

**КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»**

В І С Н И К

**НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ВІННИЦЬКОГО ГУМАНІТАРНО - ПЕДАГОГІЧНОГО
КОЛЕДЖУ**



ВИПУСК № 2 (49)

Вінниця, 2025

ВІСНИК НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
Вінницького гуманітарно-педагогічного коледжу
РІШЕННЯ

Національної ради України
з питань телебачення та радіомовлення
щодо реєстрації суб'єкта друкованих медіа
№ 967 від 28 вересня 2023 року
Ідентифікатор медіа – R30-01367
Журнал

Журнал присвячений висвітленню широкого спектру теоретичних та прикладних проблем педагогіки, психології, окремих методик та філології, підтримує традиції інтеграції вишівської науки з практикою, сприяє поширенню досвіду наукової, науково-педагогічної та виробничої діяльності, становленню кадрів вищої кваліфікації; розрахований на спеціальну категорію читачів, зокрема педагогічних та науково-педагогічних працівників закладів вищої, середньої та дошкільної освіти, здобувачів освіти та молодих науковців.

Вісник заснований у січні 2012 року, виходить 3 рази на рік

Мова видання: українська, англійська

Тематичні напрями Вісника:

- Інтеграція науки та практики як механізм ефективного розвитку
- Педагогічні та лінгвістичні аспекти викладання
- Германістика та славістика у сучасному науковому просторі
- Психолого-педагогічні умови формування та розвитку особистості вихованця
- Лабораторія педагогічної майстерності та професійного саморозвитку педагога
- Дисемінація передового педагогічного досвіду
- Challenges in Education
- Відомі імена року
- Проби пера
- Конкурси
- Рецензії

Номер затверджено на засіданні Вченої ради
КЗВО «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»
Протокол № 11 від 15 травня 2025 року

Головний редактор: директор КЗВО «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж», спеціаліст вищої категорії, викладач-методист Войцехівський К.Ф.;
відповідальний редактор: методист коледжу, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, Руда Т.В., **медіа-редактор:** к.пед.н., доц. Марценюк О.Г.

Редакційна колегія: д.пед.н., проф. Мисліцька Н.А., д.філ.н. Войцехівська Н.К., к.філ.н., доц. Січкач С.А. (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини)

Відповідальність за зміст статей несуть автори
Матеріали видаються в авторській редакції

В 53 Вісник науково-методичних досліджень Вінницького гуманітарно-педагогічного коледжу : Випуск 2(49) /за заг. ред. К.Ф. Войцехівського. Вінниця : Твори, 2025. 165с.

© КЗВО «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж», 2025

ЗМІСТ

НОПЯТІККИ СУЧАСНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ

АСАУЛЕНКО АНАСТАСІЯ, СЕНСИТИВНІ ПЕРІОДИ РОЗВИТКУ	5
БАКЛАНСЬКА АЛІНА, ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГРИ ЯК ПРОВІДНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ.....	8
БЕВЗА ДІАНА, МЕТОДИ ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ У СУЧАСНІЙ РОДИНІ	11
ПОГРЕБНЯК ДІАНА, СУЧАСНІ ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У РОБОТІ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ	15
ЗАСТАВНІЮК ЛЮБОВ, ДИДАКТИЧНІ ІГРИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ УЯВЛЕНЬ У ДІТЕЙ РАНЬОГО ТА ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ...	19
ЗРАЛКО АННА, ІНТЕРАКТИВНІ ДИТЯЧІ СВЯТА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ШКОЛІ	23
ПЕТРИЧКО КАТЕРИНА, ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ НАРОДНОЇ МАТЕМАТИКИ В ДОШКІЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ	30
ПЛАХОТНА АЛЛА, РОЗВИТОК ПАМ'ЯТІ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ..	35
ПОСТУПАЙЛО АННА, ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ	39
БОГОЦЬКА ВАЛЕНТИНА, СЕГЕДА МИКОЛА, МОРАЛЬНЕ ВИХОВАННЯ ШКОЛЯРІВ ЗАСОБАМИ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА.....	44
СИВАК МАРИНА, РОЗВИТОК ЗДІБНОСТЕЙ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ.....	47
ПИЛЯВЕЦЬ ТЕТЯНА, РОЗВИТОК МОРАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ	51
СОРОЧАН КАРІНА, ПОЗАКЛАСНА РОБОТА В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОЇ МОТИВАЦІЇ УЧНІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ.....	56
ШАФАР ІВАННА, РОЛЬ СІМ'Ї У ПСИХОЛОГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ДИТИНИ ПІД ЧАС КРИЗОВИХ ПОДІЙ	62
ЯГНІЧ НАТАЛІЯ, ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ У СТАРШОМУ ДОШКІЛЬНОМУ ВІСІ.....	65

