

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗАСОБИ ВПЛИВУ

**В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН:
ПРАГМАСЕМАНТИЧНИЙ І ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ**

Виконала	студентка групи ГФ-314м Підгорна Тетяна Юріївна
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Керівник	д. філол. н., проф. Приходько А. М.

Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»
Ступінь вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 035 «Філологія»
Освітня програма (спеціалізація) 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
В. о. завідувача кафедри
доц. Н. М. Жукова

« ____ » грудня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Підгорної Тетяни Юрївни

1. Тема кваліфікаційної роботи: **ЗАСОБИ ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН: ПРАГМАСЕМАНТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ**

керівник кваліфікаційної роботи Приходько Анатолій Миколайович, д. філол. н., професор, професор кафедри «Іноземна філологія та переклад»

затверджена наказом закладу вищої освіти від «13» листопада 2025 р. № 508

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи: 18 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані кваліфікаційної роботи: теоретичні та критичні праці вітчизняних та зарубіжних дослідників (І. Єрофєєвої, Б. Колодій, К. С. Кургана, Н. О. Поліщук, Г. Л. Сарміної, Д. Сизонова, Л. Шевченко, С. Коулмана, К. Міллер, Р. Росса та інших), а також словники та тексти за тематикою роботи (тексти сфери блокчейн технологій).

4. ЗМІСТ розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їй належить розробити): 1. Медіатекст, його сутність та типологія. 2. Специфіка та функціональне призначення текстів блокчейн технологій. 3. Вербальні складові медіатексту. 4. Позамовні засоби впливу у медіатексті. 5. Перекладацькі труднощі та способи відтворення англомовних текстів сфери блокчейн технологій українською

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 10 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Приходько А. М., д. філол. н., проф.		
II	Приходько А. М., д. філол. н., проф.		
III	Приходько А. М., д. філол. н., проф.		
Нормоконтроль	Лещенко Г. А., к. філол. н., доцент		

7. Дата видачі завдання «11» вересня 2025 року.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	вересень 2025	виконано
2.	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу	вересень 2025	виконано
3.	Складання календарного плану кваліфікаційної роботи	вересень 2025	виконано
4.	Збирання матеріалу	вересень 2025	виконано
5.	Підготовка розділу 1	жовтень 2025	виконано
6.	Підготовка розділу 2	жовтень 2025	виконано
7.	Підготовка розділу 3	листопад 2025	виконано
8.	Написання вступу і загальних висновків роботи	листопад 2025	виконано
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано
10.	Проходження нормоконтролю	грудень 2025	виконано
11.	Рецензування кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано
12.	Захист кваліфікаційної роботи	грудень 2025	виконано

Студентка

Підгорна Т. Ю.

Керівник проєкту (роботи)

Приходько А. М.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 123 с., 10 рис., 2 додатка, 88 джерел.

Об'єкт дослідження – медіатексти сфери блокчейн технологій.

Мета роботи – дослідити медіатексти сфери блокчейн технологій з точки зору їх лінгвопрагматичного потенціалу й проаналізувати основні перекладацькі виклики, що з цим пов'язані.

Методи дослідження – системно-функціональний метод; метод компонентного аналізу; методи семантичного та контекстуально-інтерпретаційного аналізів; метод стилістичного аналізу; метод словникових дефініцій; метод перекладацького аналізу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглядається теоретико-методологічне підґрунтя вивчення текстів блокчейн технологій як медіатекстів нового зразку. Приділяється особлива увага визначенню ключових понять, окреслюються основні характеристики медіатекстів та специфіка текстів сфери блокчейн технологій. Також приділяється увага питанню прагматики текстів та основним засобам впливу, пояснюється методологія запланованого дослідження. Другий розділ фокусується на безпосередньому аналізі англійських текстів блокчейн – їх вербальних та невербальних характеристиках, що мають прагматичний потенціал. Наведені приклади ілюструють вагомість зазначених характеристик для реалізації прагматичних настанов авторів досліджуваних текстів. Останній підрозділ роботи описує труднощі відтворення лінгвопрагматичного потенціалу при перекладі англійських текстів блокчейн українською.

ЛІНГВОПРАГМАТИКА, ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, МЕТОДИКА,
БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЇ, МОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПОЗАМОВНІ
ЗАСОБИ, СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ

ЗМІСТ

Завдання на роботу	
Реферат	6
ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕКСТИ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ ЯК НОВИЙ ЗРАЗОК МЕДІАТЕКСТУ.....	10
1.1. Медіатекст, його сутність та типологія	10
1.2. Тексти сфери блокчейн-технологій: історія розвитку сфери та жанрова специфіка текстів	17
1.3. Прагматика тексту та типи впливу.....	22
1.4. Етапи та методика дослідження	26
РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ В МЕДІАТЕКСТАХ БЛОКЧЕЙН-ІНДУСТРІЇ	31
2.1. Лексичні та морфологічні ознаки медіатекстів сфери блокчейн ...	31
2.2. Синтаксичні характеристики медіатекстів сфери блокчейн	39
2.3. Стилiстичні засоби впливу медіатекстів сфери блокчейн	44
2.4. Невербальні засоби впливу та їх прагматичний потенціал	49
РОЗДІЛ 3. ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МЕДІАТЕКСТІВ БЛОКЧЕЙН-ІНДУСТРІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ.....	58
3.1. Труднощі перекладу медіатекстів блокчейн-технологій	58
3.2. Шляхи і способи відтворення прагматичних настанов англомовних текстів блокчейн-технологій українською мовою	61
ВИСНОВКИ.....	73
SUMMARY	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	91
Додаток А. Глосарій термінів.....	91
Додаток Б. Публікації за темою роботи.....	106

ВСТУП

Друга половина ХХ – початок ХХІ століття характеризуються бурхливим розвитком засобів масової комунікації та нових інформаційних технологій. Динамічний розвиток традиційних ЗМІ та поширення впливу інтернету сприяли формуванню єдиного інформаційного середовища, зітканого з поєднання багатьох медіапотоків. Інтернет і пов'язані з ним технології набувають статусу провідного засобу масової комунікації, важливого інформаційного ресурсу, що забезпечує функціонування та поширення великих інформаційних масивів.

Як результат, на сьогоднішній день, медіа є невід'ємною складовою нашої буденності і виконує чи не найважливішу роль у встановленні, налагодженні та поліпшенні ділових відносин. Не винятком є і сфера блокчейн-технологій, яка зосереджується, перш за все, на операціях з криптовалютами, але займається також і проблемами безпечного збереження даних з багатьох інших цілей. Недивним є те, що згадана вище сфера – безпосередньо пов'язана з різноманітними технологічними інноваціями – спирається на медіа комунікацію як на основний засіб поширення інформації та впливу на потенційних користувачів послуг. Продуктом медіа комунікації є медіа тексти, і в сучасному світі ми кожен день зустрічаємося з ними в тому чи іншому їхньому прояві.

Саме тому вважаємо доречним дослідити вербальні та невербальні засоби впливу в англійських медіатекстах сфери блокчейн-технологій, а також труднощі та способи їх трансляції з однієї мови на іншу.

Питання медіатекстів, медіадискурсу та медіапростору в цілому досить активно розроблялися як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками. Так, можна відзначити роботи Г. Сарміної [Сарміна 2016; 2017], присвячені питанням кросмедійності; підручник Д. Сизонова та Л. Шевченко з теорії медіа лінгвістики [Сизонов та ін. 2017]; дослідження К. С. Курган, в якому розглядається проблема типології медіа текстів [Курган 2012], та робота

А. Баранецької з емоційно-експресивного насичення медіатекстів [Баранецька 2016]; дисертація Н. О. Поліщук на тему термінологіки у газетному просторі [Поліщук 2019]; наукова робота С. Коулмана та Р. Росса з медіа дискурсу [Coleman, Ross 2010]; робота К. Міллер, присвячена теорії комунікації [Miller 2005]; а також багато інших доробок як зі сфери лінгвістики, так і роботи більш журналістської тематики. Однак, оскільки медіа простір розвивається надзвичайно швидко неможливо розкрити всі нюанси та характеристики, і тому питання вивчення медіатекстів все ще залишається відкритим та **актуальним**. Те ж саме можна сказати і про розгляд цих текстів з точки зору перекладознавства – аспект, який є ще менш розробленим.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми кафедри іноземної філології та перекладу Національного університету «Запорізька політехніка» № 06124 «Лінгвосеміотичні параметри міжкультурної комунікації». Тема роботи затверджена наказом ректора № 508 від 13 листопада 2025 р.

Безпосереднім **об'єктом** дослідження у нашій роботі є медіатексти сфери блокчейн-технологій.

Предметом аналізу є вербальні та невербальні засоби впливу, що застосовуються у зазначених текстах, а також способи їх передачі при перекладі з однієї мови на іншу.

Метою роботи є дослідити медіатексти сфери блокчейн-технологій з точки зору їх лінгвопрагматичного потенціалу й проаналізувати основні перекладацькі виклики, що з цим пов'язані.

Мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- окреслити теоретико-методологічні засади вивчення медіатекстів;
- встановити основні властивості текстів сфери блокчейн-технологій та специфіку їх функціонування;

- визначити основні мовні та позамовні лінгвопрагматичні засоби текстів сфери блокчейн-технологій;
- виявити основні перекладацькі проблеми при роботі з текстами блокчейн-технологій та знайти шляхи їх подолання.

Матеріалом роботи слугують англомовні тексти сфери блокчейн-технологій різних жанрів (інтернет-статті, блоги, пости, реклама, виступи на різних заходах тощо) та переклади деяких з них українською мовою (див. ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ).

У процесі аналізу було застосовано такі **методи дослідження**: *системно-функціональний метод* (для вивчення функціонування мовних одиниць у текстах сфери блокчейн-технологій); *метод компонентного аналізу* (для встановлення структури плану змісту лексико-семантичних одиниць); *методи семантичного та контекстуально-інтерпретаційного аналізів* (для визначення та пояснення прагматичного потенціалу обраних для дослідження одиниць); *метод стилістичного аналізу* (для вивчення стилістичних особливостей аналізованих текстів і використаних стилістичних прийомів); *метод словникових дефініцій* (для дослідження специфіки функціонування лінгвальних одиниць); *метод перекладацького аналізу* (для виявлення ключових перекладацьких проблем та визначення адекватних способів перекладу).

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що її результати доповнюють існуючі доробки з медіалінгвістики та сприяють більш глибокому вивченню специфіки текстів сфери блокчейн-технологій, зокрема з точки зору їх лінгвопрагматичного потенціалу та пов'язаних з ним перекладацьких викликів.

Практичне значення дослідження полягає, перш за все, в можливості застосування його результатів на практиці при роботі з текстами сфери блокчейн-технологій. Окрім того, методологію даного дослідження можна використовувати при аналізі текстів інших типів та функціональних стилів, а

також при підготовці практичних занять з практики перекладу, укладанні словників, написанні дипломів та курсових робіт.

Апробація роботи. Результати дослідження були представлені на щорічній університетській конференції «Тиждень науки-2025» та I Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми дискурсології, перекладознавства та методики викладання» (21 листопада 2025 р.) із подальшою публікацією тез [Костенко, Підгорна 2025; Підгорна, Приходько 2025]; а також апробовані у фаховій статті на тему «Тексти сфери блокчейн технологій як новий зразок медіатексту» [Костенко, Підгорна, Підгорна 2025].

Структуру роботи зумовлено науковою логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (88 найменувань) та додатків. Робота викладена на 123 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕКСТИ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ

ЯК НОВИЙ ЗРАЗОК МЕДІАТЕКСТУ

1.1. Медіатекст, його сутність і типологія

Комунікація пронизує наше суспільство. Тому важко уявити сучасне суспільство без активної мовленнєвої взаємодії між його представниками. При найбільшому узагальненні спілкування можна розглядати лише як обмін інформацією. Але все ж таки сучасний рівень комунікації рідко обмежується лише функцією донесення змісту. Не можна забувати і про інші функції – естетичну, емотивну, оцінну і особливо прагматичну, яка часто виходить на перший план.

Комунікація може бути представлена різними видами. Дослідники виділяють: міжособистісну (інтерперсональну), групову (у малих або великих групах), міжгрупову, масову, публічну та віртуальну комунікацію [Саврасова-В'юн 2024, с. 108]. Кожен з цих видів спілкування має свої властивості, що обумовлені метою комунікації, її учасниками та сферою функціонування.

Доречним також, у контексті нашого дослідження, розглянути сім моделей або традицій спілкування [Theorizing Communication 2007, с. 73]:

1. Риторична модель: стосується насамперед комунікації як дискурсу, і, як правило, стосується міжособистісних комунікативних актів «один-на-один» або «один-на-кількох». Риторичний підхід до спілкування може розглядати, хто з ким розмовляв, у якому контексті та з якою метою.

2. Семіотична модель: розглядає комунікацію, в першу чергу, як обмін знаками в системі формування сенсу.

3. Феноменологічна модель: стосується спілкування як досвіду. Феноменологічний підхід може охоплювати як міжособистісні, так і масові

комунікації, а також може розглядати об'єкти чи ідеї як місця формування сенсу.

4. Кібернетична модель: розглядає комунікацію як потік інформації. Це не лише потік інформації, що надсилається з пункту «А» у пункт «Б». Ця модель також намагається врахувати фактори, які впливають на цей потік інформації та обмежують його, зокрема соціальні фактори (звичаї та етикет), технологічні фактори (доступ до каналу та доступність), політичні фактори (наприклад, регулювання) тощо.

5. Психологічна або соціально-психологічна модель: впливає з назви і пов'язана з впливом комунікативних актів на індивіда, зокрема на його відчуття себе в суспільстві. Ця модель розглядає комунікацію у вигляді певного індивідуального вибору, зробленого з метою максимізації користі для особи чи групи.

6. Соціокультурна модель: розглядає комунікацію як спосіб копіювання та зміцнення (і кидання виклику) соціальному порядку. Цей підхід передбачає, що люди в суспільстві мають моделі того, як це суспільство повинно діяти та спілкуватися.

7. Критична модель: розглядає спілкування як набір припущень, які відкриті для оскарження та переговорів; ця модель має сильні зв'язки з соціокультурною традицією.

На будь-яку комунікативну практику можна дивитися через призму однієї чи кількох із цих моделей. Такий розгляд під різним кутом може надавати інформацію про саму комунікацію, уможлилювати конструювання та реконструювання її значення, пояснювати, як ця комунікація та її учасники вписуються в соціокультурний контекст. При розгляді медіатекстів сфери блокчейн-технологій (далі – СБТ) вважаємо доречним використання всіх з цих моделей, але можливо з різним ступенем глибини.

Говорячи про медіа лінгвістику як про окрему наукову галузь, відмітимо, що вона виділилася в окрему дисципліну у кінці ХХ століття, коли склалися всі необхідні умови для формування накопичених знань і досвіду вивчення медіа мови. Медіалінгвістика пропонує комплексний системний підхід до вивчення мови ЗМІ. Такого особливого підходу до аналізу вимагають основні ознаки медіатексту та його особливості, такі як ідеологія, медіа, відкритість інтерпретацій, мотивація, орієнтація на масову аудиторію, гіпертекстуальність та інтертекстуальність.

Унікальність і багатоаспектність, а разом із цим – складність, дослідження медіатекстів полягаю у специфіці та варіативності їх реалізації. Перш за все, ці тексти відрізняються численністю цілей, з якими вони можуть створюватися – починаючи від інформативної і закінчуючи розважальною або освітньою. Прагматика цих текстів також часто виходить на перший план, адже багато з медіатекстів спрямовані на переконання реципієнтів, а іноді навіть прагнуть нав'язати певну думку чи погляд на проблему або ситуацію. Це пояснюється різноманіттям жанрів, якими можуть бути репрезентовані медіатексти – тексти журналістики, реклами та PR-тексти, випуски новин, виступи політиків, коментарі та думки експертів, розважальні шоу та багато іншого. Кожен з цих жанрів має свої специфічні особливості і цілі комунікації, розставляє свої акценти і використовує свій набір засобів.

Звичайно можна розглядати медіатекст і як текст в універсальному, класичному розумінні цього поняття, в парадигмі традиційних категорій тексту, таких як зв'язність, цілісність, виразність, розмежованість, структурність тощо. Однак, все ж таки найчастіше дослідники відзначають його унікальність і говорять про новий вид тексту, «інтегративне утворення, витвір масово-інформаційної діяльності та масової комунікації, що має на меті вплинути та переконати» [Курган 2012, с. 395]. Медіатекст є унікальним за синтезом звукового і видимого, текст найвищої семіотичної складності, в якому

вербальна інформація супроводжується графічними зображеннями, звуком та відео. При цьому вербальна інформація може бути зведена до мінімуму або відсутня (наприклад, без формату коментарів). Як результат, дослідники говорять про створення у медіатекстах, так званої, «вербально-візуальної дійсності» [Вжещ 2014, с. 26]. До невербальних засобів донесення інформації реципієнту можна відносити не лише зображення, а навіть колір фону повідомлення, що може нести певне символічне значення.

Таким чином, при перенесенні класичного тексту в сферу мас-медіа текст набуває нових семантичних відтінків і медійних доповнень, набуває розширеного тлумачення і – як наслідок – виходить за межі знакової системи мови, наближаючись до семіотичного розуміння тексту. Медіатекст – це «новий продукт комунікації», «комунікаційний конгломерат», особливістю якого є те, що він може бути включений до різноманітних медіаструктур (вербального, візуального, звукового, мультимедійного планів) та різноманітних засобів масмедіа (періодика, радіо, телебачення, Інтернет, мобільний і супутниковий зв'язок) [Semiotics of Media Text Translation 2022, с. 499].

Медіатексти можуть конструювати власну реальність, в якій живе сучасна людина; моделювати ідеологічну картину світу; створювати інформаційні паттерни реальності, які характеризуються не лише прагненням до документальності чи реальності, а й до зображення художнього або навіть віртуального світу. При цьому відмітимо відсутність якихось перешкод для доступу до цієї реальності, що створюється медіа текстами. Безконтрольність та відсутність цензури, економічна та технічна доступність, швидкість постачання інформації, інтерактивність та глобальність [Лоза 2022, с. 19–20] є тими характеристиками інтернету і, разом з ним, медіатекстів, що уможлиблюють їх всеосяжний і беззаперечний вплив.

Досить часто медіатексти можуть бути вторинними, тобто вони використовують, систематизують, скорочують, переробляють і уточнюють усі

інші типи текстів, які є первинними. Отже, медіатексти існують як гіпертексти або інтертексти в поєднанні з іншими текстами, навіть якщо останні не цитуються явно. Маючи адресата, медіатексти не обов'язково мають завершеність, оскільки повідомляють однаковий зміст, хоча й у різних комбінаціях і модальностях. Таким чином може спостерігатися певна семантична незавершеність та відкритість до численних інтерпретацій.

Численні гіперпосилання є ще однією характеристикою і тим, що може пояснювати згадану вище семантичну незавершеність. Постійне і нескінченне посилання текстів один на одного й постійне цитування робить медіатексти лише ланкою в передачі інформації. Виробництво «на потоці», одноразовість, невідтворюваність і, як наслідок, стандартизація, миттєва, швидкоплинна інформація, яка, на думку деяких дослідників, виводить масову інформацію за межі культури у сферу субкультури, масової культури, чії цінності орієнтовані на товари та послуги примітивного споживання [Поліщук 2019].

Наступною помітною відмінністю медіатексту можна вважати його креолізований характер, іншими словами – злиття вербальної та візуальної інформації, використання різних кодів [Erofeeva, Ushnikova 2017]. Креолізовані тексти можуть бути двох різних типів. У першій групі вербальні та іконічні компоненти переходять на реляційний рівень, де вербальна частина є відносно автономною, а візуальні елементи тексту є необов'язковими та можуть бути видалені без суттєвого впливу на розуміння змісту усного повідомлення. Таке поєднання часто зустрічається в газетних, науково-популярних і художніх текстах. Для другої групи характерна велика згуртованість та злиття компонентів, що проявляється в текстах із повною креолізацією, в яких між вербальним і іконічним компонентами встановлюються субординаційні зв'язки, де словесний текст залежить від візуального, а саме зображення функціонує як необхідний елемент тексту. Такі залежності та відносини часто спостерігаються в рекламі [Nöth 1990]. Знакова складова тексту може бути представлена

ілюстраціями (фото, малюнками), схемами, таблицями, символічними зображеннями, формулами тощо. Корисність того чи іншого виду спілкування визначається комунікативним завданням і функціональним призначенням усього тексту.

Таким чином, згадані вище «вторинність» інформації, полікодування (що реалізується через інтертекстуальність та гіперпосилання), поліфункціональність, візуальність (невербальність) подачі інформації – все це вирізняє медіатексти з-поміж інших, але не спрощує процес їх вивчення. До труднощів можна додати ще й такі особливості як колективний автор, масовий адресат або культурна спрямованість. Так, наприклад, PR-текст може бути відображенням корпоративної думки. Таке явище в текстології називають надособистісним або прихованим авторством. Проте авторство може бути явним, коли, наприклад, перша особа самостійно складає текст. Однак, у будь-якому випадку роль відіграє не авторство, а ініціатива, яка йде від компанії – текст поширюється в ЗМІ, і багато людей (очевидно, залежно від тиражу) опосередковано контактують з компанією чи організацією.

Серед власне лінгвостилістичних особливостей медіатексту, що відрізняють його в цілому від мови інших функціональних стилів, можна назвати: високий ступінь стандартизації використовуваних засобів; виразність мови для привернення уваги читача; насиченість різноманітними реаліями (соціально-політичного та культурного життя), алюзіями та цитатами; широке використання образної мови та ідіоматичної лексики, зокрема каламбурів, прислів'їв та ідіом; використання інших стилістичних засобів і ідіом, таких як перебільшення, образні порівняння, метафори, метонімії, паронімічні засоби, алегорії, евфемізми, знакові системи та ін.

Отже, з огляду на все вищевказане стає зрозумілим, чому коли постає питання типологізації медіатекстів, складно надати єдину класифікацію. Тому в різноманітних дослідженнях пропонують варіанти типологізації текстів

масмедіа з огляду на різні параметри диференціації. К. С. Курган узагальнює ці варіанти таки чином:

- авторські / колегіальні;
- за формою створення і відтворення;
- за каналом розповсюдження – друковані ЗМІ, радіо- чи телетексти, Інтернет-тексти;
- інформаційні / аналітичні / художньо-публіцистичні / рекламні [Курган 2012, с. 396].

Стає зрозумілим, що типологічні різновиди залежать від фокусу дослідника, і що узагальнені вище типології відбивають тією чи іншою мірою різноманітні характеристики медіатекстів, які описувалися у цьому підрозділі.

Отже, з появою та розвитком інформаційних технологій сформувався новий вид тексту, який унікальний своїм синтезом звукового і видимого, в якому вербальна інформація супроводжується графічним оформленням, звуком, відео; в якому вербальна інформація може бути зведена до мінімуму або взагалі відсутня. Знакова складова тексту може бути ефективно представлена ілюстраціями (фото, малюнками), схемами, таблицями, символічними зображеннями, формулами тощо. Досягненням є те, що візуальні компоненти пов'язані на семантичному, семантико-композиційному і семантико-мовному рівнях. Вибір того чи іншого виду медіаспілкування визначається комунікативним завданням і функціональним призначенням усього тексту. Різні жанри медіатекстів характеризуються різним співвідношенням і вираженням елементів комунікації та ефекту, різною часткою інформації та експресивністю.

1.2. Тексти сфери блокчейн-технологій: історія розвитку сфери та жанрова специфіка текстів

Ідея блокчейн-технології була вперше представлена в 1991 році двома вченими-дослідниками Стюартом Хабером і В. Скоттом Сторнеттою. Вони впровадили рішення для запобігання датування даних і документів заднім числом або їх спотворення, оскільки на них стоїть відповідна позначка часу. Блокчейн – це ланцюжок блоків, які містять інформацію. Коли надходять нові дані, вони вносяться у свіжий блок. Щойно блок заповнюється даними, він приєднується до попереднього блоку. Таким чином, дані з'єднуються у хронологічному порядку. Блокчейн-технологія стала своєрідним обчислювально-практичним криптографічним рішенням для тимчасового маркування цифрових документів та даних, що зберігаються в мережі. У 1992 році в конструкцію були додані дерева Меркла, що зробило її ефективнішою та дозволило збирати кілька документів в один блок. Однак, ця технологія не використовувалася, а патент втратив чинність у 2004 році, за чотири роки до появи криптовалюти *Bitcoin*.

Але пізніше саме блокчейни, такі як *Bitcoin*, *Ethereum*, *Solana*, *BNB Smart Chain*, *Polygon*, *Tron* стали основою різноманітних програм, зокрема стали базою функціонування криптовалют, але не обмежились ними.

Електронна децентралізована грошова система *Bitcoin* була представлена криптографічній спільноті людиною (або групою людей) під псевдонімом «Сатоші Накамото». Ця система базується на блокчейн-технології, завдяки чому користувачі можуть надсилати та отримувати цифрові гроші без будь-яких посередників. Крім того, не існує жодної централізованої організації на кшталт банків чи урядів, яка б керувала акаунтами, перевіряла транзакції й контролювала кількість *Bitcoin* та інших монет. 3 січня 2009 року перший блок *Bitcoin* був видобутий Сатоші Накамото, за що була отримана винагорода в

розмірі 50 *Bitcoin*. У 2009 році один чоловік у Флориді обміняв 10 000 *Bitcoin* на дві піци в піцерії. Це була перша транзакція в *Bitcoin* в реальному світі. У лютому 2021 року ціна *Bitcoin* перевищила 65 000 \$. Наразі *Bitcoin* не єдина криптовалюта, що використовується у світі. До інших відомих криптовалют можна віднести *Ethereum* (*\$ETH*), *Solana* (*\$SOL*), *Polkadot* (*\$DOT*), *Ripple* (*\$XRP*) та інші, або найсвіжіші *\$TRUMP coin* та *\$MELANIA coin*.

Говорячи про блокчейн, ми насамперед думаємо про криптовалюти, але цю технологію використовують багато приватних компаній для побудови корпоративних рішень, а також блокчейн має великі перспективи у багатьох галузях, наприклад, сфери охорони здоров'я, безпеки харчових продуктів, ігор тощо. Так, з впровадженням технології розподіленого реєстру (DLT) у блокчейн може записуватись вся інформація щодо результатів тестування харчового продукту або може бути оптимізоване управління та зберігання даних про пацієнтів, що підвищує ефективність та надійність роботи лікарняної системи. Деякі країни тестують блокчейн як основу для ведення загальнодоступних земельних реєстрів, реєстрів прав на нерухоме майно та інших відкритих баз даних. Завдяки блокчейн-технології все більш популярною стає *Game-Fi*, децентралізована ігрова екосистема, в якій користувачі можуть не просто грати, а й заробляти. Це вже мільярдна індустрія. З появою невзаємозамінних токенів (NFT), користувачі отримали можливість внести в блокчейн цифрові предмети мистецтва, колекційні предмети та інші унікальні цифрові активи разом з інформацією про творця і власника. Ці дані не можна підробити або змінити, тому вони значно ефективніші та безпечніші за наявні системи патентів і реєстрів. І це лише невеликий перелік сфер та способів застосування блокчейн технологій у світі.

