verbalization of communicative strategies and tactics in the speech genre of parliamentary debate (based on debates in the House of Commons on March 25, 2013). *Materialy VI Mizhnarodnoi konferentsii molodykh vchenykh CSE-2013*. Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, pp. 242–247.
- Barthes R. (2006). *The Language of Fashion*. Oxford ; New York : Berg Publishers.
- Batsevych F. S. (2009). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv : Akademiia [in Ukrainian].
- Chiluwa I., Ajiboye E. (2016). Discursive pragmatics of T-shirt inscriptions: Constructing the self, context and social aspirations. *Pragmatics and Society*. Vol. 7, pp. 436–462.
- Dolusova N. V. (2015). Strukturno-semantychni kharakterystyky anhlomovnykh nypysiv na zhinochykh futbolnykh [Structural and semantic characteristics of English inscriptions on women's T-shirts]. *I Vseukrainska naukovo-praktychna internet-konferentsiia z pytan metodyky vykladannia inozemnoi movy: "Doslidzhennia ta vprovadzhennia v nachalnyi protses suchasnykh modelei vykladannia inozemnoi movy za fakhom"*, prysviachena 150-richchiu ONU imeni I. I. Mechnykova ta 55-richchiu fakultetu romano-hermanskoi filolohii: 17 kvitnia 2015 r.: Zb. materialiv konferentsii. Odessa, pp. 32–35 [in Ukrainian].
- Goffman E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Melko Kh. (2019). Nature of communicative strategies and tactics: linguistic approach. *Vectors of the development of philological sciences at the modern stage*. January, pp. 157–175.
- Moshood Z., Olawale K. H. (2022). A Pragma-Stylistic Exploration of Selected Sign-out T-shirts' Inscriptions. *Issues in Language and Literary Studies*. Vol. 8, № 1, pp. 70–91.
- Smutchenko O. S. (2018). Osoblyvosti formuvannia subkultury studentiv movnykh vyshiv [Peculiarities of the formation of a subculture of language universities students]. *Naukovyi visnyk Pivdennoukrainskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni K. D. Ushynskoho*. №1 (120), pp. 125–130 [in Ukrainian].

Shvelidze L. D. (2021). *Movni zasoby realizatsii komunikatyvnykh stratehii u dyskursi sotsialnykh merezh (na materialy ukrainskoi ta anhliiskoi mov)* [Linguistic means of implementing communicative strategies in the discourse of social networks (based on Ukrainian and English languages)]. Dissertation: 10.02.17. Vinnytsia : DonNU imeni Vasylia Stusa [in Ukrainian].

Striuk N. (2021). Semantic classification of metaphors in Ukrainian and English inscriptions on clothing. *Ezikov Svyat (Orbis Linguarum)*. Vol.19 (1), pp. 23–33.

Striuk N. (2022). Ukrainian and English Metaphorical Inscriptions on Clothing; How Eloquent Can They Be? *Zbornik Matice srpske za slavistiku*. Vol., № 101, pp. 143–159.

Striuk N. V. (2023). *Napysy na odiazi v anhlovovni ta ukrainovovni linhvokulturakh: osoblyvosti struktury ta semantyky* [Inscriptions on clothing in English and Ukrainian linguo-cultures: structure and semantics]; Dissertation PhD: 035 «Philology». Vinnytsia : DonNU imeni Vasylia Stusa [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 23.04.2025

**Вимоги до оформлення наукових праць,
що друкуються в «Науковому віснику Південноукраїнського
національного педагогічного університету
імені К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки»**

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ

Обсяг основного тексту статті (без анотацій та літератури) має становити не менше 0,5 др. арк. (12 с.), 21600–22000 знаків з пробілами.

Шрифт тексту – Times New Roman, розмір 14, інтервал 1,5; поля з усіх сторін – 20 мм.

СТРУКТУРА СТАТТІ

1. Шифр УДК без абзацного відступу, у верхньому лівому куті першої сторінки.

2. Назва статті великими літерами напівжирним шрифтом, вирівняно по центру.

3. Інформація про автора (-ів): ім'я та прізвище – курсив, напівжирний шрифт (науковий ступінь, учене звання, посада, назва організації, в якій працює автор, країна, e-mail, ORCID ID, Researcher ID або Scopus ID – якщо автор має). Вирівняно по центру. Кегль 12, інтервал 1,0.

4. Анотація – слово «АНОТАЦІЯ» з абзацним відступом, великими літерами, напівжирним шрифтом, курсив. Обсяг 1500–1800 знаків без пробілів з ключовими словами. Текст анотації оформляється курсивом, інтервал між рядками одинарний, шрифт тексту – Times New Roman, розмір 12.

