



**Житомирський
державний
університет імені
Івана Франка**



**Тернопільський
національний
педагогічний
університет імені
Володимира
Гнатюка**



**Київський
столичний
університет імені
Бориса Грінченка**

Littera Scripta Manet:

**Нові тенденції у перекладознавстві,
філології та лінгводидактиці у контексті
глобалізаційних процесів**

**Матеріали 3-ї Всеукраїнської науково-практичної
конференції здобувачів та молодих учених**

Житомирський державний університет імені Івана Франка,
5 листопада 2025 року

Житомир 2025

УДК 81'255:81'42:001.891

Н-76

*Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Житомирського державного університету
імені Івана Франка від «28» листопада 2025 року,
протокол № 22*

Рецензенти:

Антонюк Н. М., кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник, доцент, доцент кафедри теорії і практики перекладу з англійської мови Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Могельницька Л.Ф., кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя Державного університету «Житомирська політехніка»;

Соловйова Л.Ф., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Поліського національного університету.

Littera Scripta Manet : зб. наук. пр. за матеріалами 3-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів та молодих учених "**Нові тенденції у перекладознавстві, філології та лінгводидактиці у контексті глобалізаційних процесів**" / за ред. Полховської М. В., Борисенко Н.Д., Мосієнко О. В., Лисецької Ю. В. Житомир : ЖДУ ім. Івана Франка, 2025. Вип. 11. 406 с.

Збірник містить матеріали доповідей учасників 3-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, здобувачів та молодих учених «Нові тенденції у перекладознавстві, філології та лінгводидактиці у контексті глобалізаційних процесів», яка відбулася 5 листопада 2025 року в Житомирському державному університеті імені Івана Франка в межах відзначення Міжнародного дня науки. Теми доповідей охоплюють лінгвістичну, перекладознавчу та лінгводидактичну галузі.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За достовірність фактів, цитат,

власних імен, посилань на наукові та літературні джерела, інші відомості відповідають автори публікації.

Думка редакції може не збігатися з думкою авторів.

©Колектив авторів,2025

© Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025

68. Лучко О. О. Translation of Biological Terms	194
69. Маліновський І. В. Табуйована лексика в українських перекладах С. Кінга та А. Невілла	196
70. Мальченко Б. С. Культурні реалії в українському перекладі англомовних серіалів	199
71. Малярчук К. Д. Специфіка відтворення гендерних особливостей у перекладі роману Джейн Остін «Гордість і упередження» українською мовою	201
72. Мамчур Є. Р. Der Romane von e. M. Remarque: Besonderheiten der Übersetzung ins Ukrainische	205
73. Мамчур Ю. Р. Лінгвопрагматичний аналіз навчального контенту цифрових платформ для вивчення іноземних мов	207
74. Марічка А. А. Стилiстичні засоби як чинник формування ідіостилію Елізабет Гаскелл у романі «Північ і Південь»	210
75. Марчук В. О. Відтворення емоційної семантики німецьких фразеологізмів у перекладі українською мовою	213
76. Машталяр К. О. Difficulties In Learning English Vocabulary	217
77. Мельник А. А. Developing Students' Lexical Competence as the Basis of Foreign Language Acquisition)	219
78. Мельник В. О. Медіадискурс у сучасному інформаційному суспільстві	222
79. Мельниченко О. А. Семантична реалізація Modo Subjuntivo в іспанськомовному кінодискурсі	225
80. Міхальова А. О. Generational Representation in Media Discourse	228
81. Мороз А. Р. Норми вживання фемінітивів в іспанськомовному культурному просторі	232
82. Налисник В. В. Відтворення античного колориту у художніх творах	235
83. Нікітіна Є. В. Особливості перекладу словосполучень Business + Noun / Adjective	237
84. Ніколаєць Д. І. Рольова гра як засіб розвитку англомовного усного спілкування учнів старших класів	239
85. Нога К. В. Медична термінологія у фільмах і серіалах: що потрібно знати перекладачу та глядачеві	242
86. Нога К. В. Переклад радянських документів: компетенція білінгва чи професійного перекладача	245
87. Ноговська С. Г. Теоретико-методологічні засади перекладу гумору в іспанськомовній рекламі бобових	247
88. Огороднік Д. С. Використання інтерактивних засобів для розвитку інтонаційних навичок у німецькій мові	251
89. Олещенко Т. М. Функціонування англомовної суспільно-політичної термінології в міжнародних документах	253
90. Олійник С. Б. Developing Sociocultural Competence Through Foreign Literature	256
91. Островська О. А. Відтворення іронії в англо-українському публіцистичному перекладі	259