Переходячи до лінгвостилістичного аналізу текстів сфери блокчейн, поглянемо спочатку на сам термін, що номінує цю технологію. Він є складним за своєю структурою і конструюється з двох основ, кожна з яких несе своє

семантичне навантаження. Проаналізувавши значення у тлумачних словниках, можна сказати, що використання саме цих елементів для позначення блокчейн технологій є досить вмотивованим:

block – *a group of things bought, dealt with, or considered together* [Cambridge Dictionary]; *a quantity, number, or section of things dealt with as a unit* [Merriam-Webster];

chain – *a series of things of the same type connected in a line* [Cambridge Dictionary]; *a series of things linked, connected, or associated together* [Merriam-Webster].

Аналізуючи визначення обох компонентів, ми бачимо в обох акцент на певній кількості складових (*a group of, a quantity of, a series of*), їх подібності (*things of the same type*) та на зв'язку цих складових між собою (*dealt with or considered together, dealt with as a unit, connected in a line, linked or associated together*).

І дійсно прослідковується безпосередній зв'язок, адже у сфері блокчейн-технологій «блок» – це «пакет» інформації (*a group of things*), де уся інформація блоку перетворюються на рядок коду, який містить інформацію про попередній блок (*dealt with as a unit*). «Ланцюг» (*chain*), у свою чергу, – це послідовність цих самих блоків (*a series of things*) і кожен наступний блок пов'язаний із попереднім (*linked, connected, or associated together*). Саму тому цю технологію ще іноді називають українською як «технологія ланцюжків блоків» [Blockchain], хоча варіант «блокчейн-технологія» є більш розповсюдженим.

Якщо поглянути на стандартну дефініцію блокчейн-технології, можна легко побачити зв'язок з англійською дефініцією складових елементів назви, поданих вище: «Технологія блокчейн – це система запису та передачі інформації, що дозволяє зберігати дані у вигляді *ланцюжка блоків*. Кожен блок містить інформацію про *певну кількість* транзакцій та хеш попереднього блоку. Таким чином, кожен блок забезпечує *взаємозв'язок* з попереднім блоком, що

утворює *ланцюжок*» [Технологія блокчейн та її роль в системі Bitcoin 2023]. Тому з огляду на цю кореляцію між семантикою складових англомовного терміну та визначенням поняття «блокчейн», можна з впевненістю казати, що, як мінімум, англомовна номінація поняття є стовідсотково вмотивованим терміном.

Медіатексти СБТ представлені усім різноманіттям жанрів, які властиві цьому різновиду текстів – статті (як наукові (хоча частіше науково-популярні), так і публіцистичні), блоги та пости у блогах, промови (на різноманітних івентах), рекламні тексти та відеоролики, різного роду креалізовані тексти із мінімум вербальної інформації або взагалі без неї – лише графіка, відеоінтерв'ю та ін. Зрозуміло, що таке різноманіття пояснюється різною метою, яку переслідують автори цих текстів, а також різною цільовою аудиторією.

Говорячи про статті за тематикою, важливо відмітити, що вони найчастіше йдуть під колективним авторством і часто розташовуються на веб-ресурсах компаній, що займаються блокчейн-технологіями або працюють з криптовалютами. Вони можуть бути присвячені новітнім тенденціям у сфері (інформаційні та аналітичні статті), носити рекламний характер або/та мати за мету збільшення обізнаності про безпосередньо саму команду чи компанію. Зустрічаються у медіаресурсах і статті під індивідуальним авторством, але рідше. Загалом аналіз підтверджує згадану вище типологію медіатекстів [Курган 2012, с. 396]: за авторством – авторські та колегіальні; за тематикою – інформаційні, аналітичні, рекламні.

Також у великій кількості представлені блоги під авторством різноманітних команд/компаній, що займаються криптовалютами та їх промоутінгом. Ці блоги постійно оновлюються і містять як статті, що пояснюють окремі проблемні питання, так і коротші тексти – пости на певну тему з графікою, рекламою та гіперпосиланнями для залучення потенційних клієнтів [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them]:



Рис. 1.1. Зразок посту у блозі компанії Hacken

Компанії, задіяні у сфері блокчейн технологій і криптовалют, з метою промоутінгу та збільшення попиту на свій товар є організаторами різноманітних івентів (конференцій, воркшопів тощо). Ці івенти носять інформативний та освітній характер, але звичайно їх імпліцитною метою є реклама. До цих заходів залучають провідних фахівців СБТ, експертів з веб-безпеки, успішних бізнесменів, керівників компаній тощо. Звичайно промови цих фахівців на різних заходах можна вважати ще одним жанровим різновидом текстів СБТ.

Додатково слід підкреслити креалізований характер більшості аналізованих текстів СБТ, в яких активно застосовуються невербальні засоби передачі інформації та впливу на реципієнтів за допомогою комплексу різноманітних образів. Також не слід забувати про відеотексти: це можуть бути відео, що носять інформативний або аналітичний характер; відеоінтерв'ю з провідними фахівцями сфери; влоги, присвячені тематиці блокчейн або криптовалюті; рекламні ролики – окремо або як частина влогу чи блогу. Ці

жанри відрізняються від описаних вище за формою створення і, можна стверджувати, що завдяки різноманіттю застосованих засобів впливу, характеризуються також більш потужним прагматичним потенціалом.

Специфікою майже усіх текстів СБТ (звичайних, креалізованих чи відеотекстів) є їх основна прагматична настанова – привернення уваги цільового реципієнта із подальшою метою його залучення до застосування блокчейн-технологій або до операцій з криптовалютами. Тобто можна сказати, що червоною лінією проходить економічний параметр, який перетворює всю інформацію (вербальну та невербальну), презентовану у зазначених текстах на товар, що веде до очевидної комерціалізації цих текстів. Орієнтація на реципієнта та на його зацікавленість у темі є тим, що керує автором/-ми при виборі лінгвальних та паралінгвальних засобів. Майже всі ці засоби виконують подвійну мету – передати інформацію та спонукати до потрібних дій.

1.3. Прагматика тексту та типи впливу

У підрозділах вище неодноразово наголошувалася важливість прагматичної функції для медіатекстів в цілому та текстів СБТ зокрема. Вона є не менш важливою, ніж їх інформативна функція, адже часто метою донесення інформації до реципієнтів текстів блокчейн є переконання та спонукання їх до дії. І тому матеріал відбирається та презентується таким чином, щоб викликати цікавість читача та вплинути на його думку [Максимчук 2013, с. 285]. Прагматична цінність тексту оцінюється ступенем прагматичного ефекту, який виявляється через аналіз реакції реципієнта та його подальшої поведінки. У журналістиці та сфері мас-медіа особливо підкреслюють вагомість вивчення методів впливу, передачі інформації та формування громадської думки [Nöth 1990, с. 169]. Саме тому вважаємо за потрібне дослідити питання прагматики

тексту та типу впливу, зосереджуючись на тих, які можуть бути вагомими для аналізованих нами медіапродуктів.

Д. Крістал, визначаючи прагматику як науку, підкреслює, що вона вивчає фактори, що керують нашим вибором мовних засобів, і вплив, що має цей вибір на інших. Він стверджує, що на практиці ми дотримуємося великої кількості соціальних норм, що обмежують те, як ми говоримо [Crystal 1988, с. 120]. Дослідники підкреслюють, що «прагматичні фактори зачіпають усі рівні мови і виконують визначальну функцію, впливаючи на вибір змісту і способів його вираження з урахуванням умов мовленнєвої комунікації» [Озарко 2002, с. 84]. Отже, ми добираємо лексичні засоби, граматичні конструкції, фонетичне оформлення із тих мовних ресурсів, що є у нашому розпорядженні відповідно до ситуації та мети нашого спілкування / повідомлення.

Поняття «прагматична функція» тісно пов'язана з поняттям «настанова», яке виникло у межах психології і позначає безсвідомі процеси у людській психиці, які активуються у наслідок потреби діяти за умов певної ситуації – «настанова певної активності» [Анастасьєва 2016, с. 9]. Прагматична настанова мовленнєвої поведінки є механізмом реалізації потреби, яка виникла за умов конкретної комунікативної ситуації. Таким чином, прагматичну настанову тексту можна визначити як «виражений мовленнєвм засобами усвідомлений намір автора справити вплив на адресата, тобто досягнути певного прагматичного ефекту» [Анастасьєва 2016, с. 9]. Як синоніми терміну «прагматична настанова» використовуються також терміни «авторська інтенція», «комунікативна настанова», «комунікативний намір».

Вивчаючи тексти з точки зору їх прагматичного потенціалу, слід водночас зважати на такі категорії тексту, як інформативність, зв'язність та композиція, адже прагматичні настанови впливають на рівень їх актуалізації [Озарко 2002, с. 84]. Як зазначалося вище, прагматичні настанови належать до сфери психічної діяльності людини, а тому єдиною можливістю їх виявити та

дослідити є аналіз мовних (лексичних, синтаксичних, стилістичних та ін.) засобів реалізації у тексті, через які ці настанови об'єктивовані [Анастасьєва 2016, с. 10]. Дослідники говорять про існування певної ієрархії між семантичним, синтаксичним та прагматичним рівнями мови, і підкреслюють, що саме прагматичний рівень керує іншими, так би мовити, «нашаровується» на інші рівні [Борковська 2014, с. 159].

Основними одиницями аналізу живої природної мови лінгвісти вважають мовленнєві акти, що є «цілеспрямованою мовленнєвою дією, яку здійснюють відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, прийнятих у конкретному суспільстві» [Бацевич 2010, с. 131]. Кожен мовленнєвий акт складається з локуції (акту говоріння, «вимовляння» слів з лексичним та граматичним значенням), іллокуції (втілення у висловлювання певної комунікативної інтенції, мети та спрямованості) та перлокуції (наслідків впливу іллокутивного акту на адресата чи аудиторію) [Бацевич 2004, с. 71]. До основних рис мовленнєвих актів відносять умістність (інтенціональність), конвенціональність та цілеспрямованість.

Отже, дослідницьким об'єктом лінгвопрагматики є мовленнєва діяльність комуніканта, що вивчається з точки зору: «інтенцій мовця та їх відображення у висловленнях; мовленнєвих дій (актів) і їх вербалізації в дискурсах різних видів на певній мові; імпліцитних смислів висловлень, що є проявом взаємодії інтенціонального й інтеракціонального аспектів дискурсу; стратегій і тактик комунікантів у дискурсі та їх реалізації за допомогою різнорівневих вербальних і невербальних засобів» [Безугла 2014, с. 8]. Мовні одиниці разом з невербальними елементами є засобами матеріалізації зазначених аспектів, що уможливають їх дослідження. Також не менш важливим для правильної інтерпретації висловлювання та інтенцій адресанта є екстралінгвальна ситуація спілкування (конситуація) [Єнікев 2020, с. 81]. Це безперечно впливає і на саму

поведінку комунікантів, а разом з цим – на їх вибір висловлювань у заданому контексті.

Таким чином, стає зрозумілим залежність того, що і як пишуть або говорять, від комунікативних інтенцій мовця. Для ілюстрації цієї думки дуже доречною здається діаграма, що репрезентує відношення рівнів мови до прагматики, яка виступає фундаментом для їх подальшого застосування:

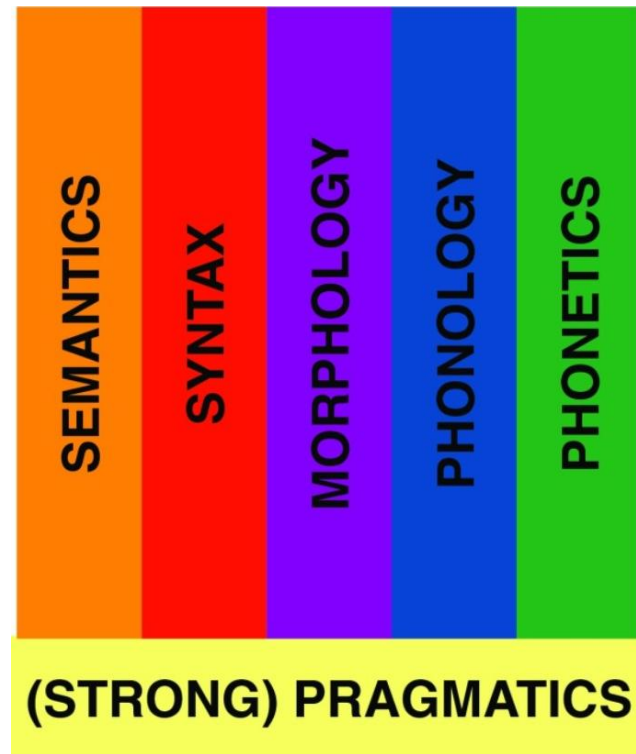


Рис. 1.2. Прагматика як когнітивна основа для комунікації [Scott-Phillips 2016]

Розуміння залежності використання різних засобів мови від прагматичних інтенцій мовця напряду пов'язано з питанням так званої «остенсивної комунікації» [Scott-Phillips 2016], де передбачається, що мовець відкрито сигналізує про свій комунікативний намір, а реципієнт, зі свого боку, інтерпретує цей намір, застосовуючи свої знання про контекст, комунікативну ситуацію та спільні припущення. Метою мовця є вплив на розум цільової аудиторії, а ця цільова аудиторіє ставить за мету зрозуміти інтенції мовця.

Підсумовуючи, зазначимо, що основним завданням прагмалінгвістики є вивчення мови як засобу впливу. Мова – не лише інструмент, що передає повідомлення. Вона здатна впливати на емоції, спонукати до дій та встановлювати стосунки – особисті, професійні чи комерційні. Відтак, у сучасному світі, де комунікація пронизує всі сфери життя, роль прагмалінгвістики також зростає. Маючи міждисциплінарний характер, вона відіграє ключову роль у вивченні взаємозв'язку між мовою, мисленням і поведінкою людини. Вона допомагає зрозуміти, як через мову формуються переконання, створюються іміджі та вибудовується міжособистісна взаємодія.

1.4. Етапи та методика дослідження англомовних текстів блокчейн-технологій

Медіатексти є невідемним продуктом сьогодення. вони представлені різними жанрами, створюються з різною метою та несуть різний прагматичний потенціал. Мова є інструментом, за допомогою якого ці тексти створюються відповідно до інтенцій їх авторів та за допомогою якого є можливою їх інтерпретація.

Для адекватної оцінки прагматичного потенціалу медіатекстів та текстів СБТ зокрема необхідно чітко розуміння, переш за все, які компоненти та мовні одиниці цих текстів мають найбільш потужний прагматичний потенціал. Дослідження лінгвопрагматичних характеристик таких текстів сприяє глибшому розумінню особливостей їх створення, а відтак є важливим кроком до їхнього адекватного перекладу. Розгляд структурних, мовних і стилістичних елементів зазначених текстів допомагає при перекладі обрати найдоцільніші мовні засоби для максимально ефективного передавання як змісту, так і прагматичного навантаження.

У даному дослідженні англомовні тексти, що стосуються СБТ, а також їх переклади, аналізуються поетапно. Частина етапів потребує використання загальнонаукових підходів, інші ж передбачають застосування суто лінгвістичних методів. Найчастіше ж виникає потреба у комбінуванні кількох методів одночасно. Вибір конкретних дослідницьких підходів, як правило, визначається характером емпіричного матеріалу, умовами проведення аналізу та поставленими завданнями. Методи складають впорядковану систему, де місце кожного методу визначається «відповідно до конкретного етапу дослідження, використання технічних прийомів і проведення операцій з теоретичним і фактичним матеріалом у заданій послідовності» [Самойчук 2020].

У нашому дослідженні першочергово застосовуються основні методи лінгвопрагматичного аналізу, а також метод стилістичного вивчення тексту, який дає змогу виокремити ключові структурні та графічні риси текстів, їхні мовні особливості й стилістично марковані елементи, що забезпечують реалізацію прагматичної мети у текстах. У широкому розумінні прагматичний аналіз зосереджений на виявленні авторських інтенцій шляхом використання різноманітних дослідницьких прийомів, зокрема на «зчитуванні» прихованих повідомлень, покликаних здійснити певний вплив на цільового читача. Завдяки поєднанню лінгвістичних і когнітивних підходів досліджуються не лише окремі тексти, але й виявляються типові прагматичні риси у текстах однакової тематики, створених різними авторами, зіставляються їхні інтенціональні особливості та прагматичні стратегії.

У дослідженні також застосовується метод описового аналізу, який дає змогу окреслити теоретичні засади лінгвопрагматичних підходів і висвітлити ключові характеристики лінгвопрагматичного вивчення текстів СБТ. Метод суцільної вибірки забезпечує добір релевантного емпіричного матеріалу, який у подальшому аналізується із використанням низки суто лінгвістичних методів,

зокрема семантичного аналізу, контекстуально-інтерпретаційного підходу, компаративного аналізу та методу словникових дефініцій. Отримані результати інтерпретуються з урахуванням положень теорії аргументації, зокрема її принципів – наративності, мотиваційної обґрунтованості, достовірності тощо [Теорія та практика аргументації 2023, с. 34, 41–42]). Аргументація є процесом логічним, мета якого – «обґрунтування істинності судження з використанням інших суджень, доказів, аргументів» [Методологія наукових досліджень 2021, с. 98].

Відтак, *перший етап* дослідження зосереджено на аналізі теоретичних засад, оскільки їхнє вивчення є необхідною умовою для чіткого розуміння подальшого напрямку та методики дослідження. Ознайомлення з теоретичною базою має на меті сформувані ґрунтовне уявлення про ключові поняття, підходи та рамки, у межах яких здійснюється подальший аналіз. Вивчення теоретичних засад спрямоване на «з'ясування в процесі синтезу знань суттєвих зв'язків між досліджуваним об'єктом і зовнішнім середовищем, пояснення й узагальнення результатів експериментальних досліджень та виявлення загальних закономірностей з їх наступною формалізацією» [Важинський, Щербак 2016, с. 44]. Таким чином, наше дослідження розглядає ключові положення лінгвопрагматики, а також методологічні підходи, що можуть бути застосовані під час аналізу подібного типу текстів. Окремий акцент зроблено на вивченні особливостей текстів СБТ та аналізі їхнього лінгвопрагматичного потенціалу.

На *другому етапі* важливим завданням є визначення емпіричного матеріалу. Для аналізу було відібрано актуальні статті за темою блокчейн-технологій та їх переклади, рекламні та попереджувальні пости на сайтах компаній й у блогах, відео із заходів, присвячених обговоренню проблем сфери блокчен. Теоретичне підґрунтя, сформоване на попередньому етапі, дозволяє чітко усвідомити, які саме комунікативні інтенції мають автори текстів СБТ, і

які лінгвопрагматичні засоби є найбільш доречними для їх реалізації. Особливу увагу зосереджено на мовних характеристиках текстів, хоча позамовні засоби також проявляють певний прагматичний потенціал. Окремо планується дослідити лексичні, морфологічні, синтаксичні та стилістичні особливості, функціонування яких буде проілюстровано великою кількістю прикладів з обраного корпусу текстів. З цією метою методом суцільної вибірки було сформовано базу мовних одиниць для подальшого поглибленого аналізу.

Третій етап магістерського дослідження зосереджено на безпосередньому аналізі відібраних мовних та позамовних одиниць, дослідженні особливостей їх функціонування в текстах, присвячених тематиці блокчейн, а також визначенні їхнього внеску у формування прагматичного потенціалу таких текстів та реалізації авторських намірів. На цьому етапі ключове значення набуває використання лінгвістичних методів, зокрема семантичного аналізу, аналізу словникових дефініцій, контекстуально-інтерпретаційного та стилістичного підходів. Дослідники наукового та фахового дискурсів неодноразово підкреслюють тісний взаємозв'язок між лінгвостилістикою і прагматикою текстів [Савченко 2019, с. 57]. Доцільність використання стилістичного аналізу у процесі дослідження лінгвопрагматичних характеристик обґрунтовується спорідненістю стилістики та лінгвопрагматики як наукових напрямів, комунікативні орієнтири яких реалізуються на практиці через адекватний добір мовних засобів вираження та аналіз особливостей їх функціонування в тексті [Кучер 2020, с. 298]. Крім того, на цьому етапі нашого дослідження використовуються принципи теорії аргументації, які сприяють логічному обґрунтуванню значущості окремих характеристик та їхньої ролі у досліджуваних текстах.

Четвертий етап дослідження зосереджений на вивченні методів перекладу та перекладацьких трансформацій, застосованих у україномовних варіантах досліджуваних текстів. Особлива увага приділяється проблемам

перекладу термінології (зокрема метафоричним термінам, сленгу, абревіатур тощо), а також відтворенню специфічних синтаксичних конструкцій і стилістичних засобів. Такий аналіз потребує використання компаративного (зіставного) методу для порівняння англomовного варіанту тексту з його україномовним перекладом. Порівняльне дослідження двох мов спрямоване на виявлення як відмінностей, так і спільних рис, що дозволяє краще зрозуміти особливості застосування лінгвальних засобів у кожній із мов [Левицький та ін. 2006, с. 8]. Під час аналізу особлива увага зосереджується на тому, які саме характеристики необхідно передати для досягнення прагматичної мети тексту та наскільки успішно це реалізується перекладачем. Отже, окрім компаративного підходу, на цьому етапі використовується також метод перекладацького аналізу. Поєднання цих двох методик дозволяє зробити обґрунтовані висновки щодо найбільш релевантних і ефективних способів передачі прагматично важливих елементів у текстах СБТ.

Отже, дослідження англomовних текстів СБТ та їхніх перекладів реалізується у кілька послідовних етапів. На початковому етапі здійснюється ґрунтовний аналіз теоретичних засад, у той час, як наступний крок потребує роботи з емпіричним матеріалом – його відбор та виокремлення в ньому тих елементів, які володіють прагматичним потенціалом і мають підлягати більш глибокому вивченню. Далі здійснюється безпосередній лінгвопрагматичний аналіз, який включає інтерпретацію значень обраних одиниць, опис їхньої ролі у текстах та оцінку прагматичного потенціалу. На завершальному етапі проводиться порівняльний перекладацький аналіз, що зосереджується на виявленні труднощів перекладу та способів передачі лінгвопрагматичних особливостей текстів СБТ в українських перекладах. Для реалізації цих завдань використовуються різноманітні загальнонаукові та лінгвістичні методи, які застосовуються як окремо, так і в комплексі.

РОЗДІЛ 2

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ У МЕДІАТЕКСТАХ БЛОКЧЕЙН-ІНДУСТРІЇ

2.1. Лексичні та морфологічні ознаки медіатекстів сфери блокчейн

Серед актуальних напрямів досліджень сучасної лінгвістики медіалінгвістика, безсумнівно, посідає одне з перших місць за своєю перспективністю та актуальністю. Активний розвиток цього наукового напрямку зумовлений тим, що саме мова ЗМІ відображає всі зміни, що відбуваються в суспільстві, оскільки вона орієнтована на спонтанну мову, часто не скута цензурними обмеженнями і прагне представити дійсність, якою вона є.

У цьому відношенні вивчення мови медіа та медіамовлення має особливе значення не лише в лінгвістичному, а й у соціальному плані та передбачає використання нових інструментів для лінгвістів суміжних гуманітарних наук. Проводиться міждисциплінарний аналіз, і завдяки комплексному системному підходу в центрі уваги дослідників є такі проблеми, як визначення функціонально-стильового статусу медіамовлення, вплив соціокультурних факторів на вибір мовних засобів, лінгвістичні та медіатехнології впливу тощо.

Як вже було неодноразово підкреслено у попередніх двох розділах, основною функцією медіатексту, включаючи тексти СБТ, є звичайно передача інформації, але для медіатексту не менш важливою функцією є функція прагматична, що передбачає вплив на реципієнта. Саме тому автори цих текстів повинні звертати особливу увагу питанню добору мовних засобів задля досягнення потрібного ефекту.

Говорячи про лексичне наповнення текстів СБТ, перш за все, слід, звичайно, відзначити терміни, адже, не зважаючи на однозначну прагматичну потужність і, як результат, збільшену емоційність цих текстів, тексти СБТ є

професійно орієнтованими і претендують на статус, як мінімум, науково-популярних або йдуть на перетину наукового та публіцистичного стилів, як, наприклад, тексти технічної реклами. У той же час, хоч терміни і є емоційно нейтральними одиницями, дослідники підкреслюють, що вони також беруть участь у реалізації прагматичної функції текстів [Савченко 2019, с. 57]. Сам вибір автора щодо добору способу номінації певного поняття – за допомогою вузькоспеціального терміну, спрощеного варіанту термінологічного найменування чи загальної лексики – може бути засобом реалізації прагматичних настанов, адже підкреслює спрямування або на фахівців певної фахової сфери, або на більш широку аудиторію [Лазебна 2014, с. 132].

Цікаво, що аналіз тематичних груп наявної в текстах СБТ термінології демонструє превалювання економічної термінології над технічною. Це, безсумнівно, пояснюється згаданою вище комерціалізацією і економічним характером текстів СБТ. Отже, можна класифікувати терміни СБТ на такі:

1) терміни, що належать до економічної терміносистеми: *assets, funds, risks, threats, traders, investors, issuer, custodian, fraud, legitimacy, withdrawal, exchange, solvency, profitability, liquidity, wallet, auditing, marketplace, stocks, shares, securities, equity market, indirect collateral, price fluctuations* тощо;

2) терміни, що належать до терміносистеми ІТ: *code, user, data, account, source code, scammer, protocol, developer, repository, script, browser extension* тощо;

3) терміни, що є вузькоспеціальними і відносяться безпосередньо до блокчейн-технологій та криптодіяльності: *blockchain, token / tokenize / tokenization, on-chain / off-chain verification* тощо;

4) загальнонаукова термінологія: *transparency, verification, assurance, publicity, confidentiality* тощо.

Спостерігаємо також і структурне різноманіття термінології, що зустрічається в аналізованих текстах. Окрім простих термінів, якими

представлені більшою мірою групи вище, помітне використання також складних термінів, утворених шляхом поєднання основ: *blockchain, payload, website, database, dataset, timelock, chatbox, stablecoins, streamline* тощо. Бачимо, що і компоненти цих складних термінів є також термінологічними одиницями або комп'ютерної (ІТ), або економічної сфери.