КУЛЬТУРА, ЛІТЕРАТУРА ТА ФІЛОЛОГІЯ У ДОСЛІДЖЕННЯХ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

МАРУСІНА ЮЛІЯ, ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРИ ТА КУЛЬТУРНОГО «БУМУ»	71
ГУМЕНЮК ІРИНА, КОЛИ ЛЮБОВ УБИВАЄ: ФЕМІНІСТИЧНИЙ І ПСИХОАНАЛІТИЧНИЙ ПОРТРЕТ РОМАНУ «КОХАННЯ» АНДЖЕЛИ КАРТЕР ..	74
ДОЛІШНЯ КАТЕРИНА, ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ З КОМПОНЕНТОМ FOOD В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	82

KOLIESNIKOVA IVANNA, SENTENCE AND QUASI-SENTENCES IN MODERN ENGLISH	88
ЛАСКОРУНЬСЬКА АНАСТАСІЯ, ЛЕКСИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ СЛЕНГУ: МІЖ КУЛЬТУРОЮ І МОВНОЮ ГРОЮ	94
ОШІВСЬКА ОЛЕНА, ВЛАСНІ НАЗВИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ	98
СКАЛЕЦЬКА СОФІЯ, ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ "ВІЙНА" В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПРО ВІЙНУ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І МЕДІЙНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ	105
СЛЮСАР МАРИНА, COEXISTENCE OF SOCIOLECTS AND REGIONAL DIALECTS IN ENGLISH-SPEAKING COUNTRIES	109
СОЛОМСЬКА ВІКТОРІЯ, STYLISTIC DEVICES IN DIGITAL JOURNALISM: EXPRESSIVE STRATEGIES IN ONLINE MEDIA TEXTS	114
ТИМОШЕНКО ВАДИМ, СИМФОНІЯ ВТРАТИ Й НАДІЇ: КУЛЬТУРНИЙ СИНТЕЗ У РОМАНІ “НОРВЕЗЬКИЙ ЛІС” ХАРУКІ МУРАКАМІ	117

ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ ТА ВИХОВАННЯ

ЗВІРИК ЛЮДМИЛА, НАВЧАННЯ БІГУ НА КОРОТКІ ДИСТАНЦІЇ	123
КЛАНЦАТА ВІКТОРІЯ, ІНТЕРАКТИВНІ ПЛАТФОРМИ ТА МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ФОНЕТИЧНИХ УМІНЬ ТА НАВИЧОК УЧНІВ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ	129
КОЗЮЛЬКО АНАСТАСІЯ, МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНИХ РИС ХАРАКТЕРУ ДІТЕЙ	135
ПРИСЯЖНЮК ДМИТРО, МАРТИНЮК ВІКТОР, БИСТРИЦЬКИЙ ОЛЕКСАНДР, ОЗДОРОВЧИЙ ЕФЕКТ ФІЗИЧНИХ ВПРАВ	140
КАСЬКО ОЛЕНА, STEM-ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ НАВИЧОК У ДІТЕЙ З АУТИЗМОМ	145
ПРИСЯЖНЮК ДМИТРО, МАРТИНЮК ВІКТОР, БИСТРИЦЬКИЙ ОЛЕКСАНДР, ВІДБІР ТА ОРІЄНТАЦІЯ У СИСТЕМІ СПОРТИВНОЇ ПІДГОТОВКИ ЛЕГКОАТЛЕТІВ	151
СТОРОЖУК НАТАЛЯ, КАСЬКО ТЕТЯНА, ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ САМОСТІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ З ХОРОВОГО ДИРИГУВАННЯ	156
СТРАТІЙЧУК НАТАЛІЯ, МУЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА ТВОРЧИЙ РОЗВИТОК	159

ВИМОГИ до підготовки науково-методичних статей Збірника «ВІСНИК НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ Вінницького гуманітарно-педагогічного коледжу»	166
---	-----

ЛЕКСИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ СЛЕНГУ: МІЖ КУЛЬТУРОЮ І МОВНОЮ ГРОЮ