Література

1. “La Jaula de Oro” Diego Quemada-Diez

URL:https://cinema23.com/wpcontent/uploads/2017/03/La_jaula_de_oro_web.pdf

2. El subjuntivo: hacia la rutinización. Torres Cacoullós, Rena; Lacasse, Dora; Johns, Michael; De la rosa Yacomelo, Johan

URL:https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A14%3A12444622/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A133716530&crl=c&link_origin=scholar.google.com (дата звернення 06.09.2025)

Міхальова А.О.

гр. зМAM-21

Тернопільський національний педагогічний університет імені

Володимира Гнатюка

Наук. керівник – к.ф.н, доцент Гарасим Т.О.

GENERATIONAL REPRESENTATION IN MEDIA DISCOURSE

Differences in worldview among people of various ages are often attributed to the notion of the generation gap. While sociological research has long examined the values, motivations, and behaviors of generational cohorts such as Baby Boomers, Generation X, Millennials, and Generation Z, comparatively little attention has been paid to how language itself constructs these identities. Media discourse in particular plays a central role in shaping collective understanding of generational boundaries and hierarchies. In 2025, such discourse remains highly visible in global journalism. Headlines frequently employ generational labels as rhetorical shortcuts to dramatize social and economic tensions.

This study examines how media language constructs generational identities through rhetorical and linguistic strategies grounded in universal human needs. Within classical rhetoric, elocution – the stylistic choice of language – is fundamental to understanding how texts persuade audiences and generate affective resonance [4, p. 17]. Construction grammar, meanwhile, defines a construction as a stable pairing of

linguistic form and meaning [3, p. 45]. Constructions can be immediate (simple word combinations), modified (expanded by modifiers or complements), or extended (complex assemblages of several constructions).

When embedded in journalistic discourse, these linguistic constructions function as rhetorical tactics that implement broader strategies of persuasion. To interpret their social meaning, this study aligns rhetorical strategies with Maslow's hierarchy of human needs: physiological, safety, belongingness, esteem, and self-actualization. In this framework, linguistic patterns reveal not only how generations are represented but also which psychological or social needs are foregrounded in their portrayal.

The corpus for this research consists of news stories published between January and October 2025 in *Reuters*, *The Guardian*, *Business Insider*, *People Magazine*, and *The Times*. Each text contains explicit references to generational categories – “Boomers,” “Gen X,” “Millennials,” or “Gen Z.” The constructions were classified according to tactics such as neglect, loss, renewal, or potential threat, each corresponding to a level of human need. For example, the expression “*Boomers blamed for national debt*” [6] employs a safety strategy through the tactic of threat, implying conflict over economic stability. Five rhetorical strategies dominate: physiological (depictions of material well-being through satisfaction or neglect), safety (concerns with stability and risk), belongingness (connection and exclusion), esteem (judgments of competence or respect), and self-actualization (portrayals of fulfillment and aspiration). While these strategies remain structurally consistent, the semantic and evaluative content differs markedly across generations.