Звичайно активно використовуються і термінологічні словосполучення, що складаються з двох або більше компонентів: *price surge, wallet security, asset safety, contract interaction, verification method, risk management, access control vulnerabilities* тощо. Для уникнення двозначності тлумачень та швидкого розуміння значення багатоконпонентні означення до ключового слова часто пишуться через дефіс: *low-value stock, one-time event, double-spending prevention, real-time communication, pay-to-order scam, expired-order scam, third-party program* та багато інших. Багатоконпонентні терміни-словосполучення є розповсюдженим явищем у більшості терміносистем, адже вони є ефективним засобом компресії й досягнення стислості без інформаційних втрат, що є ознакою професійно орієнтованих текстів.

Відзначимо, що цікавою відмінністю аналізованих текстів є наявність в них термінів-прикметників, які яскраво виділяються на фоні інших груп термінів: *malicious activity, fraudulent address* [CER.live Team 2023]; *fake Coinbase calls, anomalous activity* [Kot 2025]; *vulnerable coins, decreasing prices* [Cryptoslav]; *vulnerable smart contracts, decentralized worlds, decentralized finance* [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].

Важливим є те, що термінологія представлена не лише іменниками різними за структурою та прикметниками, зокрема й тими, що виражені Participle I (*decreasing*) та Participle II (*decentralized*), а і дієсловами: *to sell one's position* [Cryptoslav], *to finalize the transaction* [CER.live Team 2023], *to establish trust* [Proof of Reserves Explained 2024], *to freeze the account* [P2P Crypto Safety] та багато інших.

З точки зору будови термінів СБТ, помітним фактом є використання групи продуктивних морфем, які застосовуються для утворення не одного, а декількох (у деяких випадках – багатьох) складних та складених термінів. До таких можна віднести:

crypto: *cryptocurrency, cryptography, crypto advocates, crypto language, crypto expressions, crypto trading, crypto scam, crypto seller*;

cyber: *cybersecurity, cyberattack, cyberwallet, cybercrime, cybercriminal*;

meta: *metadata, metaverse (virtual universe), metatoken, metatransaction, metacurrency*;

multi: *multi-jurisdictional, multisignature (multisig), multichain, multisource, multifactor authentication (MFA)*.

Досить цікавим здається також використання лексеми *crypto* у якості дієслова, хоча у всіх наявних словниках ця одиниця проходить лише як іменник або складова морфема:

How to crypto Twitter [Cryptoslav].

Подібна конверсія уможлиблює доволі стисло подачу потрібної інформації – «використання засобів мови для ефективного спілкування на тему криптовалют у Твітері».

Продовжуючи мову про структурні типи термінів аналізованої сфери, відмітимо також досить помітне використання скорочень та аббревіатур термінів, що не є дивним для професійно орієнтованих текстів, які тяжіють до стислості: *fintech; dApps; TradFi; CeFi; DeFi protocols; UPCX hack; SWIFT services; NFT; SPV framework; pre-IPO companies; KYC/AML requirements; VPN logins, CEXs / CEX Explots / CEX Exchanges; DEX exchanges; PoR (Proof of Reserves) / PoR systems; ZKPs (Zero-knowledge proofs) / ZKP protocols; zk-SNARKs (Zero-Knowledge Succinct Non-Interactive Argument of Knowledge); zk-STARKs (Zero-Knowledge Scalable Transparent Argument of Knowledge); Q2; 2FA; P2P crypto safety* та ін. Бачимо з прикладів вище, що ці скорочення та аббревіатури активно

поєднуються з іншими термінами (зокрема у функції означень), утворюючи багатокomпонентні термінологічні словосполучення. Спостерігаються також цифрово-літерні поєднання, які є досить розповсюдженими й сталими скороченнями, і тому подаються у текстах без жодних пояснень (*Q2 – second quarter, 2FA – two-factor authentication, P2P – peer-to-peer*). Окрім того, цікавим є написання деяких аббревіатур з маленької літери, коли вони поєднуються з іншою аббревіатурою з метою акценту на ключовому компоненті. Порівняймо: *ZKPs* та *ZKP protocols* VS. *zk-SNARKs* та *zk-STARKs*. Додатково можна підкреслити використання множини з цими аббревіатурами, що робить їх досить універсальними одиницями терміносистеми.

Зустрічаються в текстах СБТ і номенклатура (наприклад, *Web3 / Web3 veterans, Uniswap V4*) та багатокomпонентні терміни, утворені за допомогою додавання різноманітних символів (*% ratio*). Такі сполуки також є засобом досягнення стислості без інформаційних втрат, що типово для текстів професійного призначення. До речі, різні математичні та фінансові позначки зустрічаються у текстах СБТ досить частотно, адже статистичні дані та їх точність є важливим елементом впливу на реципієнта завдяки своїй аргументованості: *over \$3 billion, nearly 60% of the losses* тощо. Майже у кожній статті чи пості блогу присутні кількісні дані, що демонструють позитивні чи негативні тенденції, зміни на ринку, дохід від трейдингу та інші підрахунки, що пояснюють, аргументують та спонукають до певних дій.

Як типологічні різновиди термінів СБТ можна підкреслити активне використання професіоналізмів та сленгу. Обидва типи є більш емоційними різновидами власне термінів, хоча у випадку зі сленгом ця емоційність більш яскраво виражена. Такі емоційно забарвлені аналоги на позначення спеціальних понять у якійсь професійній сфері зазвичай більш детально характеризують рід занять, дії чи предмети, безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності, але ці характеристики можуть бути повністю зрозумілими лише тим, хто обізнаний у

цій сфері. Так, професіоналізми є, по суті, розмовними неофіційними заміниками вже існуючих у певній галузі термінів [Професійна лексика]: *malware, oracles, rug pull, phishing, spoofing, honeypot scam, seed phrase, cold / hot wallet, to trade over-the-counter, to trade around the clock* тощо. Приклад нижче ілюструє, як використання професіоналізмів може бути інкорпоровано у медіатексти, які в цілому представлені у досить формальному науково-публіцистичному стилі:

Phishing and malware attacks are persistent threats within the digital realm, and the crypto world is no exception [CER.live Team 2023].

Велику кількість професіоналізмів, що зустрічаються у терміносистемі СБТ, можна віднести до категорії метафоричних термінів, які, завдяки частотності використання, втрачають емоційне забарвлення і виконують здебільшого лише номінативну функцію. Всі додаткові семантичні нашарування таких термінів підпорядковані сигніфікату і лише доповнюють його характеристику, вказуючи на вагомні ознаки і сприяючи точнішому їх розумінню [Підгорна 2013, с. 68]. З прикладів нижче видно, що метафоричні терміни можуть бути представлені різними частинами мови (іменниками та дієсловами):

Hot wallets of centralized exchanges are emptied, mainly due to private key leaks and «supply chain» attacks [Kot 2025].

Once a buyer initiates the trade, the scammer tries to waste time during the order window [P2P Crypto Safety 2025].

...the adoption of a decree on the launch of a regulatory sandbox for startups in the field of artificial intelligence and blockchain [Pyrih 2025].

Stolen funds were bridged to Ethereum across multiple EOAs [Inside the @zkLend Hack 2025].

Ще менш офіційним та більш емоційно забарвленим є професійний сленг, який визначають як лексико-семантичну «субсистему», що використовується

певною соціальною або професійною групою людей у певному соціально-культурному контексті, а отже є обмеженою у своєму функціонально-стилістичному вживанні соціальним середовищем (субкультурою) [Клименко 2000, с. 4]. Серед яскравих прикладів блокчейн-сленгу можна виділити: *diamond hands, paper hands, shitcoin, a degen, a shill, an ape / ape-ing, moonbois / moonboys, Lambo*; або дієслівні вислови: *look rare, go to «the moon»* та інші. Окрім того, велика кількість сленгу СБТ представлена аббревіатурами, що відображає загальну тенденцію до подібних скорочень у сфері Інтернет та медіа комунікації. Поглянемо на декілька цікавих прикладів: *HODL – hold on for dear life; FOMO – fear of missing out; FUD – fear, uncertainty, and doubt; BTFD – buy the fucking dip; GM – good morning* [Cryptoslav].

Науковці відмічають, що «сленг стає альтернативою термінології і перестає належати до лексики обмеженого вжитку, хоча і має неофіційний характер та емоційну забарвленість, адже з позицій прагматичності мова сприймається як система орієнтирів, яка необхідна для діяльності людини в оточуючому її світі речей та соціальному світі» [Лебедева, Рябова 2010, с. 31–32]. Здається, терміносистема СБТ є яскравою ілюстрацією цих змін у мові, адже сленг активно задіюється у медіатекстах різних жанрів – як в усному, так і в письмовому мовленні.

Ще однією характеристикою аналізованих текстів, що сприяє емоційності викладу, є використання фразових дієслів, що зазвичай є атрибутом розмовного стилю:

*Hackers have **stepped up** phishing via fake Coinbase calls and malicious dApps* [Kot 2025].

*Hackers continue to **seek out** single keys with full permissions* [Kot 2025].

*In this blog, we'll **break down** exactly how the pay-to-canceled/expired-order scam works* [P2P Crypto Safety 2025].

Крім самих фразових дієслів, можа спостерігати також похідні іменники від них, наприклад: *takeaways, timeouts* [P2P Crypto Safety 2025]. Це створює ефект невимушеного спілкування і позитивно налаштовує реципієнта.

На завершення хотілося б відмітити, що, не дивлячись акцент у другій частині нашого аналізу на емоційно забарвлених лексичних складових текстів СБТ, у загальному плані ці тексти все ж таки тяжіють за більшістю своїх характеристик до науково-популярного стилю, тому різноманітні наукові кліше та формальна лексика складає велику частку їх лексичного наповнення: *at its core* [Proof of Reserves Explained 2024]; *to comply with, to maintain, to expect, to align with, to entice further investments* [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024]; *a comprehensive security solution* [Proof of Reserves Explained 2024]; *to eliminate restrictions; to align with; to comply with* [Shevchenko 2025] та багато інших.

З інших атрибутів науково-популярного стилю помітними є вставні слова та слова-зв'язки, що передають ставлення автора та уможливають ефективне й логічне поєднання елементів тексту: *interestingly, additionally, in contrast, however, for example, according to..., meanwhile* та багато інших.

Отже, вочевидь лексичне наповнення текстів СБТ відбиває основні властивості типових професійно орієнтованих науково-популярних текстів. До таких властивостей можемо віднести частотне використання термінів різних типів (власне термінів, професіоналізмів, жаргонізмів, номенклатури) та структури (прості, складні та складені терміни; скорочення та аббревіатури), метафоричних термінів, формальної лексики, кліше, різноманітних елементів текстової зв'язності тощо. Однак, разом з цим відмінністю текстів СБТ є активне застосування сленгу, зокрема сленгових аббревіатур, що насправді значно вирізняє тексти цієї тематики від текстів інших професійних сфер. Така залученість сленгу, здається, є одним із засобів популяризації тематики і розширення цільової аудиторії.

2.2. Синтаксичні характеристики медіатекстів сфери блокчейн

Аналіз семантичних і морфологічних ознак лексичних одиниць, що наповнюють медіатексти СБТ, продемонстрував, що, окрім стандартних термінів, спостерігається тяжіння до емоційного забарвлення, спрощення й стислості, що є безсумнівно засобом впливу й залученням ширшої аудиторії. Подібні тенденції спостерігаються і на синтаксичному рівні: у більшості випадків бачимо дотримання вимог до формальності викладу, що є типовим для професійного спілкування, але ці стандартні формальні конструкції перемежуються подекуди з більш емоційними, що привертають увагу реципієнтів й спонукають їх до певних дій.

З перших ознак, яка виявляє себе досить активно у текстах СБТ, є використання присудку у пасивному стані, що є недивним, адже, як і у будь-якому професійно орієнтованому тексті, СБТ робить акцент на об'єктах, що цікавлять, а не самих виконавців дій:

*However, these time locks **are often coupled** with other mechanisms* [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024].

*This misdirection is **intended to create** a false sense of security or opportunity for potential victims* [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024].

*PoRs were **traditionally meant to be** for crypto exchanges* [Proof of Reserves Explained 2024].

Цікаво відмітити два останні з наведених прикладів, де пасив є частиною звороту *Complex Subject*, який є відомим засобом синтаксичної компресії. Отже, використовуючи цю конструкцію автори не лише досягають формальності викладу матеріалу за рахунок використання пасиву, а і досягають потрібної стислості без інформативних втрат. Все це створює потрібний ефект професійного викладу інформації й позитивно впливає на враження реципієнтів, збільшуючи їх довіру до автора.

Продовжуючи тему безособових форм, підкреслимо їх активне застосування у всіх можливих варіантах – інфінітив, герундій, Participle I та II, а також конструкції з ними (одна з яких, Complex Subject, вже проілюстрована вище). Як відомо, безособові форми також є досить ефективним засобом досягнення двох основних характеристик наукових текстів – формальності та стислості:

*Understanding these threats is key to **protecting** your assets and data in the **decentralized** world [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].*

*This transparent and insightful approach **enables users to meticulously review and verify** the accuracy of all the details before **committing** to the transaction. **By offering** a clear snapshot of the **upcoming** transaction, users **are empowered to make** well-informed decisions, **minimizing** the potential for errors or **unauthorized** actions [CER.live Team 2023].*

*We urge crypto asset holders **to carefully check** the parameters of transactions they are **about to sign** [Kot 2025].*

***To create an illusion** of legitimate activity, scammers might **simulate** transactions [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024].*

*This can **include** transfers between addresses **controlled** by the attacker **to mimic** user interactions and **make the contract appear** more active and trustworthy than it actually is [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024]*

Приклади вище репрезентують високу варіативність форм: використання герундію у різних синтаксичних функціях (*understanding, protecting, committing, offering*); інфінітиву у функції обставини мети (*to mimic*) та у цій же функції на початку речення для емпізи (*to create an illusion*); розщепленого інфінітиву для акценту на характеристиках дії та емоційного впливу (*to meticulously review, to carefully check*); інфінітиву як частини конструкцій Complex Object та Complex Subject (*make the contract appear, enables users to meticulously review*

and verify, urge crypto asset holders to carefully check, are empowered to make); інфінітиву як частини складеного модального присудка (*might simulate, can include*); Participle I у функції обставини способу дії (*minimizing*) та Participle II й Participle I у функції означення (*decentralized, unauthorized, controlled, upcoming*). Все це підтверджує активність застосування цих форм та їх високу функціональну ефективність, у тому числі і з прагматичною метою.

Як вже стало очевидно, завдяки двом прикладам вище, використання різних модальних дієслів із різними формами інфінітиву – наступна ознака текстів СБТ, яку слід згадати. Додамо до прикладів з модальними присудками, наданими вище, ще декілька:

*Every Web3 User **should** know* [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].

*...users **may** have encountered moments of uncertainty* [CER.live Team 2023].

Бачимо, що до переліку модальних дієслів вище (*can* та *might*) додалися ще два – *should* та *may*. Ці різні модальні дієслова доповнюють значення основних дієслів та підкреслюють відношення автора до висловлювання. Це є важливим моментом з точки зору прагматичного навантаження, яке несе повідомлення, адже читач може відчутти рекомендаційний характер у випадку з дієсловом *should* або невисоку вірогідність реалізації дії, на думку автора, у випадку з дієсловом *might* чи у меншому ступені у випадку з *may*. До того ж, останній приклад з модальним дієсловом *may* комбінується з Perfect Infinitive, що у досить компактний спосіб передає відношення дії до минулого, констатує, що дія, на думку автора, вже, мабуть (*may*) мала місце, і тому подальші пояснення, як уникнути подібних проблем, можуть бути корисними, що спонукатиме реципієнта читати далі.

Більш очевидним засобом спонукання до дій у текстах СБТ є використання речень у наказовому ступені:

Unlock the tips to stay safe [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].

Let's go deeper into each application [Proof of Reserves Explained 2024].

Досить часто спонукальні речення використовуються для активізації діяльності читачів медіатекстів (наприклад, блогів, постів, реклами тощо), переходу за гіперпосиланнями, написання коментарів для збільшення популярності якогось медіаресурсу. До того ж, не забуваємо про згадану у першому розділі комерціалізацію багатьох медіатекстів, яка передбачає пряму мотивацію до дій або привернення уваги до продукту. Негативні спонукальні речення можуть носити також застережний характер:

Never send payment if the P2P order is no longer active [P2P Crypto Safety 2025].

Do not share your personal contact details with any counterparties [P2P Crypto Safety 2025].

Спостерігається також поєднання наказового ступеня із умовними підрядними реченнями та підрядними реченнями часу, щоб акцентувати увагу на умовах, при яких дія має бути виконана:

If you've been scammed, act fast: document everything and contact Binance Support immediately [P2P Crypto Safety 2025].

When receiving an e-mail from the exchange, carefully check the sender's address [Kot 2025].

Не може залишитися непомітним також стислість усіх наказових речень вище, які містять лише основні елементи, що спонукають до дії. Окрім того, додатково компресії зазнає і підрядне речення в останньому з наданих прикладів, де, завдяки застосуванню Participle I, автором утворюється еліпсис (еліптичне підрядне речення). Така компактність, здається, додатково наголошує на необхідності діяти тут і зараз, не витрачаючи час.

Саме з метою привернення уваги до головного, здається, використовується і наступний елемент – складений іменний присудок:

Web3 is the future... [5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].

Understanding these threats is the key to[5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them].

...security remains a paramount concern for all participants [CER.live Team 2023].

The mission is to be among the top 3 countries in integrating AI into the public sector by 2030 [Pyrih 2025].

The main incident was the Cetus Protocol hack, which resulted in the theft of \$223 million in 15 minutes [Kot 2025].

За рахунок специфічної будови, де спочатку йде дієслово зв'язка (*to be, to remain, to seem, to become* тощо), а потім іменна частина, акцент на цей іменний компонент є доволі сильний і речення часто набуває емоційної забарвленості. Окрім того, як ми можемо побачити з наведених прикладів, ефект важливості посилюється і завдяки лексичним елементам, що є складовими речень – іменників (*future, key, concern*) та прикметнику (*paramount*). Як видно в одному з прикладів, до слова зв'язки може приєднуватися й інфінітив та бути частиною складеного іменного присудку (*is to be among the top 3 countries*). В останньому ж прикладі складений іменний присудок у поєднанні з підрядним реченням утворює емфатичну конструкцію типу «cleft sentence» (розщеплене речення), яке робить акцент на проблемі та додатково інформує про деталі й наслідки. Отже, як висновок, спостерігаємо частотність та варіативність використання складених іменних присудків, які слугують для наголошення на головному й, тим самим, ефективніше фокусують увагу реципієнтів.

Ще одним помітним елементом текстів СБТ, особливо статей та постів у блогах, є прямі та непрямі цитати з посиланнями на експертів сфери:

«Every day, new DeFi projects are hacked when a deployer's or team member's device is compromised via virus software,» Ruditsa emphasized [Kot 2025].

Social engineering remains one of the most dangerous and large-scale threats on Web3, experts say [Kot 2025].

Додатково можна також спостерігати скріни з коментаріями користувачів, які стикалися з наслідками чи знаходили рішення проблем з безпекою. Ці елементи мають вагомий прагматичний ефект, адже вони посилюють авторитетність автора та підкреслює об'єктивність викладеної інформації.

Таким чином, можна узагальнити, що в цілому синтаксичні ознаки текстів СБТ найчастіше збігаються з основними ознаками текстів спеціального призначення (пасивні та модальні присудки, безособові форми та конструкції з ними тощо), але через необхідність збільшення прагматичного ефекту від висловлювань виникає необхідність більш активного використання конструкцій, які не є настільки типовими для наукових або технічних текстів. В першу чергу, це стосується імперативу, який є прямим спонуканням до дій. Але є також інші засоби, наприклад, певні синтаксичні форми, що акцентують увагу на головному, зокрема складені іменні присудки, розщеплені речення, інверсії та інші.

2.3. Стилiстичнi засоби впливу медiатекстiв сфери блокчейн

Засоби впливу, що використовують автори текстів СБТ, не обмежуються лише лексичними та граматичними засобами. Оскільки тексти цієї сфери можна віднести до перетину науково-технічного та науково-популярного стилів, вони мають ознаки обох. І тому помітними є різноманітні лінгвостилістичні засоби, спрямовані на створення емпізи, збільшення емоційності або спонукання до дій

чи роздумів, що є зазвичай атрибутом публіцистики. В одних текстах вони можуть бути більш помітними, ніж в інших. Частіше це залежить від жанру та прагматичних настанов, що мав за мету реалізувати автор. Стилiстичні засоби та прийоми є непротими для аналізу, «суб'єктивними як з огляду на їх упорядкування, так і з огляду на їх тлумачення» [Приходько 2025, с. 175]. Однак, спробуємо все ж таки розібратися, які з тропів превалюють у текстах СБТ і якою є їх роль у створенні потрібного прагматичного ефекту.

Метафори є найбільш частотним стилістичним прийомом, що зустрічається майже у всіх функціональних стилях – починаючи з розмовного та художнього і закінчуючи науково-технічним, де можна спостерігати використання метафоричних термінів і не тільки. Якщо метафоричні терміни, які згадувались вище у підрозділі 2.1 при розгляді лексичних ознак текстів СБТ, виконують, перш за все, номінативну функцію, то інші види метафор, виявлені при аналізі, окрім номінації, несуть ще емоційне навантаження, завдяки своїй асоціативності. При розгляді текстів СБТ, які, хоч і належать до науково-технічних, але мають багато характеристик публіцистичного стиля, було виявлено велика кількість метафор. Деякі з них, через активне використання у мові, можна вже відносити до розряду стертих. Вони хоч і несуть образність у своєму значенні, однак, їх емоційний потенціал й вплив на реципієнта не є дуже потужним. До таких можна віднести: *digital realm* [CER.live Team 2023]; *a new wave of attacks* [Kot 2025]; *the world of tokenized equities*; *activity spikes* [Shevchenko 2025] та ін.

До більш емоційно забарвлених віднесемо образні метафори: *digital hygiene* [Kot 2025]; *the clock is their weapon* [P2P Crypto Safety 2025] і т.д. Безумовно така образна подача інформації привертає увагу й справляє сильне враження.

Окрім того, в текстах СБТ можна побачити частотне використання різноманітних концептуальних дієслівних метафор, які, можливо, можна вже

відносити до розряду стертих, але попри це вони все ще несуть у собі певну образність і емоційну забарвленість, а отже є помітними для читача: *to embrace the benefits, to delve into..., to shed light, to instill trust, to lure users into smth* [CER.live Team 2023]; *to suffer the losses* [Kot 2025]; *to hedge one's position, to halt trading, to unlock access; to take a deep dive; to be split into two camps; to travel a long road; to head down the wrong path* [Shevchenko 2025]; *to break the limits* [Crypto Fund Trader]. Подивимося на деякі з них в контексті:

The line between traditional finance (TradFi) and decentralized finance (DeFi) is growing ever thinner [Shevchenko 2025].

Attacker exploits multiple zkLend Markets, triggering token transfers not backed by sufficient collateral [Inside the @zkLend Hack 2025].

Можна також підкреслити, що ефект збільшення емоційного забарвлення текстів СБТ і разом з цим збільшення прагматичного впливу на реципієнтів досягається завдяки використанню епітетів, які яскраво також і передають якості предметів та явищ, що описуються: *myriad benefits* [CER.live Team 2023]; *a mature ecosystem* [Shevchenko 2025] тощо. Епітети є частотним елементом й зустрічаються в аналізованих текстах в різних структурних типах – не лише прості, що ілюструвалися вище, а й складні, створені на основі метафоричних переносів: *trap-filled smart contracts* [HoneyPot Crypto Scam Techniques Explained 2024]; *a full-fledged alternative; high-yield investments* [Shevchenko 2025]. У прикладі нижче можна побачити використання фразового епітету у контексті:

Such attacks, experts say, are well-thought-out and carefully prepared [Kot 2025].

Прагматично потужними та тими, що впливають і переконують реципієнта, є і інші стилістичні засоби, зокрема гіпербола: *Lift your trading success to the moon* [Crypto Fund Trader]. Звичайно подібне перебільшення інтерпретується як безсумнівний успіх, якого всі хочуть досягти, адже місяць є

чимось недосяжним, але надзвичайно бажаним. Емоційність висловлювання є дуже високою і тому має позитивний вплив на реципієнта.

Окрім асоціативності та збільшення емоційності висловлювань, стилістичні прийоми застосовуються з метою привернення уваги. Часто цю функцію виконують синтаксичні стилістичні засоби. До таких, перш за все, можна віднести інверсію, яка підкреслює та акцентує найголовніше:

Often, such attacks take place through phishing, fake calls and fake interfaces [Kot 2025].

Помітним синтаксичним прийомом також є повтор:

Every stock, every bond, every fund – everything can be tokenized [Shevchenko 2025].

У наведеному вище прикладі можна також помітити поєднання одразу декількох прийомів, що робить його дуже потужним інструментом впливу й переконання. Окрім повтору явно спостерігається градація (*stock-bond-fund-everything*) – стилістична фігура певної будови, яка полягає в нагнітанні засобів виразності з метою підвищення (*клімакс*) або зниження (*антиклімакс*) їхньої емоційно-сислової значимості [Градація]. Використання цієї фігури посилює стилістичний ефект висловлювання та враження від нього. Додатково у цьому прикладі використовується відокремлення, яке пунктуаційно розриває речення і підкреслює останній компонент прийому градацій (*everything*), ще більше емоційно посилюючи його.

Відокремлення, до речі, є частотним прийомом, який застосовують автори текстів СБТ для виділення важливих елементів. У більшості випадків відокремлення пунктуаційно виділяється тире:

*According to Hacken, the industry needs not just to write secure code, but to promptly monitor and respond to suspicious contract behavior – *especially when introducing new features** [Kot 2025].

But is tokenization truly a breakthrough – or just an overrated trend?
[Shevchenko 2025].

У наданих вище прикладах з відокремленнями ми продовжуємо спостерігати поєднання декількох синтаксичних стилістичних засобів в одному реченні – паралельна конструкція із парними сполучниками (*not just to write secure code, but to promptly monitor and respond*), яка робить речення ще більш емоційно забарвленим, та риторичне питання в останньому реченні.

В цілому, вважаємо необхідним підкреслити, що і паралельні конструкції, і риторичні питання у поєднанні з іншими прийомами чи окремо є потужними інструментами впливу у текстах СБТ. Подивимось на приклад нижче, в якому можна побачити не лише паралелізм (підмет-присудок, підмет-присудок), а і елементи антитези, що у комплексі створюють дуже потужний рекламний слоган:

You trade, we boost [Crypto Fund Trader].

Слід відзначити також, що риторичні питання використовуються досить активно – і в самих текстах, і часто у заголовках. Наприклад, риторичне питання нижче виступає заголовком до статті у блозі:

Tokenized Stocks: A Real Alternative to Brokers or Just an Elegant Illusion?
[Shevchenko 2025].