УДК 811.111 '367

ЛАСКОРУНСЬКА АНАСТАСІЯ

здобувачка вищої освіти філологічного факультету

Науковий керівник: МАРЦЕНЮК О.Г.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри германської філології

Комунального закладу вищої освіти

«Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»

Abstract. *This paper examines the challenges of translating slang from English to Ukrainian, focusing on lexical transformations and the importance of preserving the original meaning, emotional tone, and cultural context. The study discusses the complexity of slang due to its context-dependent nature, its stylistic load, and its deep connection to the social and cultural identity of the speaker. The paper emphasizes the importance of considering cultural and social differences when translating slang, as well as the necessity of conveying both the emotional and social functions of the original expression. The study concludes by offering practical recommendations for translators dealing with slang and cultural adaptation.*

Актуальність теми. У сучасному глобалізованому світі мови взаємодіють дедалі тісніше, що створює нові виклики для перекладачів. Однією з найскладніших категорій для перекладу є сленг - лексика, яка найчастіше виникає у неформальних контекстах, має яскраве емоційне забарвлення та часто є маркером соціальної, вікової або професійної приналежності мовця. Переклад сленгу вимагає не лише високого рівня володіння обома мовами, а й глибокого розуміння культурного контексту, особливостей мовної гри, емоційної інтонації та соціальної функції вислову.

Мета дослідження - проаналізувати лексичні трансформації, що застосовуються при перекладі сленгу з англійської мови на українську, з

урахуванням стилістичних, семантичних та культурних аспектів.

Завдання дослідження: визначити поняття та особливості сленгу як мовного явища; охарактеризувати основні труднощі перекладу сленгу; класифікувати основні типи лексичних трансформацій; проаналізувати приклади перекладу сленгу в художній літературі, кінематографі та публіцистиці; запропонувати власні перекладацькі стратегії для ефективної передачі сленгових виразів.

Методи дослідження. У процесі роботи було застосовано комплекс методів: описовий, порівняльно-аналітичний, контекстуальний аналіз, метод суцільної вибірки для формування корпусу сленгових одиниць, а також елементи перекладацького експерименту.

Виклад основного матеріалу. Сленг - це форма неформальної мови, часто пов'язана з певними соціальними групами, субкультурами або професіями. Він зазвичай відрізняється від стандартної мови і часто використовується для встановлення ідентичності групи або передачі певного соціального статусу. Неформальний характер сленгу часто несе емоційні відтінки, що робить його ефективним інструментом для вираження почуттів або ідей.

Сленг можна класифікувати за різними ознаками: за походженням: народний, професійний, молодіжний, регіональний, жаргон; за функцією: номінативний (для позначення об'єктів), емоційний (для вираження почуттів) та соціальний (для створення групової ідентичності); за вживанням: загальний сленг (використовуваний широкою аудиторією) та спеціалізований сленг (використовуваний певними субкультурами чи професіями).

У сучасному молодіжному сленгу «fam» (сім'я) використовують для позначення близьких друзів, а «lit» (захоплюючий, неймовірний) для опису чогось веселого або захоплюючого. Сленг виконує кілька функцій у сучасній мові. Однією з важливих функцій є створення ідентичності, коли мовці використовують сленг для сигналізування про свою належність до певної групи чи субкультури. Іншою функцією є вираження емоцій, оскільки сленг часто передає почуття більш безпосередньо, ніж офіційна мова. Сленг є потужним інструментом для створення почуття приналежності та солідарності серед тих, хто його використовує.

Фраза «That's sick!» (що означає «це вражаюче») у молодіжній субкультурі слугує для підтвердження приналежності до цієї групи, а також для вираження захоплення чи хвилювання.

Сленг також відіграє важливу роль у неформальній комунікації. Він дозволяє людям зближуватися, ділитися досвідом і створювати відчуття єдності групи. Однак сленг також може створювати бар'єри, оскільки його можуть не зрозуміти сторонні особи або ті, хто не знайомий з соціальним контекстом, у якому він використовується.

Термін «savage» (той, хто діє без огляду на наслідки) може бути зрозумілим по-різному в різних контекстах — в неформальній бесіді це може бути компліментом, а в офіційній обстановці — виглядати образливо.