Baby Boomers (1943–1960) were depicted as struggling with poverty, food insecurity, and health decline. Reuters reports emphasized shrinking pensions and inflation, portraying older citizens as economically vulnerable. Safety strategies reinforced this through the loss tactic, focusing on health risks, austerity, and lifestyle issues [6]. In belongingness discourse, Boomers appeared socially detached or technologically excluded, framed as outsiders to digital culture. Under esteem, they were often characterized as conservative or resistant to change, yet self-actualization narratives countered this by portraying them as lifelong learners and travelers seeking

growth and relevance. Thus, Boomers were positioned within a dual rhetoric of decline and renewal, embodying both vulnerability and resilience.

Generation X (1965–1980) was described as the “forgotten generation.” A *Business Insider* article portrayed them as adaptable and dependable, yet overlooked between Boomers and Millennials. Their portrayals focused on midlife pressures – housing, career stagnation, and financial responsibility – tempered by renewal tactics such as mental health awareness and self-care. In belongingness discourse, Gen X was depicted as the “*sandwich generation*,” [1] balancing care for parents and children, symbolizing duty and endurance. Esteem and self-actualization strategies highlighted quiet competence, professionalism, and emotional intelligence rather than cultural prominence.

Millennials (1984–2000) were the most frequently discussed group, often framed through neglect tactics: rising living costs, delayed home ownership, and economic precarity. Reuters [6] typified this framing in its report on French Millennials “*blaming Boomers*,” dramatizing fiscal anxiety and intergenerational conflict. Safety strategies emphasized digital insecurity and mental health issues, while belongingness narratives focused on alternative communities and online sociality. In esteem discourse, Millennials were mocked as “*cringe*” or outdated [2], yet self-actualization narratives balanced this with depictions of global awareness, ambition, and adaptability. Linguistically, Millennials were framed through a rhetoric of struggle and aspiration within an unstable social order.

Generation Z (born after 2000) appeared less frequently but with strong thematic coherence. Media portray them as future-oriented, entrepreneurial, and socially engaged. *People Magazine* predicted they would become the richest generation by 2035, reflecting self-actualization through ambition [7]. *The Times* noted their avoidance of air travel due to environmental anxiety – a safety strategy rooted in ecological ethics [5]. Gen Z’s belongingness was articulated through online activism and global community-building, constructing an image of collective digital agency. Overall, they were portrayed as visionary yet vulnerable – a generation seeking renewal in a world of crisis.

Thus, generational discourse remains a powerful linguistic mechanism for interpreting social change. By invoking age-based categories, the media transform structural issues such as inequality, technological disruption, and environmental threat into moral dramas enacted by familiar generational actors. Ultimately, generational labels persist not because they describe empirical realities but because they organize collective experience through language, offering a narrative of continuity amid change.

References

1. An apology to Gen X. *Business Insider*, July 2025. URL: <https://www.businessinsider.com/gen-x-forgotten-generation-90s-nostalgia-boomers-millennials-2025-7> (дата звернення: 22.10.2025).
2. Cringe! How Millennials Became Uncool. *The Guardian*, 8 May 2025. URL: <https://www.theguardian.com/society/2025/may/08/cringe-how-millennials-became-uncool> (дата звернення: 22.10.2025).
3. Goldberg A. *Constructions: A construction grammar approach to argument structure*. University of Chicago Press, 1995. 350 p.
4. Kennedy G. A. *Classical rhetoric and its Christian and secular tradition*. University of North Carolina Press, 1999. 278 p.
5. Over-60s more likely to fly than Gen Z travellers. *The Times*, September 2025. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/over-60s-more-likely-to-fly-than-gen-z-travellers-k5m5l9vhz> (дата звернення: 22.10.2025).
6. Squeezed French Millennials blame Boomers in backlash over soaring deficit. *Reuters*, 5 September 2025. URL: <https://www.reuters.com/business/finance/squeezed-french-millennials-blame-boomers-backlash-over-soaring-deficit-2025-09-05> (дата звернення: 22.10.2025).
7. This Generation Is Projected to Be the Richest by About 2035. *People Magazine*, 14 August 2025. URL: <https://people.com/gen-z-set-to-become-richest-generation-in-history-by-about-2035-bank-of-america-study-11701524> (дата звернення: 22.10.2025).