Отже, наведені у підрозділі приклади підтверджують вагомість ролі стилістичних засобів як елементів впливу на емоції та дії реципієнтів. Ці засоби включають не лише лексичні – метафори, епітети тощо, а і синтаксичні, які є численними та демонструють варіативність. Інверсії, риторичні питання, градація, антитези, паралельні конструкції та ін., – все це допомагає авторам медіатекстів СБТ досягати реалізації своїх прагматичних інтенцій.

2.4. Невербальні засоби впливу та їх прагматичний потенціал

Коли мова йде про медіатексти, не можна обмежувати аналіз їх прагматичного потенціалу лише описом мовних засобів. Згадуючи різноманіття жанрів та цілей, які ставлять перед собою різні продукти медіа дискурсу, передбачувальним є те, що невербальні засоби в них також активно задіюються. Медіасфера блокчейн технологій не є винятком. І слід відмітити, що перелік невербального інструментарію впливу сфери блокчейн є досить переконливим – починаючи від фону, на якому презентуються тексти, і закінчуючи звуковим супроводом деяких медіапродуктів.

До найбільш помітних позамовних засобів впливу можна віднести фон, на якому подається повідомлення; колір, розмір та тип шрифту самого повідомлення; виділення жирним або курсивом; принцип розташування тексту (наприклад, подача інформації переліком) та ін. Ці моменти спостерігаються і в текстах інших стилів та типів. Однак, медіатексти мають свою нюанси подачі, які можна розглядати як додаткові інструменти привернення уваги. Зокрема, фон, що бачимо при аналізі, є дуже потужним засобом. Так, замість стандартного й звичного білого фону з текстом чорного кольору (які насправді також використовуються – див. [We're Now ISO/IEC 27001 and CSA STAR Level 1 Certified 2025]), привертають увагу й інші кольори фону та змісту, які несуть додаткову інформацію чи просто сприяють більш позитивному враженню.

Наприклад, медіа продукція компанії *Hacken* часто містить зелений колір, який є кольором бренду. Це може бути загальний фон реклами (напр., див. Рис. 1.1), або фон, на якому подається заголовок статті у блозі компанії (див. [Budorin 2025; Malanii 2025]). І навіть якщо для самого тексту використовують інший фон, логотип *Hacken* на зеленому фоні буде обов'язково присутній для додаткової позначки на авторство й закріплення асоціативності зеленого кольору з назвою компанії:

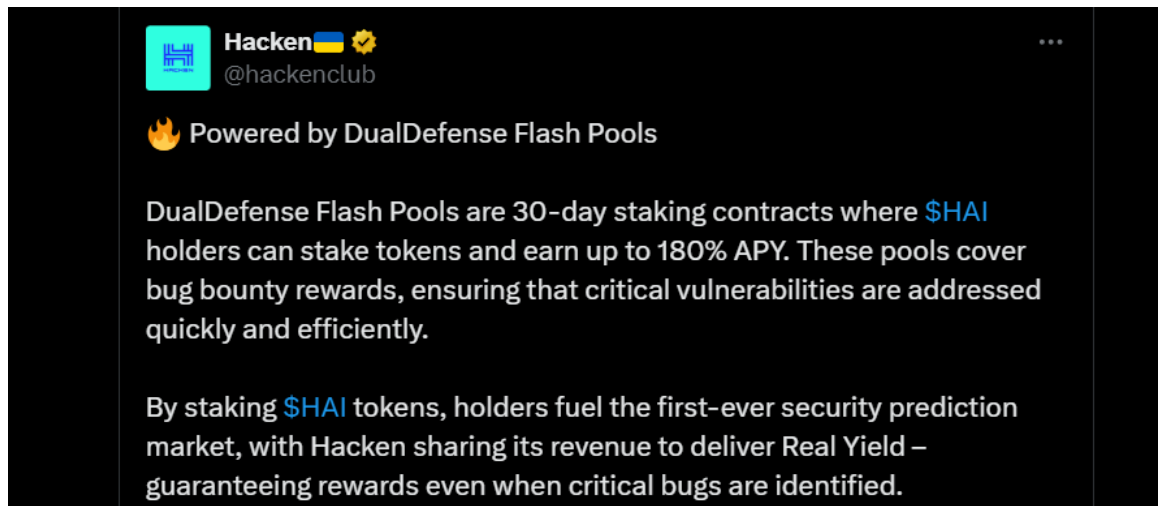


Рис. 2.1. Використання кольору для асоціативності з брендом [Powered by DualDefence Flash Pools 2024]

Рис. 2.1 ілюструє також дуже розповсюджене явище у текстах СБТ – використання чорного фону та білого шрифту тексту, що є дуже популярним вибором серед молоді, зокрема це помітно у месенджерах, де вони можуть самі обирати фон. Дизайнери вказують, що вибір чорного кольору у сфері цифрових технологій є загальним трендом, адже вважається, що цей колір асоціюється із владою, загадковістю, сучасністю та актуальним поглядом у майбутнє [Philips]. За статистикою 2020 року, 90% розробників використовували чорний фон для зручності, адже такий фон знижує навантаження на очі та економить електроенергію; мобільні додатки Reddit стверджують, що 78% користувачів віддають перевагу темним палітрам, оскільки вони легші для читання; на Facebook популярність темного дизайну зросла на 56% [Klyzhenko 2023]. Все це вказує на неабияку трендовість цього кольору, а отже, зрозуміло, що така подача тексту на чорному фоні робить ставку на молодь та людей середнього віку, які активно користуються технологіями й мають з ними справу все або майже все своє життя.

Можемо надати й інші приклади цієї гри з чорними та білими кольорами, що підтверджує наявність цієї тенденції:

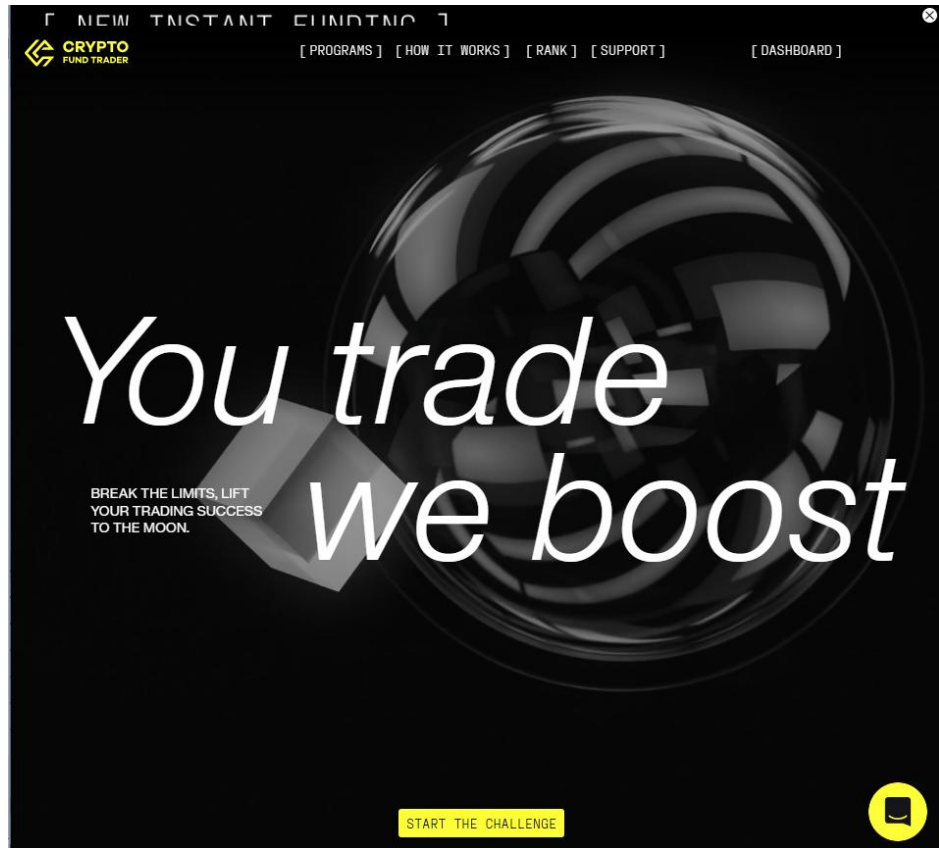


Рис. 2.2. Поєднання чорного фону та білого шрифту [Crypto Fund Trader]

Так само, як і у попередньому зразку, ми бачимо чорний та білий кольори для фону та шрифту, а яскравий колір (у цьому випадку – жовтий) – для привернення уваги до бренду та засобів комунікації / кооперації з ними. На Рис. 2.2 також видно використання не лише кольорів, а і різного розміру шрифту для привернення уваги, акценту на головному тощо.

Так само помітними є гіперпосилання, які звично виділяються кольором або підкресленням і при натисканні миттєво відправляють на інші веб-сторінки. Ця зручна функція спрощує використання послуг, що пропонує сайт, та збільшує обсяг інформації, яку може отримати користувач в один клік. Окрім того, якщо ці гіперпосилання відправляють на інші сторінки чи статті компанії,

то це збільшує ефективність реклами бренду, продуктів компанії чи івентів. Додатково деякі посилання можуть слугувати для зв'язку з командою підтримки і, тим самим, показувати користувачам, що їх думка важлива і їм завжди готові допомогти. Це збільшує довіру й істановлює тісніший зв'язок з потенційним чи існуючим клієнтом. Рис. 2.3 нижче, так само, як і Рис. 2.1 та Рис. 2.2 вище, яскраво ілюструє це явище:

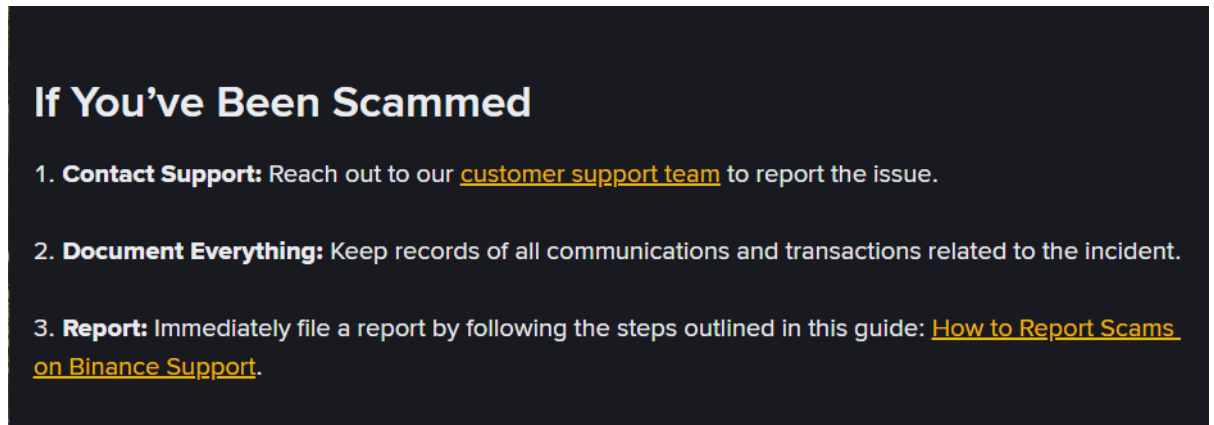


Рис. 2.3. Використання гіперпосилань [P2P Crypto Safety 2025]

Ще одним елементом впливу, що можна побачити на Рис. 2.3, є використання списків для подачі інформації. Такий прийом слугує не лише засобом впорядкування інформації, він також сприяє стислості її подачі, що є типовим для текстів спеціального призначення, і додатково графічно акцентує увагу на цій частині тексту. Через таку багатофункціональність цього невербального засобу він є таким популярним серед авторів текстів СБТ. У прикладі нижче на Рис. 2.4 ми бачимо не стандартний вертикальний список, а горизонтальний, який, завдяки своїй відмінності від стандарту, має ще більший емоційний ефект:

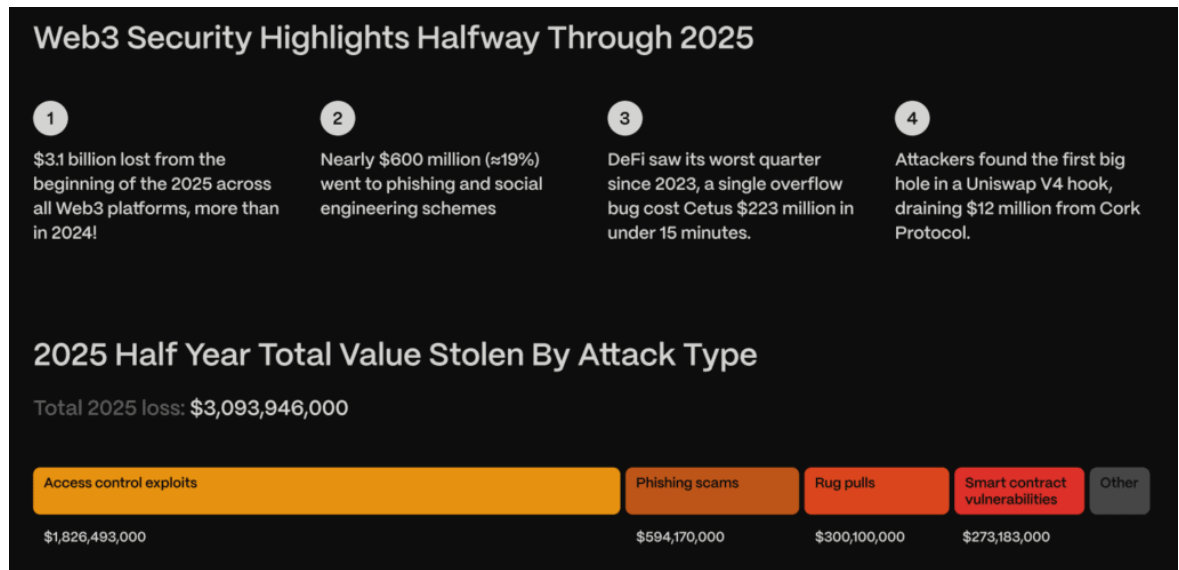


Рис. 2.4. Використання горизонтальних списків [Kot 2025]

На останньому з наведених прикладів, окрім горизонтального списку, можна спостерігати ще один невербальний засіб подачі інформації та додатково – засіб впливу. Мова йде про інфографіку, яка стає все більш і більш популярною у сучасному світі, адже вона насправді «допомагає передавати значну кількість відомостей у лаконічній та зрозумілій формі» [Інфографіка як один зі сучасних засобів цифрового контенту 2023, с. 3]. Інфографіка може бути представлена у вигляді діаграм, графіків, карт, ілюстрацій та інших візуальних елементів для передачі складних даних чи концепцій [5 типів інфографіки та випадки, коли їх варто використовувати 2023]. Зокрема на Рис. 2.4 ми можемо побачити приклад статистичної інфографіки, яка уможлиблює ефективну візуалізацію числових даних, статистики або звітів у лаконічній формі. На цьому рисунку можемо побачити приклад горизонтальної стовпчастої діаграми.

Нижче Рис. 2.5 та Рис. 2.6 підтверджують різноманіття способів подачі статистичних даних, які, окрім числових даних, візуально показують відмінності між ними у простий та легкий для сприйняття спосіб. Так, Рис. 2.5 є зразком

прямокутної стовпчастої діаграми, яка дуже ілюстративно й вражаюче яскраво показує відмінності між двома кварталами 2025 року:

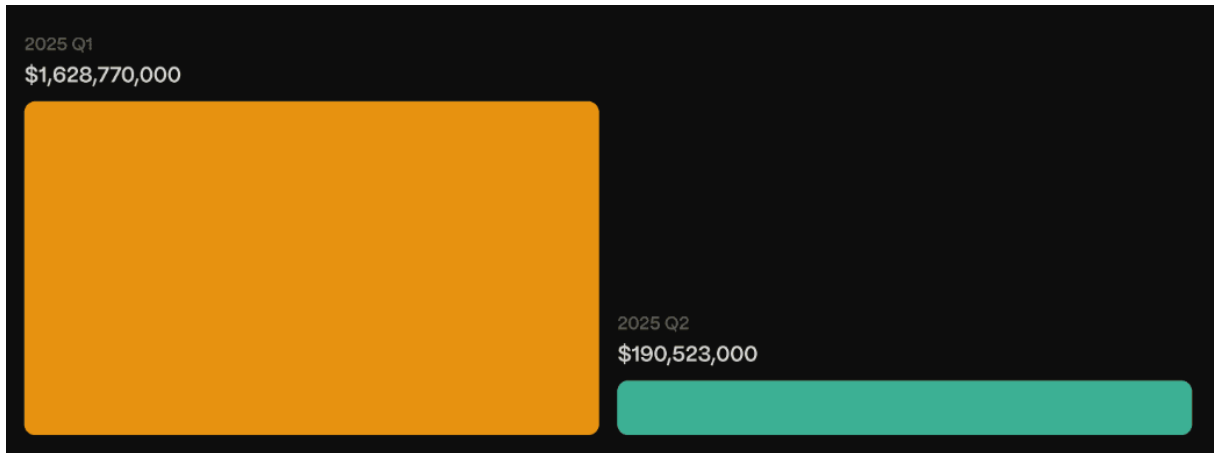


Рис. 2.5. Прямокутна стовпчаста діаграма [Kot 2025]

Приклад нижче є зразком кільцевої діаграми, яка показує, як розподіляється загальна сума (\$1,400,000,000) між різними статусами викрадених коштів:



Рис. 2.6. Кільцева діаграма [Malanii 2025]

Звичайно діаграми є не єдиним зображувальним структурним елементом текстів СБТ. Часто зустрічаються різні рисунки, що виконують функцію попередження, наприклад, скріни переписки з шахраями або ілюстрація вікон, які можуть впливати у користувачів і яких слід остерігатися:

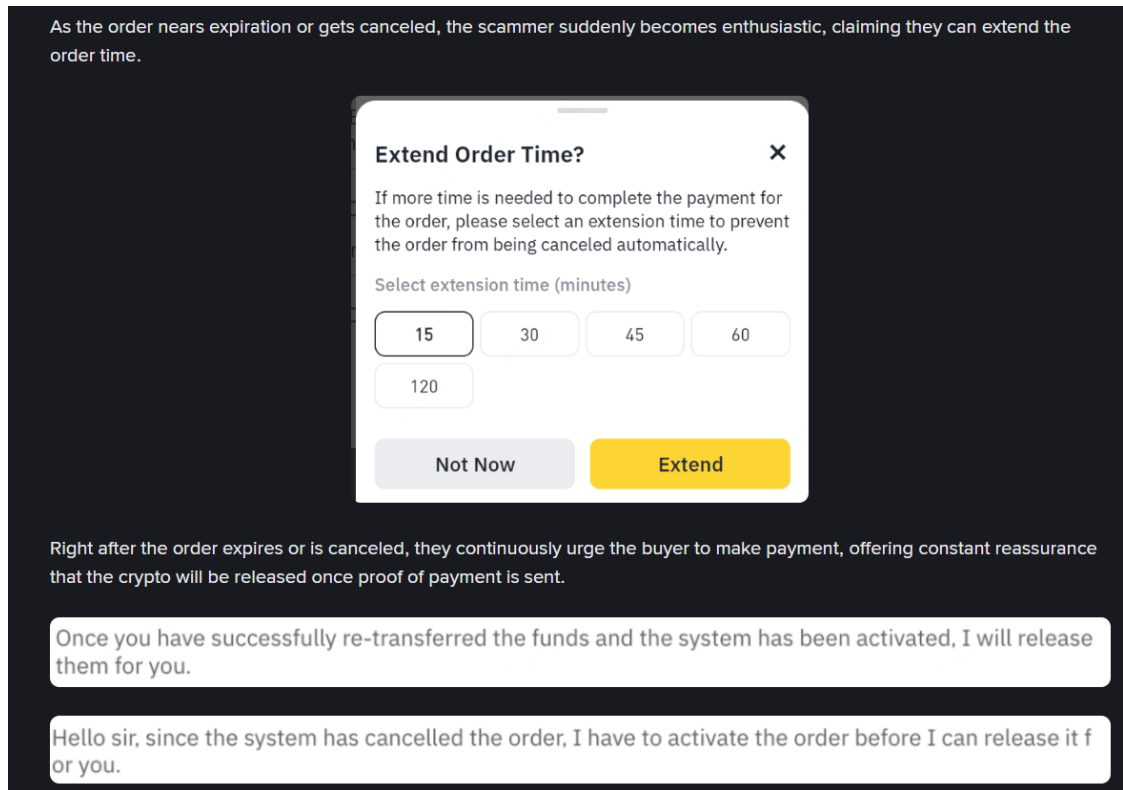


Рис. 2.7. Попереджувачі зображення [P2P Crypto Safety 2025]

Такі ілюстрації є водночас і підтвердженням наявних проблем, і засобом застереження. Окрім того, вони є більш переконливими, ніж будь-які описи, а отже – мають більший вплив на читача. Також для застереження автори використовують зображення знаків оклику або знаків питання, малюнки, що символізують смертельну небезпеку або різні «диявольські» зображення тощо:

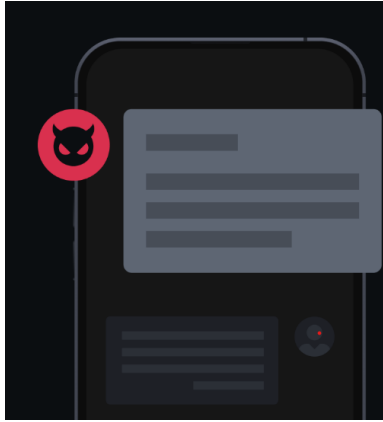


Рис. 2.8. Попереджувальні зображення [Common P2P Scams in Developing Countries and How to Avoid Them 2024]

Аналізуючи такий жанр медіатекстів, як відеоповідомлення за тематикою блокчейн, відзначимо, що вони також використовують для попередження про небезпеку усі вказані вище засоби, а саме – виділення червоним чи іншим яскравим кольором застережень, різних позначок, що привертають увагу, та ін. Однак, додатково у нагоді стає ще звуковий чи музикальний супровід, який, наприклад, у відео-попередженнях може створювати відповідну гнітючу атмосферу й налаштовує реципієнта на серйозний лад [Inside the @zkLend Hack 2025].

Помітним також є те, що чорний колір фону превалує у відео на тематику блокчейн навіть ще більше, ніж у текстових повідомленнях цієї сфери. Зокрема відео з таких важливих для світу блокчейн-подій, як *Blockchain Life 2024* та *Blockchain Forum 2025*, підтверджують використання чорного кольору для фону у рекламних роликах зазначених подій або як загального кольору сцени для виступів учасників [Crypto's Most Influential Event 2025; Curve Finance 2025]. Окрім чорного кольору, помітним є використання синіх відтінків. Це асоціюється з так званим «райдужним графіком Біткоїна (Bitcoin Rainbow Chart)» – візуалізацією, що застосовують для прогнозів довгострокових цінових трендів криптовалюти Біткоїн [Крамаренко 2024]. Цей графік представлений як

серія різнокольорових смуг, кожна з яких позначає окрему фазу ринкового циклу Біткоїна. Синій колір у цьому графіку вказує на можливу недооцінку активу («купуй»). У зв'язку з цим ми можемо говорити про символічність кольорів, адже інтерпретація використання синього у цьому випадку є залежною від контексту, а саме це є однією з характеристик, що відрізняє просто знак від символу [Nöth 1990, с. 111]. Таким чином, активне застосування синього кольору для оформлення платформ для виступів на різноманітних заходах, використання синього у рекламних роліках тощо [The Future of Ethereum 2025; Curve Finance 2025; Middle East News 2025] є підсвідомим спонуканням до дії – купівлі криптовалюти у сприятливий час.

Як видно з аналізу невербальних засобів, описаних вище, медіатексти СБТ активно використовують для впливу на користувачів не лише мовні, а і позамовні засоби. Деякі з них є досить типовими і для текстів інших професійних сфер, але деякі – досить специфічні. Зокрема, до традиційних засобів емпізи можна віднести розмір та тип шрифту, розташування тексту, подача інформації переліком або презентація статистичних даних у вигляді діаграм тощо. Однак, є у текстах й відеоматеріалах СБТ також специфічні, але дуже ефективні невербальні засоби впливу та донесення інформації. До таких можна віднести використання чорного фону як основи, застосування кольорів для позначення бренду або для попереджень, а також превалювання синього кольору для підсвідомого спонукання до купівлі валют.

РОЗДІЛ 3

ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МЕДІАТЕКСТІВ БЛОКЧЕЙН-ІНДУСТРІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

3.1. Труднощі перекладу медіатекстів блокчейн-технологій

Описане у попередніх розділах ілюструє декілька доволі специфічних особливостей текстів СБТ, що у більшості випадків спрямовані на створення певного прагматичного ефекту, який би зацікавив реципієнтів та спонукав їх до відповідних дій. Це стосується і мовного, і позамовного їх оформлення. Окрім своєї основної функції – інформувати, тексти медіасфери в цілому й тексти СБТ зокрема мають на меті персуазивний вплив і застосовують для цього усі засоби, що є в їх арсеналі. Саме тому важливим при перекладі є адекватне відтворення закладеного в них прагматичного потенціалу, що видається не завжди легким і потребує концентрації уваги, досконалого володіння обома мовами і професіоналізму перекладача.

Прагматичний підхід до вивчення тексту-оригіналу і його паратексту відкриває великі можливості для пояснення вибору перекладачем тих чи інших стратегій і тактик, а також способів, прийомів і технік перекладу [Павлик 2020, с. 192]. Фахівці та теоретики перекладу зазначають, що текст не є одновимірною, лінійною послідовністю елементів, рівномірно пов'язаних між собою. Це комплексне утворення, структурні елементи якого мають різний комунікативний потенціал та різне ієрархічне положення у текстовому конструкті. А інтерпретація мовленнєвих актів залежить від їх позиції та статусу в цій послідовності [Natim 2009, с. 206]. Під час перекладу медіатекстів еквівалентність не є єдиним завданням – не менш важливими є також читабельність і ефективність впливу на читацьку / глядацьку аудиторію [ElSherif 2022, с. 28]. Німецький лінгвіст А. Нойберт зазначав, що з точки зору

прагматики процес перекладу передбачає розширення аудиторії, а саме: встановлення потенційних відносин між тими, хто говорить мовою оригіналу, і тими, хто говорить мовою перекладу [Neubert 1968, с. 25]. Медіатексти завжди мають на меті привернення уваги якомога ширшої аудиторії, а тексти СБТ ще додатково передбачають певні комерційні цілі. При перекладі таких текстів іншою мовою аудиторія, що спонукається до відповідних дій, безсумнівно розширюється. Тому очевидність і дієвість закликів, що їх використано в тексті оригіналу, не можна втрачати при творенні інофонного паратексту. Слід зважати на роль кожного мовленнєвого елементу та його статус у передачі загального змісту усього тексту.