Психолінгвістичний аспект сприйняття сленгу: Сленг часто несе сильний емоційний вплив, і його використання може змінювати сприйняття повідомлення. Психолінгвістично сленг може зробити розмову більш живою, неформальною та захопливою. Його часто використовують для вираження почуттів, які важко передати через офіційну мову. Емоційна насиченість сленгу також робить його більш запам'ятовуваним і переконливим.

Використання слова «cool» в реченні, наприклад «That's so cool!» (Це так круто!), може передати захоплення та ентузіазм. Це слово має неформальний, підбадьорливий відтінок, що робить мовця більш позитивним і відкритим.

Проблематика перекладу сленгу. Переклад сленгу є однією з найбільш складних і водночас захопливих проблем у практиці перекладу. Зокрема, це

пов'язано з його контекстуальною залежністю, стилістичною навантаженістю та культурною специфікою, що вимагає від перекладача особливої уважності до нюансів мови та її соціальних функцій.

Контекстуальна залежність. Сленг, як правило, є невід'ємною частиною мовної ситуації, в якій його вживають. Термін, що в одній ситуації може нести певне значення, в іншій обставині може набувати зовсім іншого сенсу.

Оскільки сленг часто тісно пов'язаний з конкретними соціальними групами, професійними спільнотами чи культурними традиціями, він є надзвичайно контекстуальним. Перекладач, передаючи сленгові вирази, мусить ретельно враховувати всі деталі контексту, щоб не тільки зберегти значення, але й зберегти атмосферу та стиль мовлення оригіналу.

Приклад 1: «You're so extra!» – у молодіжному сленгу це означає, що людина поводиться надмірно, перебільшує свої емоції або дії, намагаючись привернути увагу. Переклад: «Ти так перебільшуєш!» або «Ти такий надмірний!» (Залежно від контексту, фраза може бути як жартівливою, так і критичною).

Приклад 2: «I'm dead» – в англійському сленгу ця фраза може вживатися, коли щось здається дуже смішним або дивним, мовно підкреслюючи враження від побаченого чи почутого. Переклад: «Я помер від сміху» або «Я помер». Залежно від контексту, в перекладі важливо передати емоційну інтенсивність цієї фрази.

Стилістична завантаженість. Сленг має сильну стилістичну навантаженість,

що зумовлена його соціальним, емоційним та культурним забарвленням. Перекладач, стикаючись із сленговими одиницями, зобов'язаний не лише передавати лексичне значення, але й зберігати їхній тон, емоційну експресивність, а іноді й специфічну соціальну та культурну належність. Порушення цієї тональності може призвести до втрати автентичності тексту. Переклад, який не відображає стилістичних рис оригіналу, ризикує перетворити живу і яскраву мову на нудний та формальний текст.

Приклад 1: «That's sick!» – у сленговому вживанні це означає «це неймовірно», «це класно». Переклад: «Це круто!» або «Це шикарно!» (в залежності від емоційного забарвлення ситуації переклад може бути різним, але зберігати неформальний стиль є важливим).

Приклад 2: «Yo, what's up?» – неформальне привітання, що часто використовується серед молоді. Переклад: «Йо, як справи?» або «Що нового?» (Важливо зберегти неформальність і близькість у спілкуванні, навіть якщо це звучить трохи по-іншому в українському контексті).

Культурна специфіка. Однією з найбільших проблем у перекладі сленгу є культурна специфіка. Сленгові вирази часто мають корені в культурних, історичних чи соціальних особливостях мови, в якій вони були створені. Перекладач, перенісши їх у іншу мовну систему, може зіткнутися з труднощами в передачі їхнього точного значення та емоційної забарвленості. Кожен сленговий термін містить у собі шматок культури і соціального досвіду, тому

переклад такого сленгу потребує особливої адаптації, врахування культурних відмінностей та інтерпретації значення.

Приклад 1: «Fanny pack» – в американському сленгу це маленька сумка, яку носять на поясі. Переклад: «Сумка на пояс» або «Поясна сумка» (У даному випадку важливо зберегти точність і при цьому дотримуватись зрозумілої для українського читача форми).

Приклад 2: «The Big Apple» – це сленгове позначення Нью-Йорка, яке є дуже популярним у США. Переклад: «Велике Яблуко» або «Нью-Йорк» (У деяких випадках можна зберегти оригінальний вираз як метафору, але у більш загальних контекстах використовувати звичайний переклад).