«Ключові слова» напівжирним шрифтом, абзацний відступ, курсив, інтервал між рядками одинарний, шрифт тексту – Times New Roman, кегль 12, курсив.

5. Текст статті містить три розділи: **вступ** (мета та завдання дослідження; матеріали та методи дослідження), **результати та дискусія, висновки**.

6. Цитування та внутрішньотекстове посилання у тексті подавати за стилем APA (American Psychological Association style), наприклад, (Петров, 2018); якщо зазначається сторінка джерела, то вона подається через двокрапку, наприклад, (Петров, 2018: 120).

7. Таблиці, схеми, рисунки, діаграми розміщуються в центрі сторінки безпосередньо після посилання на них у тексті статті. Слово «Таблиця» та її номер пишуться курсивом зверху вирівняно справа, а рядком нижче вирівняно по центру – назва таблиці. Інші ілюстрації, теж нумеровані, підписуються знизу вирівняно по центру.

8. Формули подаються в окремому рядку вирівняно по центру, нумеруються арабськими цифрами в круглих дужках з правого боку сторінки.

9. Слово «ЛІТЕРАТУРА» пишеться великими літерами курсивом напівжирним шрифтом вирівняно по центру. Нижче подаються за алфавітом використані літературні джерела БЕЗ НУМЕРАЦІЇ. Література оформляється відповідно до вимог «ДСТУ 8302:2015». Кегль 12, інтервал 1,0.

10. Після викладу матеріалу статті подається інформація англійською мовою відповідно до пунктів 2, 3, 4.

ЗРАЗОК

УДК 81'25:82–5:811.111=811.161.2

СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Іван Петренко

кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,
Одеса, Україна
e-mail: ipetrenko@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0442-6837>

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено опису лінгвокультурних особливостей англomовних промов політиків, а також засобам їх відтворення в перекладах українською мовою. Тема дослідження є актуальною з позиції функціонально-комунікативного підходу...

Ключові слова: політичні промови, лінгвокультурні особливості, перекладацькі операції, адекватність перекладу.

Текст статті.

Вступ (критичний аналіз наукових джерел, актуальність, методи та матеріал дослідження).

Результати та дискусія.

Висновки.

ЛІТЕРАТУРА

Горбань Ю. А., Білик Ю. І., Дячук Л. В. та ін. Історія сучасного світу: соціально-політична історія XV–XX століть. Київ : Знання, 2007. 439 с.

METHODS OF REPRODUCING LINGUISTIC AND CULTURAL PECULIARITIES OF ENGLISH POLITICAL SPEECHES IN UKRAINIAN

Ivan Petrenko

Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Translation,
Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian
National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky»,
Odesa, Ukraine

e-mail: spetrenko@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0442-637>

SUMMARY

The article has been devoted to the description of linguistic and cultural peculiarities of English politicians and methods of their presentation in Ukrainian.

The problem of the research is urgent taking into consideration the functional and communicative approach...

Key words: *politicians' speeches, lingual and cultural peculiarities, translation operations, adequate translation.*

REFERENCES

Horban Iu. A., Bilyk Iu. I., Diachuk L. V. та ін. (2007). Istoriia suchasnoho svitu: sotsialnopolitychna istoriia XV–XX stolit [History of the modern world: social-political history of the XV–XX centuries]. Kyiv : Znannia. 439 p. [in Ukrainian]

До статті додаються:

Довідка про автора (авторів) на окремому аркуші: прізвище, ім'я та по батькові, місце роботи (для аспірантів — місце навчання), посада, науковий ступінь, учене звання, домашня адреса (індекс обов'язково), адреса електронної пошти, контактні телефони, поштова адреса (або адреса відділення «Нової пошти») для надсилання друкованого екземпляру журналу.

Текст статті та додаткові матеріали надсилати електронною поштою на електронну адресу zhmaeva@gmail.com (у темі листа вказати прізвище автора).

Грошовий переказ сплачується **після позитивного рішення редколегії про прийняття статті до друку**. Редакційна колегія

залишає за собою право перевіряти отримані статті на наявність плагіату, віддавати надіслані статті на додаткове рецензування, а також відхиляти ті з них, які не відповідають вимогам або науковим напрямкам журналу.

РЕДАКЦІЯ ЖУРНАЛУ НЕ НЕСЕ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ЗМІСТ СТАТЕЙ ТА МОЖЕ НЕ ПОДІЛЯТИ ДУМКУ АВТОРА!