Важливо також правильно визначити текстотип чи інший медіапродукт, що підлягає перекладу [ElSherif 2022, с. 32]. Тип тексту задає його мету, а отже впливає на ті параметри, що їх ніяк не можна втратити при перекладі. Так, у випадку текстів СБТ може йтися про рекламні повідомлення, статті-попередження проти шахраїв, пости-алгоритми дій (що часто використовують велику кількість додаткових графічних засобів – зображення, кольори, символи тощо), відеозаписи виступів на різноманітних заходах тощо. Ці різні жанри можуть мати свої специфічні характеристики, які слід зберегти при перекладі.

Мова текстів СБТ часто є емоційно забарвленою через згадану вище необхідність привернення уваги та спонукання до дій. Тож виникає проблема відтворення або, за неможливості, компенсації емоційності за допомогою засобів іншої мови. При цьому перекладач може вдаватися до прагматичної адаптації, яка передбачає: 1) перетворення вихідного тексту відповідно до інформаційного ресурсу адресата; 2) перетворення вихідного висловлювання з урахуванням передачі його прагматичного значення [Павлик 2020, с. 195].

Мови доволі досить сильно різнитися з точки зору засобів впливу [Crystal 1988, с. 120]. Оскільки у багатьох випадках не існує прямого збігу або стовідсоткової еквівалентності, то перекладач вимушений задіювати увесь

арсенал перекладацьких трансформацій – лексичних, граматичних, синтаксичних. Сталі вирази та ідіоми, мабуть, викликають найменше труднощів, адже частіше за все вони мають певні відповідники, зафіксовані у словниках. Складніше зі стилістичними прийомами і сленгом, відтворення яких у пара тексті є більш проблемним через їх (прийомів) оригінальність. Саме тут у нагоді стає професійна майстерність перекладача, адже прагматичні помилки не порушують очевидні правила граматики або використання лексики, але через них втрачається сама суть повідомлення.

Що стосується термінів – цього невід'ємного складника текстів спеціального призначення, якими є медіапродукти СБТ, – то тут слід відмітити їх інтернаціональний характер. Це відбувається через глобальний характер блокчейн-індустрії, де у більшості випадків комунікація здійснюється англійською мовою, і тому основні терміни часто утворюються шляхов використання інтернаціональних морфем (див. 2.1). Як результат, при перекладі спостерігаємо застосування транскодованих еквівалентів.

Звичайно є випадки, коли слід бути обережнішим, добираючи відповідники термінам або термінологічним скороченням, адже, як підкреслювалось вище у 2.1, у терміносистемі СБТ активно діють процеси транстермінологізації, у результаті яких терміни з інших професіосфер починають функціонувати в терміносистемі СБТ у своїх звичних і/або адаптованих значеннях. Саме тому перекладач має бути добре обізнаним у поняттєвому контексті й використовувати ті шляхи і способи перекладу, що оптимально відповідають обраній тематиці.

Отже, з огляду на прагматику того, що є, і того, що має бути адекватно переведено при перекодуванні тексту оригіналу в пара текст, слід враховувати збереження в ньому таких взаємопов'язаних між собою параметрів, як інформаційний контент, мовленнєві інтенції, текстотип, персуазивний і сугестивний вплив, запланований посткомунікативний ефект. Ці елементи є

співвідносними з трьома компонентами комунікативного акту – локутивним, іллокутивним і перлокутивним. У пункті нижче розглядатимуться основні труднощі, з якими стикаються перекладачі при роботі з медіаматеріалами СБТ, та шляхи їх подолання із наміром збереження комунікативної інтенції та прагматичних настанов.

3.2. Шляхи і способи відтворення прагматичних настанов англomовних текстів блокчейн-технологій українською мовою

Розгляд шляхів та способів відтворення прагматичних настанов текстів СБТ при перекладі слід починати з питання перекладу термінів. І хоч ці лексичні одиниці зазвичай не викликають значних труднощів через наявність в них інтернаціональних компонентів, як ми вже підкреслювали у пункті вище, вони заслуговують на окрему увагу, оскільки є ваговою складовою будь-якого спеціального тексту, додаючи йому інформативності, точності та авторитетності. А отже вони мають бути відтворені так, щоб ці характеристики були збережені у мові перекладу.

Особливо уважним слід бути з вибором словникових відповідників для одиниць, які надійшли до СБТ з інших професійних терміносистем. Так, здавалось би прості терміни, які можна перекласти через пошук відповідника чи транскодування, потребують додаткової перевірки, адже звичний спосіб їх перекладу, наприклад у фінансовій, економічній чи комп'ютерній сферах, може бути не зовсім доречним у СБТ в цілому чи у певних тематичних контекстах: *funds* – кошти, *order* – ордер, *rate* – курс, *trade* – угода, *details* – реквізити, *screenshot* – знімок екрану. Необхідність врахування контексту при перекладі термінів підкреслюється зокрема при соціокогнітивному підході до їх вивчення,

наголошуючи на важливості прикладного підходу до використання цих одиниць [Bowker 2009, с. 287].

Аналіз термінів, відібраних шляхом суцільної вибірки з текстів СБТ, показав, що найрозповсюдженішими способами перекладу одиниць цієї терміносистеми є такі:

а) транскодування: *incident* – інцидент, *timeout* – тайм-аут, *exploit* – експлоїт, *device* – девайс, *deployer* – деплоєр, *timelock* – таймлок, *critical operation* – критична операція, *phishing attack* – фішінгова атака, *smart contract* – смарт контракт, *social engineering* – соціальний інжиніринг, *fintech company* – фінтех-компанія;

б) калькування: *private key* – приватний ключ, *hot wallet* – гарячий гаманець, *cold wallet* – холодний гаманець, *fake call* – фейк-дзвінок;

в) описовий переклад: *exploit the system* – користуватися для зловживання системою, *safeguards* – захисні механізми, *reporting system* – система повідомлення про проблему, *escrow* – умовне депонування;

г) перестановка слів: *seller funds* – кошти продавця, *order page* – сторінка ордера, *payment time* – термін оплати, *cryptocurrency offer* – пропозиція криптовалюти, *crypto industry losses* – збитки крипто індустрії, *access control vulnerability* – уразливість управління доступом, *user trust* – довіра користувача;

д) додавання слова: *order window* – активне вікно ордеру, *Hacken* – компанія Hacken;

е) вилучення слова: *double-checking order status* – перевірка статусу ордера.

Помітно, що останні два способи перекладу не є дуже частотними, адже трансформації додавання та вилучення слова у випадку термінів мають використовуватись дуже обережно, щоб не викривити значення поняття або не втратити важливі семантичні компоненти. Іноді додавання може бути зумовлено необхідністю уточнити значення певних структурних компонентів

лексичної одиниці, наприклад, префіксу: *re-activate* – «повторно активувати». Хоча, варто відмітити, у інших контекстах при перекладі цього ж терміну застосовується смисловий розвиток: *re-activate* – «відновити».

Терміни з інтернаціональними морфемами можуть перекладатися транскодування, або поєднанням транскодування інтернаціонального елементу з перекладом інших компонентів термінологічної одиниці загальноприйнятими словниковими відповідниками: *cryptocurrency* – криптовалюта, *crypto scam* – криптошахрайство, *counterparty* – контрагент, *crypto asset* – крипто актив, *multi-signature* – мультипідпис.

Деякі з зазначених у переліку вище способів перекладу, зокрема перестановка слів, додавання та вилучення, можна спостерігати не лише при перекладі термінологічних одиниць, а і на граматичному рівні, що зазвичай пов'язано з граматичними відмінностями двох мов. Ці явища будуть проілюстровані нижче разом з іншими граматичними трансформаціями.

Окремої уваги заслуговують аббревіатури, які є дуже розповсюдженими у СБТ. Як ми детально описували у 2.1, вони можуть бути різних типів і можуть поєднуватись з іншими лексичними одиницями, утворюючи сталі термінологічні словосполучення: *DeFi protocols* – протоколи DeFi; *malicious dApps* – шкідливі dApps; *Web3 ecosystem* – Web3-екосистема; *VPN login* – VPN-логін [Kot 2025; Кот 2025]; *P2P trades* – P2P-угоди; *P2P Safety* – Безпека P2P-операцій; *peer-to-peer (P2P) crypto sellers* – P2P-продавці крипто валют [P2P Crypto Safety 2025; Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Вочевидь, при передачі аббревіатур в україномовних текстах СБТ, здебільшого спостерігається варіант збереження форми оригіналу. У тих нечастотних випадках, де перекладачі все ж таки намагаються перекласти аббревіатури, надаючи їй повну форму, вони залишають поряд у дужках англійський варіант аббревіатури, адже він може бути більш впізнаваним, навіть для україномовного споживача:

*Our monthly **Proof of Reserves (PoR) program**, audited by blockchain security firm Hacken [We're Now ISO/IEC 27001 and CSA STAR Level 1 Certified 2025].* – Наша щомісячна **програма підтвердження резервів (PoR)**, перевірена фірмою з безпеки блокчейну Hacken [Тепер ми сертифіковані за стандартом ISO/IEC 27001 2025].

Збереження форми оригіналу можна відмітити і при відтворенні в україномовних перекладах назв компаній, сайтів чи проектів, наприклад, *Binance, Hacken, Bybit, Bitbucket, Calendly, GitHub* та ін. В українських текстах не використовується транскодований варіант назви, і замість цього залишається форма оригіналу латиницею (іноді з додавання слів загального значення, типу «компанія» чи «сайт», перед самою назвою).

Більш того, збереження форми оригіналу в україномовних текстах можна спостерігати і при відтворенні деяких термінів, що не є власними назвами:

*Decentralized projects, in turn, suffer significant losses due to the compromise of devices that store **the seed phrase**, private key or are used to sign transactions [Kot 2025].* – Децентралізовані проєкти, зі свого боку, зазнають значних втрат через компрометацію девайсів, які зберігають **seed-фразу**, приватний ключ або використовуються для підписання транзакцій [Kot 2025].

*The company also highlighted the first-ever attack on **hook mechanics** in Uniswap V4 [Kot 2025].* – У компанії також звернули увагу на першу в історії атаку на **hook-механіку** в Uniswap V4 [Kot 2025].

Вищенадані зразки є досить ілюстративними, адже більшість інтернаціональних термінів все ж таки перекладено із застосуванням транскодування (*децентралізований проєкт, девайс, транзакція, компанія, атака, механіка*), але терміни «*seed*» та «*hook*» зберігають форму оригіналу, що ілюструє певні тенденції у терміносистемі до застосування саме англійських варіантів термінів у деяких випадках. Перекладачі вважають, що переклад цих одиниць може заплутати реципієнтів, які звикли мати справу саме з

англомовними варіантами криптотермінів, написаними латиницею. Отже, очевидною є першочерговість орієнтації на реципієнта-клієнта. Цю тенденцію до збереження англомовних форм у неангломовних комерційних текстах підкреслюють і наукових роботах з перекладу, зазначаючи, що подібне явище є результатом мовних контактів і глобалізації [Olohan 2009, с. 41].

Наступна категорія, на яку слід звернути увагу, це – англомовні метафоричні терміни СБТ та їх переклад українською. Слід відмітити, що у більшості випадків метафоричність термінологічних одиниць зберігається. Так, це можна було побачити вище при ілюстрації перекладу термінів *hot wallet* та *cold wallet*, які перекладаються калькуванням із збереженням переносу значення – «гарячий гаманець» та «холодний гаманець» відповідно. Можна навести і інші приклади перекладу відповідниками метафоричних термінів українською: *regulatory sandbox* – «регуляторна пісочниця», *cloud service* – «хмарний сервіс». Емоційний компонент є дуже важливим для текстів аналізованої сфери, адже саме вплив на емоції найефективніше спонукає до дії, що є важливою метою текстів СБТ. Додатково метафоричність є досить ілюстративною завдяки асоціативності з повсякденними поняттями, а отже краще зрозумілою для нефахівця або початківця у СБТ.

Важливим з точки зору прагматичного ефекту й особливих труднощів при перекладі є розгляд способів перекладу сленгу у текстах СБТ. Сленг безсумнівно є емоційно забарвленими одиницями, і переклад має зберегти цей прагматичний потенціал. Подібно до метафори багато сленгових одиниць перекладається калькуванням, адже вони також носять метафоричний характер, який перекладачі намагаються зберегти для відтворення емоційності текстів. Деякі сленгові одиниці можуть навіть переходити до професійного лексикону – термінологізуються, якщо активно використовуються у статтях, блогах тощо і, таким чином, стабілізуються у вживанні. Але калькування не є єдиним варіантом перекладу сленгу, адже прямий переклад не завжди може спрацювати

у випадку з цією лексичною групою. Розглянемо деякі способи перекладу сленгу, що є найбільш поширеними:

а) калькування: *paper hands* – «паперові руки» [Дикаленко 2023] (хоча може використовуватись і у варіанті «слабкі руки» [Аналітик: ринок біткоїна позбувся «слабких рук» 2025]), що вже не є повним калькуванням, а скоріш – функціональним відповідником); *dead coin* – «мертва монета» [Мертва монета 2025];

б) транскодування: *shitcoin* – «шиткоїн» [Демідко 2023]; *boomer* – «бумер» [INFBusiness 2023]; *rug pull* – «рагпул» [Unchained 2024];

в) описовий переклад (часто використовується поряд або замість транскодованого варіанту у якості пояснення для необізнаних реципієнтів): *rug pull* – «шахрайський вихід з проєкту»; *bagholder* – «той, хто застряг з безцінними токенами»; *flipping* – «зміна лідера ринку»;

г) переклад аббревіатури відповідною повною формою (адаптація): *FOMO* (*fear of missing out*) – «страх упустити вигоду, страх втраченої можливості» [FOMO у маркетингу 2025].

Так само емоційно забарвленими, як метафоричні терміни та сленг, є більшість фразових дієслів. Окрім того, їх приналежність до розмовного стилю мовлення робить їх тим елементом, який надає стилю текстів СБТ характеру невимушеності й наближеності до повсякденного спілкування. Однак, в українській мові категорія фразових дієслів відсутня, і тому перекладач вимушений передавати зміст нейтральними відповідниками або шукати шляхи компенсації втраченої емоційності. Розглянемо й проаналізуємо декілька прикладів:

Here's how the scam typically plays out [P2P Crypto Safety 2025]. – Ось як зазвичай **відбувається** шахрайство [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

They pressure the buyer to go ahead with the payment [P2P Crypto Safety 2025]. – Вони тиснуть на покупця, щоб той здійснив платіж [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Як бачимо з прикладів вище, перекладачі обирають варіант нейтрального відповідника, ставлячи в пріоритет точність передачі інформації, а не відтворення емоційності, що є доречним, зважаючи на першочергову мету професійно орієнтованих текстів – інформувати.

Окремої уваги заслуговують граматичні трансформації, які безсумнівно мають місце, адже граматична структура мов (англійської та української) суттєво різняться – порядок слів у реченні, узгодження елементів речення, способи творення різних частин мови, наявність або відсутність певних граматичних форм чи конструкцій в одній із мов та ін.

Одна з найпомітніших і найрозповсюдженіших граматичних трансформацій при перекладі з англійської мови на українську є заміна частини мови. Часто можна спостерігати заміну дієслівних форм іменними при перекладі з англійської на українську. В цілому слід відзначити, що тенденція до номіналізації, яка власне є однією з характеристик наукових та професійно орієнтованих текстів, є більш помітною в україномовних текстах. Більш того, певні граматичні конструкції, зокрема конструкції з безособовими формами або пасивом, часто перекладаються на українську мову за допомогою іменних форм:

These tactics are meant to create urgency and give the impression that the transaction is still valid [P2P Crypto Safety 2025]. – Ці тактики спрямовані на створення відчуття терміновості та враження, що транзакція досі дійсна [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...share practical tips to protect yourself [P2P Crypto Safety 2025]. – ...поділимося практичними порадами щодо захисту [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...*transferring funds when appropriate* [P2P Crypto Safety 2025]. – ...**переказ коштів** лише в належний час [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Окрім заміни дієслівних форм на іменники, номіналізація може бути реалізована і шляхом трансформації додавання слова (іменника) при перекладі прикметника, що можна побачити в останньому прикладі вище (*appropriate* – «в належний час»).

Як видно з прикладів вище, існування певних конструкцій в англійській мові та їх відсутність в українській, передбачає обов'язкові трансформації, як то заміна частини мови (Complex Subject (див. повний прикл. вище): ...*are meant to create* – ...спрямовані на створення), додавання або вилучення слів:

We urge crypto asset holders to carefully check the parameters of transactions they are about to sign [Kot 2025]. – Ми закликаємо власників криптоактивів уважно перевіряти параметри транзакцій, які вони **збираються підписати** [Kot 2025].

Так, приклад вище ілюструє використання інфінітивної конструкції, функція якої – вказати на дію, яка має відбутися у найближчий час, але через відсутність відповідної конструкції в українській мові перекладач вдається до смислового розвитку і додає дієслово «збираються» для передачі відповідного змісту.

Подібно до явищ, описаних вище, трансформація заміна частини мови часто потрібна при відтворенні пасивних конструкцій англійською мовою (де, на відміну від української, вони є дуже частотними у фахових текстах):

If you've been scammed, act fast [P2P Crypto Safety 2025]. – Якщо ви **стали жертвою шахрайства**, дійте швидко [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...*once a trade is initiated* [P2P Crypto Safety 2025]. – ...**після ініціювання** угоди [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Never send funds after an order is canceled or expired [P2P Crypto Safety 2025]. – Ніколи не надсилайте кошти **після скасування чи закінчення терміну дії** ордеру [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...they continuously urge the buyer to make payment, offering constant reassurance that the crypto will be released once proof of payment is sent [P2P Crypto Safety 2025]. – ...вони постійно наполягають на оплаті, постійно запевняючи, що криптовалюту буде переказано **після надання** підтвердження оплати [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...no such extension was made [P2P Crypto Safety 2025]. – ...жодного подовження **не було** [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Як можна побачити з наданих прикладів, майже у всіх випадках пасивні конструкції передаються через іменні форми, що підтверджує вищезгадану тенденцію до номіналізації в україномовних фахових текстах. Лише дві пасивні форми із наведених вище було відтворено дієслівними конструкціями – в одній збережено пасив (*will be released* – «буде переказано»), а в іншій пасив змінено на активну форму (*was made* – «не було»).

Більш того, заміну дієслівної форми на іменну можна спостерігати і при перекладі активних форм, наприклад:

*...claiming they've **extended** the time* [P2P Crypto Safety 2025]. – ...заявляють про **подовження** терміну [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Інші граматичні трансформації, що привертають увагу при порівнянні англійських та україномовних текстів СБТ, стосуються здебільшого вже безпосередньо зміни структури речень:

*The surveyed players see **the greatest potential** in artificial intelligence* [Пиріг 2025]. – **Найбільший** потенціал опитані гравці вбачають у штучному інтелекті [Пиріг 2025].

Так, у прикладі вище спостерігаємо зміну порядку слів в україномовному варіанті, де додаток (рема) є інвертованим, змінюючи акцент. Така зміна структури речення є нормою в українській мові, де, на відміну від англійської, порядок слів у реченні є більш-менш вільним. Таким чином, перекладач мав змогу додатково підкреслити потужні перспективи для гравців, поставивши прикметник у найвищому ступені на першу позицію.

Ще один тип змін, що уможливають синтаксичні особливості української мови, це – використання еліптичних речень, де вказівка на виконавця дії є неважливою, наприклад:

It is about the creation of the Ukrainian large language model and the development of a strategy for the development of artificial intelligence until 2030 [Pyrih 2025]. – **Йдеться про створення** української великої мовної моделі та розробку стратегії розвитку штучного інтелекту до 2030 року [Піріг 2025].

We would like to remind you that in June 2025, we reported that Ukraine started creating a national large language model [Pyrih 2025]. – **Нагадаємо**, у червні 2025 року ми повідомляли, що в Україні почали створення національної великої мовної моделі [Піріг 2025].

Як видно з обох зразків, в україномовному варіанті перекладач вилучає підмети (а у другому випадку – підмет і частину присудка), що дає змогу досягти більшої стислості та зробити акцент на основній ідеї речення. В англійській мові, де за правилами речення мають бути двоскладними (за винятком специфічних стилістичних прийомів), цей варіант був би граматично некоректним. У той же час в першому з прикладів вище ми можемо спостерігати англійську версію емпатичної конструкції з «it is(that)», яка використовується для виділення основного елементу речення.

Останні з аналізованих прикладів граматичних трансформацій демонструють наскільки важливою для текстів СБТ є можливість емпізи та емоційного забарвлення, адже, як пам'ятаємо, окрім інформативної функції

велике значення має й функція прагматична, що уможливорює вплив на реципієнта та спонукає його до дії. Тому доречним вважаємо також аналіз перекладу стилістичних засобів з точки зору їх збереження чи компенсації.

Досить потужним арсеналом авторів текстів СБТ є метафори. Вище у цьому підрозділі ми аналізували переклад метафоричних термінів, зазначаючи, що майже у всіх випадках спостерігається їх повне відтворення, здебільшого за допомогою калькування. Окремо, вважаємо за доречне дослідити переклад метафор як стилістичних прийомів, використаних авторами для емоційного забарвлення й впливу. Зокрема, навіть у межах одного тексту знаходимо велику кількість прикладів. Наводимо їх разом з варіантами українською мовою: *the clock is their weapon* – час стає їхньою зброєю; *buying time* – затягування часу; *to buy even more time* – щоб виграти ще більше час [P2P Crypto Safety 2025; Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Приклади вище демонструють випадки, де перекладачам вдалося зберегти образність і навіть, у випадку з іменником *weapon* відтворити той самий образ «зброя». В інших двох прикладах з дієсловом *to buy* й іменником *time* метафоричність зберігається, але образи змінюються.

У той же час у зв'язку з вагомими відмінностями мов і неможливістю відтворення всіх сталих образних виразів перекладачі інколи просто намагаються дотримуватись точності змісту, втрачаючи при цьому образність мовлення:

...*walk* you through a real-life example [P2P Crypto Safety 2025]. – ...розглянемо реальний приклад [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Scams like the pay-to-canceled-order trick are designed to prey on quick decisions [P2P Crypto Safety 2025]. – Шахрайські схеми, як-от трюк з оплатою скасованого ордера, розраховані на швидкі рішення [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

...*bad actors try to exploit even basic features of the P2P process* [P2P Crypto Safety 2025]. – Зловмисники намагаються **використати** навіть базові функції P2P-процесу [Безпека P2P-операцій з криптовалютою 2025].

Як бачимо, обрані перекладачем варіанти точно відтворюють зміст, використовуючи сталі вирази української мови – «розглянути приклад», «розрахувати на рішення» та «використати функції». Однак, додаткової емоційності у реченнях не спостерігаємо.

Отже, аналіз наявних перекладів текстів СБТ демонструє певні тенденції. По-перше, очевидним є активне використання, поряд з наявними словниковими відповідниками, різних видів транскодування, що пов'язано з великою кількістю у терміносистемі СБТ інтернаціоналізмів та інтернаціональних морфем. Окрім цього, помітним є такий спосіб перекладу, як калькування, що застосовується для відтворення метафоричних термінів, сленгу і не тільки. Калькування допомагає зберегти образність і, додатково, впізнаваність термінів сфери. Специфічним є відтворення аббревіатур, які зазвичай не перекладаються, а залишаються в україномовних текстах у формі оригіналу, що дозволяє реципієнтам, які обізнані у СБТ, легше орієнтуватися в текстах обох мов. Граматичні трансформації, у свою чергу, не є специфічними і частіше пов'язані зі стандартними відмінностями між мовами, одна з яких носить аналітичний характер (англійська), а інша (українська) – синтетичний. Саме це найчастіше зумовлює відповідні трансформації та можливості зміни акцентів.

ВИСНОВКИ

Медіатекст є порівняно новим продуктом комунікації, який у силу своєї специфіки може бути частиною різноманітних медіаструктур (вербального, візуального, звукового, мультимедійного планів) і різноманітних засобів масмедіа (періодика, радіо, телебачення, Інтернет, мобільний і супутниковий зв'язок). Все це зумовлює його унікальність та багатоаспектність і разом з цим – складність. Ця унікальність безпосередньо відбивається у всьому різноманітті жанрів, якими можуть бути репрезентовані медіатексти – тексти журналістики, реклами та PR-тексти, випуски новин, виступи політиків, коментарі та думки експертів, розважальні шоу та багато іншого. Кожен з них має свої специфічні особливості й цілі комунікації, розставляє свої акценти і використовує свій набір засобів.

Цілі медіатекстів різних жанрів можуть варіюватися: інформативна, розважальна, освітня, прагматична та ін. При цьому прагматика медіатекстів часто виходить на перший план, адже більшість з цих текстів спрямовані на переконання реципієнтів та/або на пряму економічну вигоду. Саме такими – прагматично потужними та комерціалізованими – є тексти СБТ, які є об'єктом дослідження у цій роботі. Блокчейн-технології беруть за мету безпеку персональних даних, фінансову безпеку та оптимізацію управління даними. Саме тому ці технології є цікавими для багатьох професійних сфер, що мають справу з обміном даними і хочуть зробити цей процес безпечним. Звичайно, саме з цієї причини сфера криптовалют активно використовує та просуває ці технології. А тому вони асоціюються насамперед саме з криптовалютами.

Медіатексти СБТ представлені такими жанрами, як статті, блоги та пости у блогах, промови, рекламні тексти та відеоролики, різного роду креалізовані тексти із мінімумом вербальної інформації або взагалі без неї – лише графіка, відеоінтерв'ю та ін. Мета та цільова аудиторія таких текстів можуть різнитися.

Відмітимо також, що вони часто мають колективне авторство і розташовуються на веб-ресурсах компаній, що займаються блокчейн-технологіями або працюють з криптовалютами. Зустрічаються і статті під індивідуальним авторством, але рідше.

Специфікою майже усіх текстів СБТ (звичайних, креалізованих чи відеотекстів) є їх основна прагматична настанова – привернення уваги цільового реципієнта із подальшою метою його залучення до застосування блокчейн-технологій або до операцій з криптовалютами. Тобто можна сказати, що червоною лінією проходить економічний параметр, який перетворює всю інформацію (вербальну та невербальну), представлену у зазначених текстах на товар, що веде до очевидної комерціалізації цих текстів. Орієнтація на реципієнта та на його зацікавленість у темі є тим, що керує автором/-ми при виборі лінгвальних та паралінгвальних засобів. Майже всі ці засоби виконують подвійну мету – передати інформацію та спонукати до потрібних дій.