Збереження мовного колориту. Однією з найважливіших завдань при перекладі сленгу є збереження мовного колориту оригіналу, тобто того специфічного забарвлення, яке надається мовним одиницям через їх зв'язок із культурними, соціальними та емоційними контекстами. Мовний колорит дозволяє відобразити не лише зміст, а й атмосферу, інтонацію та стиль мови. У випадку з перекладом сленгу, збереження цього колориту є особливо важливим, оскільки сленг часто несе в собі частину ідентичності мовця, його соціального статусу та емоційної налаштованості.

Перекладач, працюючи зі сленговими виразами, стикається з необхідністю виявлення аналогічних емоційних, соціальних та культурних відтінків у цільовій мові. Важливо, щоб переклад не лише передавав значення, але й зберігав

тон, темп та соціальний контекст оригіналу.

Приклад: «That's dope!» – вираз, що означає «це круто», «це класно», часто вживається серед молоді. (Молодіжний стиль в українській мові може мати свої варіанти сленгових виразів, і вибір перекладу залежатиме від контексту та емоційного забарвлення). У цьому контексті сленг є важливою частиною ідентичності мовної спільноти, тому збереження цього колориту є основною метою перекладу.

Для власного дослідження було обрано корпус сленгових одиниць, що використовуються у популярній англomовній літературі, а також у сучасному кіно та телебаченні. З метою аналізу було взято кілька прикладів з художніх творів та фільмів, в яких активно використовуються сленгові вирази. Основною метою дослідження було оцінити ефективність застосованих лексичних трансформацій під час перекладу сленгу, а також виявити стратегії, що дозволяють зберігати як семантичне, так і стилістичне забарвлення оригіналу.

Приклад 1: «Gimme a break!» – у контексті англomовної літератури цей вираз може означати прохання припинити надмірну критику чи вимоги. Переклад: «Дай мені перепочинок!» або «Залиш мене в спокої!» – обидва варіанти зберігають емоційну інтенсивність оригіналу, але в українському контексті варіанти можуть варіюватися.

Приклад 2: «Hit me up» – це сленговий вираз, який означає «зателефонуй мені» або «звернися до мене». Переклад: «Напиши мені!» або

«Зателефонуй!» (переклад залежить від контексту та специфіки ситуації, що може змінювати емоційну забарвленість).

Аналіз корпусу показав, що найефективніші стратегії перекладу сленгу включають не лише прямий переклад, а й адаптацію з урахуванням культурних і соціальних відмінностей між мовами.

Висновки. Переклад сленгу є складним і багатогранним процесом, що вимагає не лише мовної компетенції, але й глибокого розуміння соціокультурного контексту оригіналу. Вивчення різних типів лексичних трансформацій, що використовуються при перекладі сленгу, показало, що найбільші труднощі виникають через контекстуальну залежність виразів, їх стилістичну

навантаженість та культурну специфіку. У процесі перекладу важливо не лише передавати зміст сленгу, а й зберігати його емоційну та соціальну функцію. Використання таких стратегій, як компенсація, заміна та адаптація, дозволяє зберегти живу атмосферу оригіналу в цільовому тексті. Проте кожен з цих підходів має свої переваги та обмеження, і вибір оптимальної стратегії залежить від конкретної ситуації, а також від цільової аудиторії.

Перекладач, що працює зі сленгом, повинен не лише бути компетентним у мовних питаннях, а й мати чуття до тонких культурних і соціальних нюансів. Це дозволить не тільки точно передати значення, але й зберегти мовний колорит, який надає оригіналу особливу виразність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бейкер, Мона. In Other Words: A Coursebook on Translation. Routledge, 2018.
2. Venuti, Lawrence. The Translator's Invisibility: A History of Translation. Routledge, 1995.
3. Hatim, Basil & Mason, Ian. Discourse and the Translator. Longman, 1990.

*Стаття надійшла до редакції
13 травня 2025р*

ВЛАСНІ НАЗВИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ

УДК 811.111:659.1]:81'373.2

ОШІВСЬКА ОЛЕНА

здобувачка вищої освіти філологічного факультету

Науковий керівник: МАРЦЕНЮК О.Г.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри германської філології

Комунального закладу вищої освіти

«Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»

Анотація: Стаття присвячена дослідженню особливостей використання власних назв в англомовних рекламних текстах та визначенню їхньої ролі у формуванні іміджу бренду й впливу на сприйняття споживачів. Розглянуто теоретичні засади