Мови публікацій: українська, англійська, німецька, польська, китайська, корейська.

ЗМІСТ

Alexander I. Iliadi, Ilona M. Derik, Tetiana V. Stoianova

Phraseological equivalents and literary translation:
Chinese, English and the Slavonic languages. 5

Марина В. Аранакі

Теоретичні засади навчання стратегій спілкування
англійською мовою. 18

Наталія Г. Ареф'єва

Дощ при сонці в слов'янській фразеології. 31

Evelina V. Boeva, Iryna A. Zhaboryuk

Semantic-syntactical organization
of English advertising discourse. 47

Наталія І. Бойчук

Вплив інструментів штучного інтелекту
на вивчення англійської мови у ЗВО України. 61

Ольга В. Бойко

Лінгвокогнітивні основи апелятивності
рекламного дискурсу. 72

Тетяна В. Громко, Євгенія Громко

Європейський досвід латинської мови
в медичній освіті. 86

Наталія Ю. Іщук

Машинний переклад у дзеркалі філології:
точність, контекст, культура. 110

Alexander V. Ivanenko

To the origin of the oikonyms
fun(n)a, demerdzhi, luchistoye. 128

Kateryna M. Pylypiuk

Redewendungen in Englischen Technischen Texten. 142

Наталя В. Романова

Зіставна семантика кольоративів швейцарської
лінгвокультури першої половини XX століття. 158

Ярослав М. Шетеля

Аспекти вивчення германізмів
у мовленні українців закарпаття. 171

Наталя В. Стрюк, Єлизавета Ковальчук

Прагматичні особливості комунікативних стратегій
написів на одязі англійською мовою. 183

Вимоги до оформлення наукових праць,
що друкуються в «Науковому віснику
Південноукраїнського національного педагогічного
університету імені К. Д. Ушинського:
Лінгвістичні науки». 198

CONTENTS

<i>Alexander I. Iliadi, Ilona M. Derik, Tetiana V. Stoianova</i> Phraseological equivalents and literary translation: Chinese, English and the Slavonic languages.	5
<i>Maryna V. Arapaki</i> Theoretical foundations of teaching communication strategies in English.	18
<i>Natalia G. Arefieva</i> Rain in the sun in Slavic phraseology.	31
<i>Tvelina V. Boeva, Iryna A. Zhaboryuk</i> Semantic-syntactical organization of English advertising discourse.	47
<i>Natalia I. Boichuk</i> The impact of artificial intelligence tools on learning english in Ukraine.	61
<i>Olha V. Boiko</i> Linguistic and cognitive bases of advertising discourse appeal.	72
<i>Tetiana V. Hromko, Yevheniia Hromko</i> European experience of the Latin language in medical education.	86
<i>Nataliia Yu. Ishchuk</i> Machine translation in the mirror of philology: accuracy, context, culture.	110
<i>Alexander V. Ivanenko</i> To the origin of the oikonyms fun(n)a, demerdzhi, luchistoye.	128
<i>Kateryna M. Pylypiuk</i> Redewendungen in Englischen Technischen Texten.	142

Natalia V. Romanova

Comparative semantics of coloratives of Swiss linguistic
culture of the first half of the 20th century.158

Yaroslav M. Shetelya

Aspects of the study of Germanisms in the speech
of transcarpathian Ukrainians.171

Natalia V. Striuk, Yelyzaveta Kovalchuk

Pragmatic features of communicative strategies
of English inscriptions on clothing.183

Requirements to the content and structure
of the articles published in Scientific Research Issues
of South Ukrainian National Pedagogical University
named after K. D. Ushynsky.198

Українською та англійською мовами

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет вченою радою Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
Протокол № 17 від 26.06.2025 р.

Фахова реєстрація (категорія «Б»): Наказ МОН України № 1188
від 24 вересня 2020 року (спеціальність В11 — Філологія (за спеціалізаціями))

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 225 від 01.02.2024 року

Ідентифікатор медіа: R30-02642.

Суб'єкт у сфері друкованих медіа — Державний заклад
«Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського» (вул. Старопортофранківська, буд. 26, м. Одеса, 65020, pdpu@pdpu.edu.ua, тел. 048-752-98-10; 048-731-62-91).

Усі матеріали збірника представлені на сайті:
<https://www.lingstud.od.ua>

Відповідальний за випуск — **О. І. Іліаді**
e-mail: alexandr.iliadi@gmail.com

Формат 60x84/16. Гарнітура Newton.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 12,09.
Замов. № 0725/539. Наклад 100 прим.
Підписано до друку 27.06.2025 р.

Видавництво і друкарня — Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.