Переслідуючи мету передачі інформації, тексти СБТ активно використовують терміни (загальнонаукові та вузькоспеціальні), що уможливорює їх інформативність, точність та достатню формальність викладу тексту. Окрім того, використання термінів додає текстам авторитетності, а отже – викликає довіру до професіоналізму автора/рів. Слід, однак, підкреслити, що поряд з серйозністю викладу в текстах СБТ помітною рисою є збільшена емоційність багатьох моментів, що пояснюється наміром привернути увагу ширшої аудиторії й залучити більшу кількість потенційних клієнтів. Тому сленг та професіоналізми активно й досить органічно поєднуються в текстах цієї сфери з власне термінами, а метафори з формальними кліше та книжною лексикою. Аббревіатури, скорочення та номенклатура також можуть функціонувати і як стандартні терміни, і як скорочені сленгові вирази.

Проаналізовані граматичні ознаки текстів СБТ носять більш формальний характер і можуть вважатися типовими ознаками всіх професійно орієнтованих

текстів. Так, можна підкреслити активне використання пасивного стану дієслова, безособових форм і конструкцій з ними, різних модальних дієслів та ін. У той же час відмічаємо також і прагнення до привернення уваги до певних моментів тексту (розщеплений інфінітив, складений іменний присудок) та спонукування до дії (імператив).

При спробі відтворення цих ключових мовних ознак та реалізації прагматичних настанов при перекладі англійських текстів СБТ на українську перекладачі стикаються з низькою проблем, які пов'язані як з відмінностями самих мов, так і з проблемністю передачі іншою мовою всіх нюансів мови оригіналу. Проблеми можуть виникати навіть при відтворенні термінологічних одиниць, адже у терміносистемі СБТ використовуються терміни запозичені з інших сфер. Отже, перекладач повинен бути уважним, добираючи відповідники. Так само проблемними можуть бути сленгом одиниці, адже вони не мають офіційного статусу терміну, але у той же час є досить розповсюдженим компонентом текстів аналізованої сфери. Найчастіше для їх перекладу застосовують кальку, транскодування або описовий переклад, що дозволяє або точно передати зміст, або відтворити образність.

Грамматичні трансформації, що спостерігалися при аналізі перекладів, демонструють більшу тенденцію до номіналізації в українськомовних текстах, ніж в англійських. Саме тому деякі конструкції, зокрема пасив та безособові форми, перекладачі передавали через іменні форми замість дієслівних. Ще однією з помітних граматичних трансформацій була зміна порядку слів в українськомовних реченнях, на відміну від фіксованого порядку слів їх англійських варіантів. Таким чином, в українських варіантах перекладачі мали змогу зробити потрібні акценти та привернути увагу реципієнтів, досягнувши потрібної прагматичної мети.

Узагальнюючи, зазначимо, що тексти СБТ є різновидами медіатекстів, представленими у різних жанрах. Вони мають потужний прагматичний

потенціал, який реалізується через ретельний добір мовних засобів, що адекватно та повноцінно передають потрібну інформацію і водночас привертають увагу цільового реципієнта, спонукаючи його до потрібних дій. При перекладі англомовних текстів СБТ українською існує потреба у використанні низки лексичних, граматичних та стилістичних трансформацій, які уможливлують точну передачу змісту, не ускладнюючи навмисно його сприйняття, а також забезпечують досягнення практичної прагматичної мети, в якій гармонійно поєднуються інформативна та комерційна складові.

SUMMARY

The second half of the 20th century and the beginning of the 21st century are characterized by the rapid development of mass communication and new information technologies. The dynamic growth of traditional media and the expanding influence of the Internet have contributed to the formation of a unified information environment woven from the combination of multiple media streams. The Internet and related technologies have acquired the status of leading means of mass communication and important information resources that ensure the functioning and dissemination of vast amounts of data.

As a result, today the media have become an integral part of our everyday life and play a crucial role in establishing, maintaining, and improving business relations. The field of blockchain technologies is no exception. It focuses primarily on cryptocurrency transactions but also deals with the issues of secure data storage for many other purposes. It is no surprise that this field – directly connected with various technological innovations – relies on media communication as its main tool for disseminating information and influencing potential service users.

The product of media communication is the media text, and in the modern world, we encounter such texts every day in one form or another. For this reason, it is relevant to study the verbal and nonverbal means of influence in English-language media texts within the blockchain technology sphere, as well as the challenges and strategies of their translation from one language into another.

A media text is a relatively new product of communication that, due to its specific nature, can be part of various media structures (verbal, visual, audio, and multimedia) and various forms of mass media (print, radio, television, the Internet, mobile, and satellite communication). All these aspects determine its uniqueness and multidimensionality, and at the same time – its complexity. This uniqueness is directly reflected in the wide range of genres in which media texts can be represented:

journalistic articles, advertising and PR texts, news releases, political speeches, expert commentaries and opinions, entertainment shows, and many others. Each of these genres has its own specific features and communicative goals, sets its own priorities, and employs a distinct set of linguistic means.

The purposes of media texts of different genres may vary – they can be informative, entertaining, educational, pragmatic, etc. At the same time, the pragmatic aspect of media texts often comes to the forefront, since most of them aim at persuading recipients and/or achieving direct economic benefit. Such pragmatically powerful and commercialized texts include those within the blockchain technology sphere. Blockchain technologies aim at ensuring the security of personal data, financial safety, and optimization of data management. Therefore, these technologies are currently of great interest to many professional fields dealing with data exchange and seeking to make this process secure. Naturally, for this reason, the field of cryptocurrencies actively uses and promotes these technologies, and they are primarily associated with cryptocurrencies.

Media texts in the blockchain technology sphere are represented by such genres as articles, blogs and blog posts, speeches, advertising texts and video clips, as well as various types of creolized texts that may contain minimal verbal content or none at all – only graphics, video interviews, and so on. The purposes and target audiences of these texts may differ. It should also be noted that such texts often have collective authorship and are published on the websites of companies engaged in blockchain technologies or cryptocurrency operations. Individually authored articles also occur but are less common.

A specific feature of almost all blockchain-related texts (traditional, creolized, or video) is their main pragmatic focus – attracting the attention of the target audience with the ultimate goal of encouraging them to adopt blockchain technologies or engage in cryptocurrency operations. In other words, an economic parameter runs like a red thread through all such texts, transforming both verbal and nonverbal

information into a commodity, which leads to the obvious commercialization of these texts. Orientation toward the recipient and their interest in the topic determines the author's (or authors') choice of linguistic and paralinguistic means. Almost all of these means serve a dual purpose – to convey information and to motivate the desired actions.

Trying to convey information accurately and professionally, blockchain technology texts actively employ terminology (both general scientific and specialized), which ensures informativeness, precision, and an appropriately formal tone. Moreover, the use of terminology lends authority to the text and, consequently, fosters trust in the author's professionalism, i.e. credibility of the text. However, alongside the seriousness of exposition, another notable feature of blockchain texts is increased emotionality of many elements, which is explained by the intention to attract a wider audience and engage more potential clients. Therefore, slang and professional jargon are actively and quite organically combined in such texts with proper technical terms, while metaphors coexist with formal clichés and bookish vocabulary. Abbreviations, acronyms, and nomenclature may represent both standard technical terms and shortened slang expressions.

The grammatical features of blockchain-related texts are generally formal and can be considered typical of all professionally oriented texts. Among them there are frequently used passive constructions, impersonal forms and sentences, as well as various modal verbs. At the same time, there is a tendency to draw attention to particular elements of the text (e.g., through split infinitives or compound nominal predicates) and to encourage action (through the imperative mood).

When attempting to reproduce these key linguistic features and implement pragmatic intentions in the process of translating English-language blockchain texts into Ukrainian, translators face a number of challenges related both to the structural differences between the languages and to the difficulty of conveying all the nuances of the source text. Problems may arise even when rendering terminological units, as

the blockchain terminology system borrows terms from other fields. Therefore, translators must be particularly careful when selecting equivalents. Slang units can also pose difficulties, since they lack official terminological status yet are common elements of blockchain discourse. Most often, translators employ calque, transcoding, or descriptive translation, which allows them either to convey the meaning precisely or to preserve the imagery.

The grammatical transformations observed in the analyzed translations demonstrate a greater tendency toward nominalization in Ukrainian texts than in English ones. Consequently, some constructions – in particular, passives and impersonal forms – are rendered through nominal structures rather than verbal ones. Another noticeable grammatical transformation is the change in word order in Ukrainian sentences, in contrast to the fixed order, which is typical of English. This enables translators to emphasize key elements and attract recipients' attention, thereby achieving the intended pragmatic effect.

To summarize, blockchain-related texts represent various types of media texts expressed through different genres. They possess a strong pragmatic potential, realized through the careful selection of linguistic means that convey information accurately and comprehensively while simultaneously capturing the target audience's attention and motivating them to act. When translating English blockchain texts into Ukrainian, it is necessary to employ a range of lexical, grammatical, and stylistic transformations that ensure accurate content transfer without complicating comprehension, while also achieving the practical pragmatic goal – harmoniously combining informative and commercial components.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анастасьєва О. А. Мовні засоби реалізації прагматичної настанови на констатацію та резюмування в англomовному афоризмі // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. 2016. № 21. Т. 2. С. 9–11.
2. Баранецька А. Моделі емоційно-експресивного насичення текстів інтерв'ю // Мова. Суспільство. Журналістика : зб. матер. XXII міжнародної науково-практичної конф. з проблем функціонування і розвитку української мови. К. : Інститут журналістики КНУ, 2016. С. 6–9.
3. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики. Львів : ПАІС, 2010. 336 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Безугла Л. Р. До питання розмежування прагматики, стилістики та прагматилістики // Вісник ХНУ. Харків, 2014. № 1102. С. 6–10.
6. Борковська І. П. Прагматичні установки адресанта в ділових документах // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. «Філологічна». Вип. 48. С. 159–161.
7. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень : навч. посіб. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
8. Вжещ Я. Л. Базові категорії медіа лінгвістики: медіа-мова, медіа-дискурс, медіа-текст // Нова філологія. № 60. Запоріжжя, 2014. С. 23–27.
9. Єнікєєв Д. С. Одиниці прагматичного рівня структури мовної особистості // Закарпатські філологічні студії. 2020. Вип. 13. Т. 2. С. 79–83.
10. Інфографіка як один зі сучасних засобів цифрового контенту : метод. рекомендації / упоряд. : І. Лешнівська, С. Дмитрів. Львів : ЛОУНБ, 2024. 24 с.

11. Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2000. 19 с.
12. Костенко Г. М., Підгорна А. Б., Підгорна Т. Ю. Тексти сфери блокчейн технологій як новий зразок медіатексту // Закарпатські філологічні студії. Вип. 39. Т. 1. Ужгород : Гельветика, 2025. С. 107–112.
13. Костенко Г. М., Підгорна Т. Ю. Комунікація у сфері блокчейн технологій // Тиждень науки-2025. Гуманітарний факультет : тези доповідей науково-практичної конференції. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 101–102.
14. Крамаренко О. Райдужний графік Біткоїна: що це таке та як його читати // Pay Space Magazine. Серп. 19, 2023. URL : <https://psm7.com/uk/articles/rajduzhnij-grafik-bitkoyina-shho-cze-take-i-yak-jogo-chitati.html> (дата звернення: 29.08.2025).
15. Курган К. С. Типологія медіа текстів як основа формування медіа грамотності студентів // Педагогічні науки. 2012. Т. 1. № 61. С. 394–397.
16. Кучер А. Теоретичні засади дослідження лінгвопрагматики // Наукові записки. Сер. : Філологічні науки. Кропивницький : Видавництво «КОД», 2020. Вип. 187. С. 295–300.
17. Лазебна Н. В. Прагматичний аспект сучасних англомовних текстів галузі інформатики та комп'ютерних технологій // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2014. Вип. 8 (1). С. 130–132.
18. Левицький А. Е., Сингаївська А. В., Славова Л. Л. Вступ до мовознавства : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 104 с.
19. Лебедева Т. Б., Рябова А. В. Професійний сленг як альтернатива термінології в автомобільній концептосфері (на матеріалі сучасної англійської мови) // Вісник ХНУ. Харків, 2010. № 928. С. 31–32.

20. Лоза О. Е. Масові інформаційні потоки як інструмент впливу мультимедійної журналістики на соціум : кваліфікаційна робота магістра / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2022. 72 с.
21. Максимчук О. Л. Прагматичний потенціал публіцистичного тексту // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Житомир, 2013. Вип. 6. С. 285–289.
22. Методологія наукових досліджень : навч. посібник / уклад. : І. М. Астрелін, І. В. Косогіна, С. О. Кирій. К. : КПІ ім. І. Сікорського, 2021. 121 с.
23. Озарко Г. До питання взаємодії категорій композиції та прагматики художнього тексту // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету. Сер. Мовознавство. Тернопіль : ТДПУ, 2002. Вип. 8. С. 84–88.
24. Павлик О. Прагматичні аспекти в перекладі // Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип. 31. Т. 2. С. 191–196.
25. Підгорна А. Б. Метафоричні терміни в англомовних науково-технічних текстах // Нова філологія : зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Манакін. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. № 57. С. 67–70.
26. Підгорна Т. Ю., Приходько А. М. Труднощі перекладу англомовних текстів сфери блокчейн українською // Актуальні проблеми дискурсології, перекладознавства та методики викладання: тези доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (21 листопада 2025 р., м. Запоріжжя). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 184–186.
27. Приходько А. М. Лінгвосеміотика текстів дискурсивного жанру «національний гімн»: англійсько-німецькі паралелі. Запоріжжя : АА Тандем, 2025. 260 с.

28. Поліщук Н. О. Термінолексика як джерело оновлення газетного тексту (на матеріалі газет перших десятиліть XXI ст.) : дис. канд. політ. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Львів, 2019. URL : <https://surl.li/clwegm> (дата звернення: 21.01.2025).
29. Професійна лексика // Ділова мова. URL : <https://surl.li/vrcded> (дата звернення: 21.01.2025).
30. Саврасова-В'юн Т. Комунікативний практикум : навч.-метод. посібник. К. : Київ. стол. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 184 с.
31. Савченко Л. А. Специфіка досліджень прагматики наукового тексту // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія. 2019. № 39. Т. 1. С. 56–59.
32. Самойчук К. О. Загальна методологія наукової творчості : електронний навч. посібник. Мелітополь : ТДАТУ, 2020. URL : https://elib.tsatu.edu.ua/dep/mtf/ophv_10/index.html (дата звернення: 12.12.24).
33. Сарміна Г. Стратегічність в умовах кросмедійної діяльності // Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору : матеріали конференції. Херсон, 2016. С. 76–77.
34. Сарміна Г. Л. Сучасні тенденції розвитку крос-медійної журналістики // Інформаційне суспільство. Харків, 2017. Вип. 25. С. 34–40.
35. Сизонов Д., Шевченко Л. Теорія медіа лінгвістики : підручник. К. : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.
36. Теорія та практика аргументації : навч.-метод. посіб. / І. Смазнава, Л. Сумарокова, І. Матюшина, Л. Токар. Одеса : Фенікс, 2023. 88 с.
37. Технологія блокчейн та її роль в екосистемі Bitcoin // LB.ua. 13 квітня 2023. URL : <https://surl.li/fhdhhw> (дата звернення: 21.01.2025).
38. 5 типів інфографіки та випадки, коли їх варто використовувати // EPAM : блог. Грудень 19, 2023. URL : <https://careers.epam.ua/blog/five-types-of-infographics-and-their-use-cases> (дата звернення: 26.08.2025).

39. Blockchain // IT Enterprise. URL : <https://surl.li/xsjpnt> (дата звернення: 21.01.2025).
40. Bowker L. Terminology // Routledge Encyclopedia of Translation Studies / ed. by M. Baker and G. Saldahna. [2nd ed.]. NY : Routledge Taylor & Francis Group, 2009. P. 286–290.
41. Coleman S., Ross R. The Media and the Public. «Them» and «Us» in Media Discourse. Chichester: Willey Blackwell, 2010. 199 p.
42. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. L. : Guild Publishing, 1988. 472 p.
43. ElSherif M. H. The Border Lines between Media and Cross-Cultural Communication, the Journalist as a Global Communicator: A Background Research // British Journal of Translation, Linguistics and Literature. Winter 2022. Vol. 2. P. 28–38. URL : <https://surl.li/tdrcyf> (access date: 07.09.2025).
44. Erofeeva I., Ushnikova O. Media Text Energy as Collective Cultural Memory Reflection // Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. Warsaw : De Gruyter Open, 2017. Vol. II (2). URL : <https://surl.li/luxfru> (access date: 25.12.2024).
45. Hatim B. Pragmatics // Routledge Encyclopedia of Translation Studies / ed. by M. Baker and G. Saldahna. [2nd ed.]. NY : Routledge Taylor & Francis Group, 2009. P. 204–208.
46. Klyzhenko I. Dark UI Design: What Is It and Why Do People Love It? // UITOP : blog. Dec. 06, 2023. URL : <https://uitop.design/blog/design/dark-ui/?utm> (access date: 28.08.25).
47. Miller K. Communication Theories: Perspectives, Processes and Contexts. 2nd ed. McGaw Hill : New York, 2005. 355 p.
48. Neubert A. Pragmatische Aspekte der Übersetzung. Grundlagen der Übersetzungswissenschaft // Beihefte zur Zeitschrift «Fremdsprachen». Leipzig, 1968. Beiheft II. S. 21–33.

49. Nöth W. Handbook of Semiotics. Indiana University Press, 1990. 676 p. URL : <https://surl.li/tdujlr> (access date: 24.11.24).
50. Olohan M. Commercial Translation // Routledge Encyclopedia of Translation Studies / ed. by M. Baker and G. Saldanha. [2nd ed.]. NY : Routledge Taylor & Francis Group, 2009. P. 40–43.
51. Philips M. In the Spotlight: The Principles of Dark UI Design // Toptal Designers. URL : <https://www.toptal.com/designers/ui/dark-ui-design?utm> (access date: 28.08.25).
52. Scott-Phillips T. C. Pragmatics and the Aims of Language Evolution // Psychonomic Bulletin & Review. July 01, 2016. Vol. 24. P. 186–189. URL : <https://link.springer.com/article/10.3758/s13423-016-1061-2> (access date: 23.10.25).
53. Semiotics of Media Text Translation / Kolodii B., Tkachivska M., Grytsenko M. [et al.] // Postmodern Openings. 2022. Vol. 13. № 4. P. 497–512.
54. Theorizing Communication: Readings across Traditions / ed. by Robert T. Craig and Heidi L. Muller. Los Angeles : Sage Publications, 2007. 525 p.

ПЕРЕЛІК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

55. Градація // Українська літературна енциклопедія : електронна енциклопедія. URL : <https://surl.li/wqsua0> (дата звернення: 14.08.2025).
56. Cambridge Dictionary : electronic dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/>
57. Merriam-Webster : electronic dictionary. URL : <https://www.merriam-webster.com/>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

58. Аналітик: Ринок біткоіна позбувся «слабких рук» // ForkLog UA. Серпень 26, 2025. URL : <https://forklog.com.ua/news/analitik-rynok-bitkoyna-rozbuvsya-slabkyh-ruk> (дата звернення: 03.10.2025).

59. Безпека P2P-операцій з криптовалютою – як виявляти й уникати шахрайства з оплатою скасованих ордерів // Binance. Липень 18, 2025. URL : <https://www.binance.com/uk-UA/blog/p2p/8630811537372460546> (дата звернення: 03.08.2025).

60. Демідко Д. Що таке шиткоіни і як на них заробляти? // Brokker. Листопад 24, 2023. URL : <https://brokker.news/shitcoin-95> (дата звернення: 03.10.2025).

61. Дикаленко І. Паперові руки у крипті: Що це? // GNcrypto. Вересень 2, 2023. URL : https://www.gncrypto.news/ua/news/paper-hands-what-does-it-mean-in-crypto/?utm_source (дата звернення: 03.10.2025).

62. Кот П. Hacken: збитки крипто індустрії перевищили \$3 млрд за першу половину 2025 року // Incrypted. Липень 25, 2025. URL : <https://incrypted.com/ua/hacken-zbytky-kryptoindustriji-perevyshchyly-3-mlrd-zapersh-polovynu-2025-roku/> (дата звернення: 03.08.2025).

63. Мертва монета // WEEX. Вересень 27, 2025. URL : <https://www.weex.com/uk/wiki/article/ng-xu-cht-17778> (дата звернення: 03.10.2025).

64. Пиріг Н. 47% українських фінтех-компаній назвали блокчейн і крипто валюти перспективними напрямками // Incrypted. Липень 22, 2025. URL : <https://incrypted.com/ua/47-ukrayinskih-finteh-kompanij-nazvali-blokchejn-i-kriptovalyuti-perspektivnimi-dlya-rozvitku/> (дата звернення: 03.08.2025).

65. Тепер ми сертифіковані за стандартом ISO/IEC 27001 // OKX : blog. June 19, 2025. URL : <https://www.okx.com/ua/learn/iso-27001-csa-okx> (access date: 18.08.2025).
66. 5 Common Web3 Cybersecurity Threats & How to Avoid Them : post // Hacken. URL : <https://x.com/hackenclub/status/1848305329442058677> (access date: 25.12.2024).
67. Common P2P Scams in Developing Countries and How to Avoid Them // Binance : blog. January 01, 2024. URL : <https://www.binance.com/en/blog/p2p/649252965129379199> (access date: 27.08.2025).
68. Budorin D. What Would a Transparent CEX Look Like in an Ideal Crypto World? // Hacken : blog. May 20, 2025. URL : <https://hacken.io/insights/transparent-cex-dream/> (18.08.2025).
69. CER.live Team. Understanding Wallet Security: Transaction Description // CER : blog. August 9, 2023. URL : <https://cer.live/blog/transaction-description> (access date: 25.12.2024).
70. Crypto Fund Trader. URL : <https://cryptofundtrader.com/> (access date: 19.08.2025).
71. Cryptoslav I. Crypto Slang You Need to Learn // Crypto Basics. URL : <https://coinmarketcap.com/academy/article/crypto-slang-you-need-to-learn> (access date: 25.12.2024).
72. Crypto's Most Influential Event // Consensus. 2025. URL : <https://consensus.coindesk.com/> (access date: 25.11.2025).
73. Curve Finance. Curve at Blockchain Forum 2025 // YouTube. June 5, 2025. URL : https://www.youtube.com/watch?v=Tvvq0_ziuPI (access date: 28.08.2025).

74. FOMO у маркетингу: як страх щось втратити змушує купувати // Marketer. Серпень 6, 2025. URL : <https://marketer.ua/ua/what-is-the-fomo-effect/> (дата звернення: 03.10.2025).

75. Honeypot Crypto Scam Techniques Explained: A Comprehensive Guide // Hacken : blog. Aug. 13, 2024. URL : <https://hacken.io/discover/honeypot-scam/> (access date: 25.12.2024).

76. INFBusiness. Біткоїн: Бумерська спадщина може вкласти 225 мільярдів доларів у крипто валюту // UA Business. Серпень 29, 2025. URL : <https://uabusiness.com.ua/crypto/bitkoin-byumerska-spadshina-moje-vklasti-225-miliardiv-dolariv-y-kriptovaluty.html> (дата звернення: 03.10.2025).

77. Inside the @zkLend Hack // Hacken : video post. Feb. 18, 2025. URL : <https://x.com/hackenclub/status/1891894190247711180?s=46> (access date: 19.08.2025).

78. Kot P. Hacken: Crypto Industry Losses Exceed \$3 Billion in the First Half of 2025 // Incrypted. July 25, 2025. URL : <https://incrypted.com/en/hacken-crypto-industry-losses-exceed-3-billion-in-the-first-half-of-2025/> (access date: 03.08.2025).

79. Malanii O. Bybit Hack Investigation: The Biggest Crypto Heist in History // Hacken : blog. Feb. 27, 2025. URL : <https://hacken.io/insights/bybit-hack/> (18.08.2025).

80. Middle East News. Global Blockchain Show | Dubai // YouTube. Jan. 19, 2025. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=8h-EJYXEрOU> (28.08.2025).

81. P2P Crypto Safety – How to Spot and Avoid Pay-to-Canceled-Order Scams // Binance. Липень 18, 2025. URL : <https://www.binance.com/en/blog/p2p/8630811537372460546> (дата звернення: 03.08.2025).

82. Powered by DualDefence Flash Pools // Hacken. Sept. 23 2024. URL : <https://x.com/hackenclub/status/1838171632923189433?s=46> (access date: 18.08.2025).

83. Proof of Reserves Explained: From Key Mechanics to Verification // Hacker Hacken : blog. Sept. 27, 2024. URL : <https://hacken.io/discover/proof-of-reserves-explained-from-key-mechanics-to-verification/> (access date: 25.12.2024).

84. Pyrih N. 47% of Ukrainian Fintech Companies Named Blockchain and Cryptocurrencies as Promising Areas // Incrypted. July 22, 2025. URL : <https://incrypted.com/en/47-of-ukrainian-fintech-companies-named-blockchain-and-cryptocurrencies-as-promising-for-development/> (access date: 03.08.2025).

85. Shevchenko V. Tokenized Stocks: A Real Alternative to Brokers or Just an Elegant Illusion? // Incrypted. September 8, 2025. URL : <https://incrypted.com/en/tokenized-stocks-real-alternative-brokers-or-just-elegant-illusion/> (access date: 10.08.2025).

86. The Future of Ethereum // Consensus. 2025. URL : <https://consensus.coindesk.com/video-future-of-ethereum/> (дата звернення: 04.11.2025).

87. Unchained. Кripto Rug Pulls: що це таке та як їх уникнути // CoinDesk. Березня 8, 2024. URL : <https://www.coindesk.com/uk/learn/crypto-rug-pulls-what-are-they-how-to-avoid-them> (дата звернення: 04.10.2025).

88. We're Now ISO/IEC 27001 and CSA STAR Level 1 Certified: Setting the Standard for Information and Cloud Security // OKX : blog. June 19, 2025. URL : <https://www.okx.com/learn/iso-27001-csa-okx> (access date: 18.08.2025).

