

«Наукова робота – шлях до отримання нових знань і освоєння професій»

Крістан Діор писав: «Що б ви не робили, робіть це з пристрасстю. Живіть з пристрасстю». Ольга Германенко протягом трьох років займається дослідженням назв кольорів французькою мовою і ділиться отриманим досвідом роботи в Київській МАН, який допомагає не лише вивчати лінгвістичні особливості, а й опанувати основи професій.

Усе почалося в 9-му класі школи № 269 міста Києва, коли вчитель французької мови Оксана Володимирівна Ткаченко запропонувала зайнятися науковою роботою. Тоді Ольга обрала тему «Лексико-семантичні особливості назв кольорів предметів гардеробу», тому що дуже любила модний одяг і було цікаво на сайтах всесвітньо відомих виробників збирати матеріал для дослідження. Тоді юна дослідниця проаналізувала понад 200 назв кольорів одягу відомих виробників: Yves Saint Laurent, Dior, Sonia Rykiel, Lacoste, Cacharel та інших. Різноманіття назв кольорів здивувало не лише авторку, а й викладачів, які читали роботу: так, наприклад, серед відібраних колоронімів колір bleu мав аж 76 варіантів назв відтінків! У результаті дослідження Ольга вперше створила кольоровий ілюстрований «Французько-український довідник назв кольорів предметів гардеробу», який рекомендувала для використання українським виробникам одягу та маркетологам як приклад роботи французьких колег у створенні привабливих назв кольорів своєї продукції. Так Ольга під час наукового дослідження ще в 14 років познайомила з основами видавничої справи: від підбору інформації, яка буде опублікована, її розстановки, пошуку гарних ілюстрацій, цитат відомих людей на дану тему, до роботи з дизайнером і типографією.

Через таке поєднання науки з практикою інтерес до назв кольорів зростав: наступного року, прислухавшись до поради члена журі Саєнка Сергія Григоровича, Ольга пояснила у своєму дослідженні, чому виробники фарб для декору обрали певні назви для найменування відтінків: Jaune d'Arles (Жовтий міста Арль), Jaune Van Gogh (Жовтий Ван Гога), Jaune Melilla (Жовтий міста Мелільї), Vert Macintosh (Зелений Макінтош), Vert Tokyo (Зелений міста Токіо), Bleu de Sèvres (Синій міста Севр), Rouge Saint-Emilion (Червоний Сент-Емільйон), Rouge de Modigliani (Червоний Модільяні). Така робота виявилася надзвичайно цікавою, бо для пояснення багатьох назв кольорів довелося досліджувати не лише лінгвістичні аспекти, а й вивчати географію, історію, мистецтво. Подібні дослідження значно розширюють знання і допомагають бачити в кожному слові багато прихованих таємниць. А ще з самого початку цього дослідження Ольга вже уявляла, як створить ілюстровані французько-українську палітру та довідник назв кольорів фарб для декору з поясненням незрозумілих на перший погляд кольороназв, протягом роботи збирала гарні зображення для їхньої ілюстрації.

І нарешті тема третього дослідницького проєкту - «Лексико-семантичні особливості та переклад назв кольорів засобів макіяжу Dior». Обираючи подарунок у одному з київських магазинів косметики, Ольга ніяк не могла знайти на етикетці помади Dior назву кольору українською мовою. Це відразу привернуло її увагу, вона передивилася сайти українських магазинів, де представлена продукція Dior, і не знайшла жодної назви кольору помади з українським перекладом. Відтінки мали лише номери або назви англійською чи російською мовами. У результаті проведеної роботи Ольга запропонувала не просто переклад значення, а привабливі українські варіанти для 131 назви кольорів помад і блисків для губ Dior, відібраних на сайті компанії в рубриці «Макіяж». І, звичайно ж, створила «Французько-український довідник назв кольорів помад Dior». Ольга планує запропонувати магазинам, де представлена продукція бренду, використати її українські назви на сайтах і в каталогах, щоб продукція Dior дійсно виглядала як товар класу «люкс» і щоб український споживач міг відчутти на собі всю роботу французьких маркетологів. Також Ольга написала лист компанії Dior, в якому запропонувала разом розробити повну україномовну версію для всієї продукції на її багатомовному сайті. Дослідниця впевнена: це сприятиме ще більшій популяризації бренду в Україні, а також популяризації української мови у світі.

«Завдяки наковим дослідженням в Київській МАН я провела три роки в колективі професіоналів і просто дуже хороших людей: Ткаченко Оксани Володимирівни, з якою стали подругами після тісної співпраці, Панченко Тетяни Іванівни, поради якої вдосконалювали мої знання з граматики французької мови, Мироненко Лариси Миколаївни, яка збагатила мій лексичний запас і редагувала французькі тексти, Буць Жанни Володимирівни, яка була вимогливим науковим керівником, Нестеренко Наталії Василівни, яка вичитувала український варіант роботи навіть у свій день народження, Саєнка Сергія Григоровича, який своїми коментарями під час захисту проєкту «підказував» нові ідеї для подальших досліджень, Курсик Тетяни Василівни, яка з початку знайомства підбадьорювала і заохочувала до продовження наукової роботи», розповідає Ольга. Дослідження відкрили нові можливості знайомства з творцями одягу, косметики, дизайнерами, новими книгами, які надихають до розвитку та щоденної роботи. Ольга вважає, що у кожній своїй справі потрібно бачити можливості, які перед вами розкриваються, не боятися працювати і звертатися за порадами чи з пропозиціями до відомих людей. А ще дослідниця ділиться однією з цитат із книги «Велика магія» письменниці Елізабет Гілберт: «Байдуже, ким ви себе вважаєте - генієм чи невдахою, - просто зробіть те, що задумали, і покажіть це світові».