ДОДАТКИ
Додаток А
Глосарій термінів

№	Англомовний термін	Український еквівалент
1	2FA (two-factor authentication)	2FA (двофакторна автентифікація)
2	Access control vulnerability	Уразливість контролю доступу
3	Account	Обліковий запис
4	AML (Anti-money laundering)	AML (протидія відмиванню коштів)
5	Anomalous activity	Аномальна активність
6	Ape / ape-ing	Аре / аре-ing (імпульсивне інвестування в новий або трендовий проєкт без проведення належного дослідження)
7	Asset safety	Безпека активів
8	Assets	Активи
9	Attack	Напад
10	Auditing	Аудит або перевірка
11	Backdating or distorting data and documents	Датування даних і документів заднім числом або їх спотворення
12	Bagholder	Інвестор

13	Bitcoin, Ethereum, Solana, BNB Smart Chain, Polygon, Tron	Назви криптовалют
14	Block	Блок («пакет» інформації)
15	Blockchain	Блокчейн
16	Bridge	Брідж або міст
17	Browser extension	Розширення для браузера
18	BTFD (buy the fucking dip)	ВТФД або закупаєся на цій бісовій просадці
19	Bug	Баг або помилка/вразливість
20	Bug bounty	Баг баунті або нагорода за пошук вразливостей
21	Buyer	Покупець
22	Buying time	Затягувати час
23	CeFi (Centralised finance)	Централізовані фінанси
24	CEX (Centralised exchange)	Централізована біржа
25	Chain	Ланцюжок або послідовність блоків
26	Chatbox	Чатбокс або онлайн помічник
27	Cloud service	Клауд сервіс або «хмарний сервіс»
28	Code	Код
29	Cold / hot wallet	Холодний (офлайн носій) або

		гарячий (онлайн носій) гаманець
30	Contract interaction	Договірна взаємодія
31	Counterparty	Контрагент
32	Crypto advocated	Крипто-пропагандист (особа або група, що пропагує використання, впровадження та розвиток блокчейн)
33	Crypto exchange	Крипто біржа
34	Crypto language	Крипто словник
35	Crypto scam	Криптоскам
36	Crypto trading	Криптотрейдинг
37	Cryptocurrency or Crypto	Криптовалюта
38	Cryptography	Криптографія
39	Custodian	Носій та зберігач даних
40	Cyberattack	Кібератака
41	Cybercrime	Кіберзлочин
42	Cybercriminal	Кіберзлочинець
43	Cybersecurity	Кібербезпека
44	Cyberwallet	Кібергаманець
45	dApp (decentralized application)	dApp або децентралізований застосунок

46	Database	База даних
47	Decentralisation	Децентралізація
48	Decentralized	Децентралізований
49	Decreasing price	Зниження ціни
50	DeFi (decentralised finance)	Децентралізовані фінанси
51	DeFi protocol	Протокол DeFi
52	Degen (short for «degenerate»)	Деген або дегенерат
53	Details	Реквізити
54	Developer	Розробник
55	DEX	Децентралізована біржа
56	Diamond hands	Діамантова рука (інвестор, що тримається за акції чи криптовалюту, незважаючи на волатильність, падіння цін чи тиск на ринку, керуючись твердою вірою в довгострокову цінність)
57	Digital Assets	Цифрові активи
58	Digital hygiene	Цифрова гігієна
59	Digital realm	Цифрова сфера
60	Dip	Діп або різке падіння цін
61	Distributed Ledger Technology (DLT)	Технології розподіленого реєстру

62	Double-spending prevention	Запобігання подвійним витратам
63	EOA (Externally Owned Account)	Зовнішній обліковий запис
64	Equity market	Ринок акцій
65	Exchange	Біржа
66	Expired-order scam	Шахрайство з простроченим замовленням
67	Exploit	Експлойт (програма, що використовує вразливості в програмному забезпеченні для отримання несанкціонованого доступу до комп'ютерної системи)
68	Fake	Фейк, підробка або несправжній
69	Fintech	Фінтех (фінансові технології)
70	FOMO (fear of missing out)	ФОМО або страх втратити щось
71	Fraud	Шахрайство
72	Fraudulent address	Шахрайська адреса
73	FUD (fear, uncertainty, and doubt)	ФАД або страх, невизначеність та сумнів
74	Full-fledged	Повноцінний
75	Funds	Кошти
76	Game-Fi	Децентралізована ігрова

		екосистема
77	GM/GN (good morning/good night)	GM/GN або добрий ранок /добрий вечір
78	Hacker	Хакер або комп'ютерний злодій/зламач
79	HODL (hold on for dear life)	HODL або тримайся за життя
80	Honeypot scam	Ханіпот скам або скам-приманка (зловмисна схема розумний контракт, що обманом змушує інвесторів купувати токени, водночас таємно унеможлиблюючи їх продаж або переміщення)
81	Hook mechanism	Hook-механіка (технологія, що дозволяє перехоплювати та змінювати поведінку програм, систем або компонентів шляхом перехоплення викликів функцій, повідомлень або подій)
82	Incident	Інцидент або випадок
83	Indirect collateral	Непряма застава
84	Investor	Інвестор
85	ISO/IEC 27001 certification	Сертифікація ISO/IEC 27001
86	Issuer	Емітент або дистриб'ютор

87	KYC (Know Your Customer)	KYC (Знай свого клієнта)
88	Lambo (Lamborghini) or When Lambo?	Ламбо або ««Коли Ламборгіні?» – це спосіб запитати, коли приріст криптовалюти буде достатньо суттєвим»
89	Leak	Витік
90	Legitimacy	Легітимність або законність
91	Liquidity	Ліквідність або текучість
92	Loss	Втрата або збиток
93	Low-value stock	Малоцінний запас
94	Malicious activity	Шкідлива діяльність
95	Malware risk	Ризик зловмисного програмного забезпечення
96	Marketplace	Ринок
97	Merkle tree	Дерево Меркла (особлива структура даних, яка містить підсумкову інформацію про якийсь більший обсяг даних)
98	Metacurrency	Метавалюта
99	Metadata	Метадані
100	Metatoken	Метатокен
101	Metatransaction	Метатранзакція

102	Metaverse (virtual universe)	Метавсесвіт
103	Moonbois / moonboys	Мунбой або крипто ентузіаст, який надто оптимістично налаштований щодо різкого зростання цін криптовалют
108	Multi-jurisdictional	Багатоюрисдикційний
109	Multichain	Мультиланцюгові
110	Multifactor authentication (MFA)	Багатофакторна автентифікація
111	Multisignature (multisite)	Мультипідпис (багатосайтовий)
112	Multisource	Багатоджерельний
113	NFT	Невзаємозамінні токени
114	On-chain / off-chain transactions	Он-чейн / оф-чейн транзакції (ті, що відбуваються в або поза блокчейном)
115	On-chain / off-chain verification	Он-чейн / оф-чейн верифікації
116	One-time event	Одноразовий захід
117	Oracle	Оракл (системи керування базами даних)
118	Order	Ордер (замовлення на купівлю або продаж криптовалюти, що передається брокеру)
119	Order window	Вікно замовлення

120	P2P (peer-to-peer)	P2P (процес, де учасники взаємодіють без посередників)
121	Paper hands	Бумажні руки (інвестор, що продає свої активи при перших ознаках падіння ціни або ринкової волатильності, боячись втратити гроші)
122	Pay-to-order scam	Шахрайство з оплатою за замовлення
123	Payload	Корисне навантаження
124	Payment	Оплата / плата
125	Phishing	Фішинг (вид шахрайства, коли шляхом маскування через підроблені повідомлення або фальшиві вебсайти зловмисники обманним шляхом намагаються отримати конфіденційну інформацію користувачів)
126	Play out	Відбуватися
127	PoR (Proof of Reserves)	Підтвердження резервів (незалежний аудит, що доводить, що біржа справді володіє активами, які відповідають коштам, що належать їй)

		користувачам)
128	Pre-IPO company	Pre-IPO компанія (приватна компанія, яка продає свої акції обмеженому колу інвесторів перед тим, як вийти на біржу)
129	Prediction market	Ринок прогнозів
130	Price functions	Функції ціни
131	Price surge	Сплеск цін
132	Private key	Приватний ключ
133	Profitability	Рентабельність
134	Protocol	Протокол
135	Q2 (second quarter)	Q2 або другий квартал
136	Rate	Курс
137	Real-time communication	Спілкування в реальному часі
138	Regulatory sandbox	Нормативна пісочниця (режим, що дозволяє компанія тестувати інноваційні продукти, послуги та бізнес-моделі під наглядом регулятора)
139	Repository	Репозиторій або вмістилище

140	Risk	Ризик
141	Risk management	Управління ризиками
142	Rug Pull	Раг пул (зловмисний маневр у крипто індустрії, коли розробники залишають проєкт і втікають із коштами інвесторів)
143	Safeguards	Захисні механізми
144	Satoshi Nakamoto	Сатоші Накамото (псевдонім людини (або групи людей), що представила електронну децентралізовану грошову систему Bitcoin)
145	Scam	Скам або шахрайство
146	Scammer	Шахрай
147	Securities	Цінні папери
148	Seed phrase	Сід фраза або фраза для відновлення
149	Shares	Акції
150	Shill	Шіл або «приманка» / реклама
151	Shitcoin	Шіткоїн (криптовалюти, що мають низьку або нульову цінність та не мають чіткої користі або довгострокового потенціалу)

152	Smart contract	Смарт контракт (програма, що зберігається на блокчейні, яка автоматично виконує умови угоди, коли вони відповідають заздалегідь визначеним критеріям)
153	Social engineering schemes	Схеми соціальної інженерії
154	Solvency	Платоспроможність
155	Source Code	Вихідний код
156	Spoofing	Спуфінг (шахрайська техніка, яка полягає у маскуванні під іншу особу, систему або програму шляхом фальсифікації даних)
157	SPV framework	Фреймворк SPV
158	Stablecoin	Стейблкоін
159	Stocks	Акції
160	Streamline	Оптимізація
161	Sufficient collateral	Достатнє забезпечення
162	SWIFT service	Сервіс SWIFT
163	Third party	Посередник
164	Threat	Загроза
165	Timelock	Блокування часу

166	To crypto Twitter	В«використання засобів мови для ефективного спілкування на тему криптовалют у Твітері»
167	To establish trust	Встановити довіру
168	To finalize the transaction	Завершення транзакції
169	To freeze the account	Заморозити рахунок
170	To halt trading	Зупинити торгівлю
171	To hedge one's position	Захищати свою позицію
172	To sell one's position	Продавати свою позицію
173	Token	Токен (цифровий актив у блокчейні)
174	Tokenise	Токенізація
175	Trade	Угода
176	Trade around the clock	Цілодобова торгівля
178	Trade over-the-counter	Позабіржова торгівля
179	TradeFi (traditional finance)	Традиційні фінанси
180	Trader	Трейдер
181	Transaction	Транзакція
182	Unauthorised action	Несанкціонована дія
183	Uniswap V4	Uniswap V4 (остання версія децентралізованої біржі)

184	UPCX hack	Злом UPCX, платіжної платформи
185	User	Користувач
186	User data	Дані користувача
187	Verification	Підтвердження, перевірка
188	Verification method	Спосіб перевірки
189	Verify	Підтверджувати або звіряти
190	Victim	Потерпілий
191	VPN	VPN (віртуальна приватна мережа – технологія, що створює захищене з'єднання між пристроєм та Інтернетом)
192	Vulnerability	Вразливість
193	Wallet	Гаманець
194	Wallet security	Безпека гаманця
195	Web3	Web3 (концепція нової ітерації інтернету, що базується на принципах децентралізації та відкритості, використовуючи технологію блокчейну)
196	Web3 veterans	Ветерани Web3
197	Website	Вебсайт
198	Withdrawal	Виведення коштів

199	Yield	Фермерство (відсотковий дохід від криптовалют, що були надані в позику)
200	zk-SNARKs (Zero-Knowledge Succinct Non-Interactive Argument of Knowledge)	zk-SNARK (стислий, неінтерактивний, заснований на концепції «нульового знання» протокол доведення, що дозволяє одній стороні (доказувачу) переконати іншу (верифікатора) у правдивості певного твердження, не розкриваючи жодної додаткової інформації про саме твердження)
201	zk-STARKs (Zero-Knowledge Scalable Transparent Argument of Knowledge)	zk-STARKs (прозорий криптографічний протокол, який дозволяє перевірити коректність певного вирахування або твердження без розкриття вихідної інформації про нього)
202	ZKP (Zero-knowledge proof)	ZKP (доказ з нульовим розголошенням)

Додаток Б
Публікації за темою роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

ЗАКАРПАТСЬКІ
ФІЛОЛОГІЧНІ СТУДІЇ

Випуск 39
Том 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2025

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

УКРАЇНСЬКА МОВА

Азарова Л.Є., Горчинська Л.В., Пустовіт Т.М. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З ОНІМНИМ КОМПОНЕНТОМ БІБЛІЙНОГО ПОХОДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	9
Асмаковська Г.Г., Ковальова Г.М. СТИЛІСТИЧНИЙ РЕСУРС ЕПІТЕТА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВИРАЗНОСТІ Й ОРИГІНАЛЬНОСТІ МОВЛЕННЯ	15
Бичихін А.Є. ПОНЯТТЯ «МОВНА ГРА» У ФІЛОСОФСЬКОМУ ТА ЛІНГВІСТИЧНОМУ ДИСКУРСАХ	21
Біленко Т.Г., Катин Т.В. ТИПИ АБРЕВІАТУР У НАУКОВО-НАВЧАЛЬНИХ ТЕКСТАХ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЕЛЕКТРОННИХ КОМУНІКАЦІЙ	25
Волкова І.В., Масло О.В., Лонська І.О. ЛЕКСИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ	29
Волинок І.О., Поляк І.П. КОНЦЕПТ «ДУХОВНІСТЬ» І ЗАСОБИ ЙОГО ВЕРБАЛІЗАЦІЇ У ТВОРІ «НОЇВ КОВЧЕГ» ГАЛИНИ ГОРДАСЕВИЧ	33
Гавриш М.М., Гавриш О.О., Андрійко В.І. УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКІ ВІДНОСИНИ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ)	38
Гажук-Котик Л.Г., Горбатюк Л.А. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФЛОРОЛЕКСЕМ У ТВОРАХ МИРОСЛАВА ДОЧИНЦЯ	44
Думчак І.М. РОЛЬ ЄВГЕНА ЖЕЛЕХІВСЬКОГО В КОДИФІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОПИСУ ГАЛИЧИНИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТ.	50
Колоїз Ж.В. ВЕРБАЛЬНІ МАРКЕРИ МІЖТЕКСТОВИХ ЗВ'ЯЗКІВ У РОМАНІ ДАРИ КОРНІЙ «ЩОДЕННИК МАВКИ»	56

РОЗДІЛ 2

ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

Білоброва Ю.О., Жарко О.О., Батеньова І.Г. АНГЛІЙСЬКА МОВА ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ГАЛУЗІ	63
Бречак О.О., Ігнатенко І.П., Лемешко Ж.І. АНАЛІЗ КРЕАТИВНОЇ МЕТАФОРИ У РАКУРСІ СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ РЕЛЕВАНТНОСТІ	69
Воробель М.М., Романчук О.В., Калимон Ю.О., Юрко Н.А. ЛЕКСИКОГРАФІЧНЕ ІНТЕРПРЕТУВАННЯ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ-ДЕРИВАТИВ У НАУКОВИХ ПРАЦЯХ С. Н. ДЕНИСЕНКО	75
Гомеюк А.В., Саржинська К.О. СОЦІОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА ФЕНОМЕНУ <i>SMALL TALK</i> У ФІЛЬМІ <i>"THE KING'S SPEECH"</i>	81
Yeremenko T.Ye., Demchuk A.I., Lukuanchenko I.O. TERMINOLOGICAL THESAURUS AS A MEANS OF OVERCOMING LEXICAL INTERFERENCE IN ENGLISH-LANGUAGE SCIENTIFIC COMMUNICATION	87
Zhuk V.A., Kirillova M.D. VERB PREDICATES IN THE SPEECH OF FAMOUS POLITICIANS	93
Козак А.В. ОСОБЛИВОСТІ ТА СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ КОНФЕРЕНЦІЙ ТА БІЗНЕС-ЗАХОДІВ НА НІМЕЦЬКУ МОВУ	97
Kondra O.V. CRITICAL THINKING AND FOREIGN LANGUAGE LEARNING	102
Костенко Г.М., Підгорна А.Б., Підгорна Т.Ю. ТЕКСТИ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ ЯК НОВИЙ ЗРАЗОК МЕДІАТЕКСТУ	107

РОЗДІЛ 3

РОМАНСЬКІ МОВИ

Киречук В.В. ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ВІЯВУ ДЕЛІКАТНОСТІ НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТУ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ ІСАБЕЛЬ АЛЬСНДЕ 'VIOLETA'	113
Сорока Ю.В., Михальчук С.О. ЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ФРАНЦУЗЬКОЇ БЛОГЕР-СФЕРИ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ДІЯЛЬНОСТІ LÉNA SITUATIONS)	118

УДК 811.111*373.46:004]:070

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.39.1.19>

ТЕКСТИ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ ЯК НОВИЙ ЗРАЗОК МЕДІАТЕКСТУ

TEXTS IN THE FIELD OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES AS A NEW MODEL OF MEDIA TEXT

Костенко Г.М.,*orcid.org/0000-0003-3496-8354**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Національного університету «Запорізька політехніка»***Підгорна А.Б.,***orcid.org/0000-0003-1832-7100**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Національного університету «Запорізька політехніка»***Підгорна Т.Ю.,***orcid.org/0009-0009-1032-319X**студентка I курсу магістратури гуманітарного факультету
Національного університету «Запорізька політехніка»*

Друга половина XX – початок XXI століття характеризуються бурхливим розвитком засобів масової комунікації та нових інформаційних технологій. Динамічний розвиток традиційних ЗМІ та поширення впливу Інтернету сприяли формуванню єдиного інформаційного середовища, зітканого з поєднання багатьох медіалотоків. Інтернет і пов'язані з ним технології набувають статусу провідного засобу масової комунікації, важливого інформаційного ресурсу, що забезпечує функціонування та поширення великих інформаційних масивів.

Не зважаючи на те, що питання медіатекстів, медіадискурсу та медіапростору в цілому досить активно розроблялися як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками, медіа простір розвивається надзвичайно швидко, неможливо розкрити всі його нюанси та характеристики, і тому питання вивчення медіатекстів все ще залишається відкритим та актуальним. Метою роботи є дослідження текстів сфери блокчейн технологій як нового підвиду медіатекстів.

Унікальність та багатоаспектність, і разом з цим – складність, дослідження медіатекстів полягаю у специфіці та варіативності їх реалізації. Перш за все, ці тексти відрізняються численністю цілей, з якими вони можуть створюватися – починаючи від інформативної і закінчуючи розважальною або освітньою. Прагматика цих текстів також часто виходить на перший план, адже багато з медіатекстів спрямовані на переконання реципієнтів, а іноді навіть прагнуть нав'язати певну думку чи погляд на проблему або ситуацію. Це пояснюється різноманіттям жанрів, якими можуть бути репрезентовані медіатексти – тексти журналістики, реклами та PR-тексти, випуски новин, виступи політиків, коментарі та думки експертів, розважальні шоу та багато іншого.

Знакова складова тексту може бути ефективно представлена ілюстраціями (фото, малюнками), схемами, таблицями, символічними зображеннями, формулами тощо. Досягненням є те, що візуальні компоненти пов'язані на семантичному, семантико-композиційному і семантико-мовному рівнях. Вибір того чи іншого виду медіаспінкування визначається комунікативним завданням і функціональним призначенням усього тексту.

Ключові слова: медіатекст, медіаспінкування, блокчейн технології, лінгвопрагматичний потенціал.

The second half of the XX and the beginning of the XXI century were characterized by the rapid development of mass communication and new information technologies. The dynamic development of traditional media and the spread of the Internet's influence have contributed to forming a single information environment, woven from a combination of many media streams. The Internet and related technologies are gaining the status of a leading means of mass communication, an important information resource that ensures the functioning and dissemination of large information arrays.

Despite the fact that the issues of media texts, media discourse, and media space in general have been studied quite actively by both domestic and foreign researchers, the media space is developing extremely rapidly, it is impossible to reveal all its nuances and characteristics, and therefore the studying of media texts is still open to new discoveries. The purpose of the paper is to study texts in the field of blockchain technologies as a new kind of media texts.

The uniqueness and multidimensionality, as well as the complexity of the study of media texts lies in the specificity and variability of their implementation. First of all, these texts are distinguished by a number of purposes for which they can be created, ranging from informative to entertaining or educational ones. The pragmatics of these texts is of special value, as many media texts are aimed at persuading recipients, and sometimes even seek to impose a certain opinion or view on a problem or situation. This can be explained by the variety of genres that media texts can represent: journalism texts, advertising and PR texts, news reports, speeches by politicians, comments and opinions by experts, entertainment shows, and much more.

The iconic component of the text can be effectively represented by illustrations (photos, drawings), diagrams, tables, symbolic images, formulas, etc. It is a great achievement that the visual components are connected at the semantic, semantic-compositional, and semantic-linguistic levels. The choice of a particular type of media communication is determined by the communicative task and functional purpose of the entire text.

Key words: media text, media communication, blockchain technologies, linguistic and pragmatic potential.

Друга половина ХХ – початок ХХІ століття характеризуються бурхливим розвитком засобів масової комунікації та нових інформаційних технологій. Динамічний розвиток традиційних ЗМІ та поширення впливу Інтернету сприяли формуванню єдиного інформаційного середовища, з'явилася багатомедійність, з'явилася комунікація з посередництва багатьох медіапотоків. Інтернет і пов'язані з ним технології набувають статусу провідного засобу масової комунікації, важливого інформаційного ресурсу, що забезпечує функціонування та поширення великих інформаційних масивів.

Питання медіатекстів, медіадискурсу та медіапростору в цілому досить активно розроблялися як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками. Так, можна відзначити роботи Г. Л. Сарміної [6; 7], присвячені питанням кросмедійності; підручник Д. Сизонова та Л. Шевченко з теорії медіа лінгвістики [8]; дослідження К. С. Курган, в якому розглядається проблема типології медіа текстів [3], та робота А. Баранецької з емоційно-експресивного насичення медіатекстів [1]; дисертація Н. О. Поліщук на тему термінології у газетному просторі [5]; наукова робота С. Коулмана та Р. Росса з медіа дискурсу [11]; робота К. Міллер, присвячена теорії комунікації [14]; а також багато інших доробок як зі сфери лінгвістики, так і роботи більш журналістської тематики. Однак, оскільки медіа простір розвивається надзвичайно швидко, неможливо розкрити всі його нюанси та характеристики, і тому питання вивчення медіатекстів все ще залишається відкритим та актуальним.

Метою роботи є дослідження текстів сфери блокчейн технологій як нового підвиду медіатекстів.

Говорячи про медіа лінгвістику як про окрему наукову галузь, відмітимо, що вона виділилася в окрему дисципліну у кінці ХХ століття, коли склалися всі необхідні умови для формування накопичених знань і досвіду вивчення мови медіа. Медіалінгвістика пропонує комплексний системний підхід до вивчення мови ЗМІ. Такого особливого підходу до аналізу вимагають основні ознаки медіатексту та його особливості, такі як ідеологія, медіа, відкритість інтерпретації, мотивація, орієнтація на масову аудиторію, гіпертекстуальність та інтертекстуальність.

Унікальність та багатоаспектність, і разом з цим – складність, дослідження медіатекстів

полягають у специфіці та варіативності їх реалізації. Перш за все, ці тексти відрізняються численністю цілей, з якими вони можуть створюватися – починаючи від інформативної і закінчуючи розважальною або освітньою. Прагматика цих текстів також часто виходить на перший план, адже багато з медіатекстів спрямовані на переконання реципієнтів, а іноді навіть прагнуть нав'язати певну думку чи погляд на проблему або ситуацію. Це пояснюється різноманітністю жанрів, якими можуть бути репрезентовані медіатексти – тексти журналістики, реклами та PR-тексти, випуски новин, виступи політиків, коментарі та думки експертів, розважальні шоу та багато іншого. Кожен з цих жанрів має свої специфічні особливості і цілі комунікації, розставляє свої акценти і використовує свій набір засобів.

Звичайно можна розглядати медіатекст і як текст в універсальному, класичному розумінні цього поняття, в парадигмі традиційних категорій тексту, таких як зв'язність, цілісність, виразність, розмежованість, структурність тощо. Однак, все ж таки найчастіше дослідники відзначають його унікальність і говорять про новий вид тексту, «інтегративне утворення, витвір масовоінформаційної діяльності та масової комунікації, що має на меті вплинути та переконати» [3, с. 395]. Медіатекст є унікальним за синтезом звукового і видимого, текст найвищої семіотичної складності, в якому вербальна інформація супроводжується графічними зображеннями, звуком та відео. При цьому вербальна інформація може бути зведена до мінімуму або відсутня (наприклад, без формату коментарів). Як результат, дослідники говорять про створення у медіатекстах, так званої, «вербально-візуальної дійсності» [2, с. 26].

Таким чином, при перенесенні класичного тексту в сферу мас-медіа він набуває нових семантичних відтінків і медійних доповнень, а також розширеного тлумачення і – як наслідок – виходить за межі знакової системи мови, наближаючись до семіотичного розуміння тексту. Медіатекст – це «новий продукт комунікації», «комунікаційний конгломерат», особливістю якого є те, що він може бути включений до різноманітних медіаструктур (вербального, візуального, звукового, мультимедійного планів) та різноманітних засобів масмедіа (періодика, радіо, телебачення, Інтернет, мобільний і супутниковий зв'язок) [16, с. 499].

Медіатексти можуть конструювати власну реальність, в якій живе сучасна людина; моделювати ідеологічну картину світу; створювати інформаційні шаблони/паттерни реальності, які характеризуються не лише прагненням до документальності чи реальності, а й до зображення художнього або навіть віртуального світу. При цьому відмітимо відсутність якихось перешкод для доступу до цієї реальності, яку створюють медіатексти. Безконтрольність та відсутність цензури, економічна та технічна доступність, швидкість постачання інформації, інтерактивність та глобальність [4, с. 19–20] є тими характеристиками інтернету і, разом з ним, медіатекстів, що уможливають їх всеосяжний і беззаперечний вплив.

Досить часто медіатексти можуть бути вторинними, тобто вони використовують, систематизують, скорочують, переробляють і уточнюють усі інші типи текстів, які є первинними. Отже, медіатексти існують як гіпертексти або інтертексти в поєднанні з іншими текстами, навіть якщо останні не цитуються явно. Маючи адресата, медіатексти не обов'язково мають завершеність, оскільки повідомляють однаковий зміст, хоча й у різних комбінаціях і модальностях. Таким чином може спостерігатися певна семантична незавершеність та відкритість до численних інтерпретацій.

Численні гіперпосилання є ще однією характеристикою і тим, що може пояснювати згадану вище семантичну незавершеність. Постійне і нескінченне посилання текстів один на одного й постійне цитування робить медіатексти лише ланкою в передачі інформації. Виробництво «на потоці», одноразовість, невідтворюваність і, як наслідок, стандартизація, миттєва, швидкоплинна інформація, що, на думку деяких дослідників, виводить масову інформацію за межі культури у сферу субкультури, масової культури, чий цінності орієнтовані на товари та послуги примітивного споживання [5].

Наступною помітною відмінністю медіатексту можна вважати його креолізований характер, іншими словами – злиття вербальної та візуальної інформації, використання різних кодів [12]. Креолізовані тексти можуть бути двох різних типів. У першій групі вербальні та іконічні компоненти переходять на реляційний рівень, де вербальна частина є відносно автономною, а візуальні елементи тексту є не обов'язковими та можуть бути видалені без суттєвого впливу на розуміння змісту усного повідомлення. Таке поєднання часто зустрічається в газетних, науково-популярних і художніх текстах. Велика згуртованість, злиття компонентів виявляється в текстах із пов-

ною креолізацією, в яких між вербальним і іконічним компонентами встановлюються субординаційні зв'язки, у яких словесний текст залежить від візуального, а саме зображення функціонує як необхідний елемент тексту. Такі залежності та відносини часто спостерігаються в рекламі [15]. Знакова складова тексту може бути представлена ілюстраціями (фото, малюнками), схемами, таблицями, символічними зображеннями, формулами тощо. Корисність того чи іншого виду спілкування визначається комунікативним завданням і функціональним призначенням усього тексту.

Таким чином, згадані вище «вторинність» інформації, полікодування (що реалізується через інтертекстуальність та гіперпосилання), поліфункціональність, візуальність (невербальність) подачі інформації – все це вирізняє медіатексти з-поміж інших, але не спрощує процес їх вивчення. До труднощів можна додати ще й такі особливості, як колективний автор, масовий адресат або культурна спрямованість. Так, наприклад, PR-текст може бути відображенням корпоративної думки. Таке явище в текстології називають надособистісним або прихованим авторством. Проте авторство може бути явним, коли, наприклад, перша особа самостійно складає текст. Однак, у будь-якому випадку роль відіграє не авторство, а ініціатива, яка виходить від компанії – текст поширюється в ЗМІ, і багато людей (очевидно, залежно від тиражу) опосередковано контактують з компанією чи організацією.

Серед власне лінгвостилістичних особливостей медіатексту, що відрізняють його в цілому від мови інших функціональних стилів, можна назвати: високий ступінь стандартизації використуваних засобів; виразність мови для привернення уваги читача; насиченість різноманітними реаліями (соціально-політичного та культурного життя), алюзіями та цитатами; широке використання образної мови та ідіоматичної лексики, зокрема каламбурів, прислів'їв та ідіом; використання інших стилістичних засобів та ідіом, таких як перебільшення, образні порівняння, метафори, метонімії, паронімічні засоби, алегорії, евфемізми, знакові системи та ін.

Отже, з огляду на все вищекреслене стає зрозумілим, чому коли постає питання типологізації медіатекстів, складно надати єдину класифікацію. Тому в різноманітних дослідженнях пропонують варіанти типологізації текстів масмедіа з огляду на різні параметри диференціації. К. С. Курган узагальнює ці варіанти такі чином:

- авторські / колегіальні;
- за формою створення і відтворення;

– за каналом розповсюдження – друковані ЗМІ, радіо- чи телетексти, Інтернет-тексти;
– інформаційні / аналітичні / художньо-публіцистичні / рекламні [3, с. 396].

Стає зрозумілим, що типологічні різновиди залежать від фокусу дослідника, і що узагальнені вище типології відбивають тією чи іншою мірою різноманітні характеристики медіатекстів, які описувалися у цьому підрозділі.

Ідея блокчейн-технології була вперше представлена в 1991 році двома вченими-дослідниками Стюартом Хабером і В. Скоттом Сторнеттою. Блокчейн-технологія стала своєрідним обчислювально-практичним криптографічним рішенням для тимчасового маркування цифрових документів та даних, що зберігаються в мережі. У 1992 році в конструкцію були додані дерева Меркла, що зробило її ефективнішою та дозволило збирати кілька документів в один блок. Однак, ця технологія не використовувалася, а патент втратив чинність у 2004 році, за чотири роки до появи криптовалюти *Bitcoin*. Але пізніше саме блокчейни, такі як *Bitcoin, Ethereum, Solana, BNB Smart Chain, Polygon, Tron*, стали основою різноманітних програм, зокрема стали базою функціонування криптовалют, але не обмежились ними.

Говорячи про блокчейн, ми насамперед думаємо про криптовалюти, але що технологію використовують багато приватних компаній для побудови корпоративних рішень, а також блокчейн має великі перспективи у багатьох галузях, наприклад, у сфері охорони здоров'я, безпеки харчових продуктів, ігор тощо. Так, з впровадженням технології розподіленого реєстру (DLT) у блокчейн може записуватись вся інформація щодо результатів тестування харчового продукту, або може бути оптимізоване управління та зберігання даних про пацієнтів, що підвищує ефективність та надійність роботи лікарняної системи. Деякі країни тестують блокчейн як основу для ведення загальнодоступних земельних реєстрів, реєстрів прав на нерухоме майно та інших відкритих баз даних. Завдяки блокчейн-технології все більш популярною стає *Game-Fi*, децентралізована ігрова екосистема, в якій користувачі можуть не просто грати, а й заробляти. Це вже мільярдна індустрія. З появою невзаємозамінних токенів (NFT), користувачі отримали можливість вносити в блокчейн цифрові предмети мистецтва, колекційні предмети та інші унікальні цифрові активи разом з інформацією про творця і власника. Ці дані не можна підробити або змінити, тому вони значно ефективніші та безпечніші за наявні системи патентів і реєстрів. І це лише невеликий

перелік сфер та способів застосування блокчейн технологій у світі.

Дивлячись на сам термін, що номінує цю технологію, ми бачимо, що він є складним за своєю структурою і конструється з двох основ, кожна з яких несе своє семантичне навантаження. Проаналізувавши значення у тлумачних словниках, можна сказати, що використання саме цих елементів для позначення блокчейн технологій є досить вмотивованим:

block – *a group of things bought, dealt with, or considered together* [10]; *a quantity, number, or section of things dealt with as a unit* [13];

chain – *a series of things of the same type connected in a line* [10]; *a series of things linked, connected, or associated together* [13].

Аналізуючи визначення обох компонентів, ми бачимо в обох акцент на певній кількості складових (*a group of, a quantity of, a series of*), їх подібності (*things of the same type*) та на зв'язку цих складових між собою (*dealt with or considered together, dealt with as a unit, connected in a line, linked or associated together*).

І дійсно прослідковується безпосередній зв'язок, адже у сфері блокчейн технологій «блок» – це «пакет» інформації (*a group of things*), де уся інформація блоку перетворюється на рядок коду, який містить інформацію про попередній блок (*dealt with as a unit*). «Ланцюг» (*chain*), у свою чергу, – це послідовність цих самих блоків (*a series of things*) і кожен наступний блок пов'язаний із попереднім (*linked, connected, or associated together*). Саму тому цю технологію ще іноді називають українською як «технологія ланцюжків блоків» [9], хоча варіант «блокчейн технологія» є більш розповсюдженим.

Медіатексти сфери блокчейн технологій представлені усім різноманіттям жанрів, які властиві цьому різновиду текстів – статті (як наукові (хоча частіше науково-популярні), так і публіцистичні), блоги та пости у блогах, промови (на різноманітних івентах), рекламні тексти та відеоролики, різного роду креалізовані тексти із мінімум вербальної інформації або взагалі без неї – лише графіка, відеоінтерв'ю та ін. Зрозуміло, що таке різноманіття пояснюється різною метою, яку переслідують автори цих текстів, а також різною цільовою аудиторією.

Говорячи про статті за тематикою, важливо відмітити, що вони найчастіше йдуть під колективним авторством і часто розташовуються на веб-ресурсах компаній, що займаються блокчейн технологіями або працюють з криптовалютами. Вони можуть бути присвячені новітнім тенден-

6. Сарміна Г. Стратегічність в умовах кросмедійної діяльності. *Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору* : матеріали конференції. Харсон, 2016. С. 76–77.
7. Сарміна Г. Л. Сучасні тенденції розвитку крос-медійної журналістики. *Інформаційне суспільство*. Харків, 2017. Вип. 25. С. 34–40.
8. Сизонов Д., Шевченко Л. Теорія медіалінгвістики : підручник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.
9. Blockchain. *IT Enterprise*. URL : <https://surl.li/xsjpnt> (дата звернення: 21.01.2025).
10. Cambridge Dictionary : electronic dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/> (Last accessed: 02.01.2025).
11. Coleman S., Ross R. The Media and the Public. «Them» and «Us» in Media Discourse. Chichester: Willey Blackwell, 2010. 199 p.
12. Erofeeva I., Ushnikova O. Media Text Energy as Collective Cultural Memory Reflection. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. Warsaw : De Gruyter Open, 2017. Vol. II (2). URL : <https://lartis.sk/wp-content/uploads/2019/01/ErofeevaUshnikovaLArt2.02.2017.pdf> (Last accessed: 25.12.2024).
13. Merriam-Webster : electronic dictionary. URL : <https://www.merriam-webster.com/> (Last accessed: 02.01.2025).
14. Miller K. Communication Theories: Perspectives, Processes and Contexts. 2nd ed. McGraw Hill : New York, 2005. 355 p.
15. Nöth W. Handbook of Semiotics. Indiana University Press, 1990. URL : <https://surl.li/tdujlr> (Last accessed: 24.11.24).
16. Semiotics of Media Text Translation / Kolodii B., Tkachivska M., Grytsenko M. [et al.]. *Postmodern Openings*. 2022. Vol. 13. № 4. P. 497–512.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ТИЖДЕНЬ НАУКИ-2025
Гуманітарний факультет

Збірник тез доповідей щорічної
науково-практичної конференції серед студентів, викладачів, науковців,
молодих учених і аспірантів
14–18 квітня 2025 року

Електронне видання на DVD-ROM

Запоріжжя • НУ «Запорізька політехніка» • 2025

<i>Підгорна А. Б., Касала М. С.</i>	
Поняття еквівалентності та адекватності перекладу	76
<i>Підгорна А. Б., Куценко Д. О.</i>	
Науковий та художній функціональні стилі: ключові відмінності	78
<i>Підгорна А. Б., Лимар А. О.</i>	
Науковий та офіційно-діловий функціональні стилі: схожості та відмінності.....	81
<i>Підгорна А. Б., Наконечна М. В.</i>	
Усний переклад: специфіка, норми поведінки, етика та доброчесність	84
<i>Підгорна А. Б., Сацюк Б. С.</i>	
Скорочення та аббревіатури: види і специфіка використання в науково-технічних текстах.....	85
<i>Підгорна А. Б., Синицина Є. Є.</i>	
Жанрово-стилістичні ознаки технічної реклами: структурні та графічні особливості.....	87
<i>Підгорна А. Б., Уляиченко Н. У.</i>	
Відмінності усного наукового мовлення від писемного	89
<i>Кузнєцова І. В., Куратченко К. Я.</i>	
Еволюція сучасної військової термінології.....	91
<i>Кузнєцова І. В., Животченко О. М.</i>	
Щодо етимології слова «кібербезпека»	94
<i>Кузнєцова І. В., Полковникова С. М.</i>	
До проблеми тлумачення поняття «дизайн»	97
<i>Костенко Г. М., Кірєєва Д. О.</i>	
Переклад літературних текстів як самостійна художня робота перекладача	99
<i>Костенко Г. М., Підгорна Т. Ю.</i>	
Комунікація у сфері блокчейн технологій.....	101

УДК 811.111'271:004.6

Костенко Г. М.¹, Підгорна Т. Ю.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ГФ-314м НУ «Запорізька політехніка»

КОМУНІКАЦІЯ У СФЕРІ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ

Комунікація пронизує наше суспільство. Тому важко уявити сучасний світ без активної комунікації між його представниками. При найбільшому узагальненні спілкування можна розглядати лише як обмін інформацією або значенням. Але все ж таки сучасний рівень комунікації рідко обмежується лише функцією донесення інформації. Не можна забувати і про інші функції – естетичну, емотивну, оцінну і особливо прагматичну, яка часто виходить на перший план. Дослідники виділяють: міжособистісну (інтерперсональну), групову (у малих або великих групах), міжгрупову, масову, публічну та віртуальну комунікацію [1, с. 108]. Кожен з цих видів спілкування має свої властивості, що обумовлені метою комунікації, її учасниками та сферою функціонування.

Існує сім моделей або традицій спілкування [2, с. 73]:

1. Риторична модель: стосується насамперед комунікації як дискурсу, і, як правило, стосується міжособистісних комунікативних актів «один-на-один» або «один-на-кількох». Риторичний підхід до спілкування може розглядати, хто з ким розмовляв, у якому контексті та з якою метою.

2. Семіотична модель: розглядає комунікацію, в першу чергу, як обмін знаками в системі формування сенсу.

3. Феноменологічна модель: стосується спілкування як досвіду. Феноменологічний підхід може охоплювати як міжособистісні, так і масові комунікації, а також може розглядати об'єкти чи ідеї як місця формування сенсу.

4. Кібернетична модель: розглядає комунікацію як потік інформації. Це не лише потік інформації, що надсилається з пункту «А» у пункт «Б». Ця модель також намагається врахувати фактори, які впливають на цей потік інформації та обмежують його, зокрема соціальні фактори (звичаї та етикет), технологічні фактори (доступ до каналу та доступність), політичні фактори (наприклад, регулювання) тощо.

5. Психологічна або соціально-психологічна модель: впливає з назви і пов'язана з впливом комунікативних актів на індивіда, зокрема на його відчуття себе в суспільстві. Ця модель розглядає комунікацію у вигляді певного індивідуального вибору, зробленого з метою максимізації користі для особи чи групи.

6. Соціокультурна модель: розглядає комунікацію як спосіб копіювання та зміцнення (і кидання виклику) соціальному порядку. Цей підхід передбачає, що люди в суспільстві мають моделі того, як це суспільство повинно діяти та спілкуватися.

7. Критична модель: розглядає спілкування як набір припущень, які відкриті для оскарження та переговорів; ця модель має сильні зв'язки з соціокультурною традицією.

На будь-яку комунікативну практику можна дивитися через призму однієї чи кількох із цих моделей. Такий розгляд під різним кутом може надавати інформацію про саму комунікацію, уможливлувати конструювання та реконструювання її значення, пояснювати, як ця комунікація та її учасники вписуються в соціокультурний контекст. При розгляді медіатекстів сфери блокчейн технологій вважаємо доречним використання всіх з цих моделей, але можливо з різним ступенем глибини.

Переслідуючи мету передачі інформації, тексти блокчейн технологій активно використовують терміни (загальнонаукові та вузькоспеціальні), що уможливають їх інформативність, точність та достатню формальність викладу тексту. Слід, однак, підкреслити, що поряд з серйозністю викладу в текстах блокчейн технологій помітною рисою є збільшена емоційність багатьох моментів, що пояснюється наміром привернути увагу ширшої аудиторії й залучення більшої кількості потенційних клієнтів. Тому сленг та професіоналізми активно й досить органічно поєднуються в текстах цієї сфери з власне термінами, а метафори з формальними кліше та книжною лексикою. Абревіатури, скорочення та номенклатура також можуть репрезентувати як стандартні терміни, так і скорочені сленгові вирази.

Грамматичні ознаки текстів сфери блокчейн носять більш формальний характер і можуть вважатися типовими ознаками всіх професійно орієнтованих текстів. Так, можна підкреслити активне використання пасивного стану дієслова, безособових форм і конструкцій з ними, різних модальних дієслів та ін. У той же час відмічаємо також і прагнення до привернення уваги до певних моментів тексту (розщеплений інфінітив, складений іменний присудок) та спонування до дії (імператив).

Таким чином, тексти сфери блокчейн мають потужний прагматичний потенціал, який реалізується через ретельний добір мовних засобів, що адекватно передають потрібну інформацію і водночас привертають увагу цільового реципієнта та спонукають його до потрібних автору/рам дій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Саврасова-В'юн Т. Комунікативний практикум : навч.-метод. посібник [Текст] / Т. Саврасова-В'юн. – Київ : Київ. стол. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. – 184 с.
2. Theorizing Communication: Readings across Traditions [Text] / ed. by Robert T. Craig and Heidi L. Muller. – Los Angeles : Sage Publications, 2007. – 525 p.

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Запорізька політехніка»**



МАТЕРІАЛИ

**I Міжнародної науково-практичної конференції
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ДИСКУРСОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА
ТА МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ»**

до 125-річчя

Національного університету «Запорізька політехніка»

21 листопада 2025 р.

**Запоріжжя
2025**

обслуговування автомобілів.	
МАРТЬЯНОВА О. А., КУЗНЕЦОВА І. В. Словотвір англomовних морських термінів	166
МЕЛЕЩЕНКО А. І. Особливості функціонування французьких технічних метафор у сучасній мультикультурній комунікації	169
МИРОНЮК Л. В. Явище синонімії в машинобудівній термінології української та англійської мов	171
МОРОЗ Т. О., СОВВА А. Ю. Чутливі аспекти перекладу з польської мови на українську лібрето Владзімежа Вольського до опери «Галька» Станіслава Монюшко	173
ПОДВОЙСЬКА О. В., НОСАЧЕНКО В. В. Маркери автентичності у німецько-українському перекладі спортивних інтерв'ю (на матеріалі дискурсу Олівера Кана)	175
ПЕТРОВСЬКА А. Ю., КУЗНЕЦОВА І. В. Англomовна терміносистема ландшафтного дизайну: структура, семантика, сучасна динаміка	179
ПІДГОРНА А. Б. Граматичні властивості текстів сфери інноваційних технологій	181
ПІДГОРНА Т. Ю., ПРИХОДЬКО А. М. Труднощі перекладу англomовних текстів сфери блокчейн українською	184
ПОДВОЙСЬКА О. В., ГРАДІЛЬ А. А. Найменування органів та установ як перекладацька проблема	186
ПОЛКОВНИКОВА С. М., КУЗНЕЦОВА І. В. Специфіка перекладу двокомпонентних терміносполучень промислового дизайну	190
РИБНИЦЬКА Л. О., ПРИХОДЬКО А. М. Метафоризація англomовного музичного термінопростору	192
САБАЛАСВ Д. М. Лінгвокогнітивний аналіз термінів у галузі розробки програмного забезпечення	195
САЦЮК Б. С., ПІДГОРНА А. Б. Особливості українського дубльованого перекладу фільму «Trainspotting»	197
СИВАЧУК О. М. Структурні характеристики та механізми творення англomовної комп'ютерної термінології	200
СОРОКА Д. Д., КУЗНЕЦОВА І. В. Словотвір англomовних термінів у воєнному дискурсі	202
СТЕЦЕНКО Д. В., МАЖАСВ Д. В. Розвиток української наукової термінології в контексті європейської інтеграції	205
СТЕЦЕНКО Н. М., КУДИШКІНА В. В. Специфіка перекладу англomовних термінів психологічного дискурсу	208
СТЕЦЕНКО Н. М., ПАСЛЕСД В. О. Труднощі перекладу аудіовізуальних текстів	212

спонукальні речення, формальні підмети та неозначено-особові конструкції.

Література

1. Crager J., Ayres S., Nelson M., Herndon D. Facebook: All-in-One for Dummies. [2nd ed.]. New Jersey : John Wiley & Sons, 2014. 508 p.

УДК 81'25:004.9

Підгорна Т. Ю.,
студентка,
Національний університет «Запорізька політехніка»

Приходько А. М.,
доктор філологічних наук, професор,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ СФЕРИ БЛОКЧЕЙН УКРАЇНСЬКОЮ

Тексти сфери блокчейн-технологій – це тексти спеціального призначення, що описують принципи децентралізованого зберігання та передавання даних, механізми криптографічного захисту, структуру блоків і ланцюгів, а також економічні, юридичні й соціальні аспекти застосування блокчейну. Ці тексти у більшості випадків спрямовані на створення певного прагматичного ефекту, який би зацікавив реципієнтів і спонукав би їх до відповідних дій. Це стосується і мовного, і позамовного їх оформлення. Окрім своєї основної функції – інформувати, тексти медіасфери в цілому й тексти блокчейн зокрема мають на меті персуазивний вплив і застосовують для цього усі засоби, що є в їх арсеналі. Саме тому важливим при перекладі є адекватне відтворення закладеного в них прагматичного потенціалу, що видається не завжди легким і потребує концентрації уваги, досконалого володіння обома мовами і професіоналізму перекладача.

Прагматичний підхід до вивчення тексту-оригіналу і його паратексту відкриває великі можливості для пояснення вибору перекладачем тих чи інших стратегій і тактик, а також способів, прийомів і технік перекладу [1, с. 192]. Фахівці та теоретики перекладу зазначають, що текст не є одновимірною, лінійною послідовністю елементів, рівномірно пов'язаних між собою. Це комплексне утворення, структурні елементи якого мають різний комунікативний потенціал та різне ієрархічне положення у текстовому конструкті. А інтерпретація

мовленнєвих актів залежить від їх позиції та статусу в цій послідовності [4, с. 206]. Під час перекладу медіатекстів еквівалентність не є єдиним завданням – не менш важливими є також читабельність і ефективність впливу на читацьку / глядацьку аудиторію [3, с. 28].

Німецький лінгвіст А. Нойберт зазначав, що з точки зору прагматики процес перекладу передбачає розширення аудиторії, а саме: встановлення потенційних відносин між тими, хто говорить мовою оригіналу, і тими, хто говорить мовою перекладу [5, с. 25]. Медіатексти завжди мають на меті привернення уваги якомога ширшої аудиторії, а тексти блокчейн-технологій ще додатково передбачають певні комерційні цілі. При перекладі таких текстів іншою мовою аудиторія, що спонукається до відповідних дій, безсумнівно розширюється. Тому очевидність і дієвість закликів, що їх використано в тексті оригіналу, не можна втрачати при творенні інофонного паратексту. Слід зважати на роль кожного мовленнєвого елементу та його статус у передачі загального змісту усього тексту.

Важливо також правильно визначити текстотип чи інший медіапродукт, що підлягає перекладу [3, с. 32]. Тип тексту задає його мету, а отже впливає на ті параметри, що їх ніяк не можна втратити при перекладі. Так, у випадку текстів сфери блокчейн може йтися про рекламні повідомлення, статті-попередження проти шахраїв, пости-алгоритми дій (що часто використовують велику кількість додаткових графічних засобів – зображення, кольори, символи тощо), відеозаписи виступів на різноманітних заходах тощо. Ці різні жанри можуть мати свої специфічні характеристики, які слід зберегти при перекладі.

Мова текстів блокчейн часто є емоційно забарвленою через згадану вище необхідність привернення уваги та спонукання до дій. Тож виникає проблема відтворення або, за неможливості, компенсації емоційності за допомогою засобів іншої мови. При цьому перекладач може вдаватися до прагматичної адаптації, яка передбачає: 1) перетворення вихідного тексту відповідно до інформаційного ресурсу адресата; 2) перетворення вихідного висловлювання з урахуванням передачі його прагматичного значення [1, с. 195].

Мови доволі сильно різняться між собою з точки зору засобів впливу [2, с. 120]. Оскільки у багатьох випадках не існує прямого збігу або стовідсоткової еквівалентності, то перекладач вимушений задіювати увесь арсенал перекладацьких трансформацій – лексичних, граматичних, синтаксичних. Сталі вирази та ідіоми, мабуть, викликають найменше труднощів, адже частіше за все вони мають певні відповідники, зафіксовані у словниках. Складніше зі стилістичними прийомами і сленгом, відтворення яких у паратексті є більш

проблемним через їх (прийомів) оригінальність. Саме тут у нагоді стає професійна майстерність перекладача, адже прагматичні помилки не порушують очевидні правила граматики або використання лексики, але через них втрачається сама суть повідомлення.

Що стосується термінів – цього невід'ємного складника текстів спеціального призначення, якими є медіапродукти сфери блокчейн, – то тут слід відмітити їх інтернаціональний характер. Це відбувається через глобальний характер блокчейн-індустрії, де у більшості випадків комунікація здійснюється англійською мовою, і тому основні терміни часто утворюються шляхом використання інтернаціональних морфем (*cryptography*, *cyberattack*, *metatransaction*, *multi-jurisdiction*). Як результат, при перекладі спостерігається застосування транскодованих еквівалентів.

Звичайно є випадки, коли слід бути обережнішим, добираючи відповідники термінам або термінологічним скороченням, адже у терміносистемі сфери блокчейн активно діють процеси транстермінологізації, у результаті яких терміни з інших професійсфер починають функціонувати в терміносистемі блокчейн у своїх звичних і/або адаптованих значеннях. Саме тому перекладач має бути добре обізнаним у поняттєвому контексті й використовувати ті шляхи і способи перекладу, що оптимально відповідають обраній тематиці.

Отже, з огляду на прагматику того, що є, і того, що має бути адекватно переведено при перекодуванні тексту оригіналу в паратекст, слід враховувати збереження в ньому таких взаємопов'язаних між собою параметрів, як інформаційний контент, мовленнєві інтенції, текстотип, персуазивний і сугестивний вплив, запланований посткомунікативний ефект. Ці елементи є співвідносними з трьома компонентами комунікативного акту – локутивним, іллокутивним і перлокутивним.

Література

1. Павлик О. Прагматичні аспекти в перекладі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 31. Т. 2. С. 191–196.
2. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of Language*. L.: Guild Publishing, 1988. 472 p.
3. ElSherif M. H. The Border Lines between Media and Cross-Cultural Communication, the Journalist as a Global Communicator: A Background Research. *British Journal of Translation, Linguistics and Literature*. Winter, 2022. Vol. 2. P. 28–38. URL : <https://surl.li/tdrcyf>.

4. Hatim B. Pragmatics. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* / ed. by M. Baker and G. Saldanha. [2nd ed.]. NY : Routledge Taylor & Francis Group, 2009. P. 204–208.

5. Neubert A. Pragmatische Aspekte der Übersetzung. Grundlagen der Übersetzungswissenschaft. *Beihefte zur Zeitschrift «Fremdsprachen»*. Leipzig, 1968. Beiheft II. S. 21–33.

УДК 81'25

Подвойська О. В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана,
Херсонський національний технічний університет

Граділь А. А.,
студентка,
Херсонський національний технічний університет

НАЙМЕНУВАННЯ ОРГАНІВ ТА УСТАНОВ ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПРОБЛЕМА

Передача найменувань органів та установ є однією з актуальних перекладацьких проблем, оскільки ці одиниці тісно пов'язані з національною правовою системою, історико-культурним середовищем і адміністративною структурою кожної країни. Така залежність зумовлює труднощі під час пошуку еквівалентів у перекладі, адже не всі назви установ мають аналоги в іншій мовній або правовій системі.

О. Шаблій зазначає, що «головною складністю перекладу в галузі права є те, що юридичний зміст більшості перекладених понять залежить від волі конкретного законодавця, а також від історично сформованого розуміння того чи іншого правового явища. Так, поняттява нетотожність притаманна навіть історично спорідненим правовим системам, які послуговуються однією і тією ж мовою (напр., німецькій, австрійській, швейцарській...). Саме тому більшість перекладених понять не тотожні ...» [2, с. 116].

Отже, складність юридичного перекладу полягає не лише у доборі мовних відповідників, а й у необхідності враховувати особливості конкретної правової системи. Хоча дослідниця розглядає проблему перекладу назв українських юридичних актів, її висновки можна вважати релевантними й для перекладу назв органів та установ, адже юридичний переклад не обмежується мовним перенесенням, а вимагає