

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА

## **ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**СТУДЕНТІВ ТА МАГІСТРАНТІВ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ  
УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОГО  
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА**

**ВИПУСК 12**

**Електронне видання**

Кам'янець-Подільський  
2022

УДК 378.4(477.43)-057.87:001(082)

ББК 83.34

З-41

*Свідомство про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ № 14709-3680 ПР від 12.12.2008 р.*

*Рекомендувала вчена рада*

*Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка  
(протокол № 11 від 29 листопада 2022 року)*

**Рецензенти:** *О.В. Кеба*, доктор філологічних наук, професор кафедри германських мов і зарубіжної літератури Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка; *Н.В. Бахмат*, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри теорії та методик початкової освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка; *І.А. Федькова*, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

**Редакційна колегія:** *Б.О. Коваленко*, доктор філологічних наук, доцент (голова редакційної колегії); *А.С. Попович*, доктор педагогічних наук, доцент (відповідальний редактор); *Н.Д. Коваленко*, доктор філологічних наук, доцент; *А.М. Марчук*, доктор філологічних наук, професор; *О.І. Почапська*, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент; *А.І. Починок*, кандидат філологічних наук, доцент; *О.А. Рарицький*, доктор філологічних наук, професор; *Н.П. Шеремета*, кандидат філологічних наук, доцент.

**Збірник наукових праць студентів та магістрантів на-  
3-41 вчально-наукового інституту української філології та  
журналістики Кам'янець-Подільського національного  
університету імені Івана Огієнка** [Електронний ресурс].

Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2022. Вип. 12. 196 с.

**Електронна версія збірника доступна за покликанням:**

URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/handle/123456789/6870>

У збірнику вміщено доповіді, виголошені на I Всеукраїнській науковій конференції здобувачів вищої освіти «Нові парадигми сучасної філології», яка відбулася 24 листопада 2022 року в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка.

УДК 378.4(477.43)-057.87:001(082)

ББК 83.34

© **К-ПНУ імені Івана Огієнка, 2022**

**Маргарита Байтаз,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського  
Науковий керівник: **Тетяна Євтушина,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **ПРОСТЕ УСКЛАДНЕНЕ РЕЧЕННЯ В ЖІНОЧІЙ ІНТИМНІЙ ЛІРИЦІ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТЬ**

*Розглянуто синтаксис української жіночої інтимної лірики кінця ХХ – початку ХХІ ст. Виокремлено структурно-граматичні параметри простих ускладнених речень та їхні функційні особливості.*

**Ключові слова:** жіноча інтимна лірика кінця ХХ – початку ХХІ ст., прості ускладнені речення.

Сучасна українська жіноча інтимна лірика репрезентує вербальну скарбницю, у якій «об'єднано розвиток класичних течій, продовження новаторських пошуків і постання новітніх тенденцій» [1, с. 801].

У жіночій інтимній ліриці кінця ХХ – початку ХХІ ст. численно функціонують прості ускладнені речення. Вони або органічно поєднані зі складними, або поетичний текст суцільно зітканий із простих речень, здебільшого ускладнених. За структурно-граматичними параметрами в досліджуваних поезіях зафіксовано різні типи простих ускладнених речень: двоскладні та односкладні, ураховуючи склад граматичної основи. Такі ускладнені конструкції не переважують ліричну оповідь, а конкретизують її та доповнюють. За метою висловлювання це здебільшого розповідні речення.

Нанизування однорідних членів речення, зокрема простих дієслівних неускладнених присудків, продуктивно забезпечує градацію в простому двоскладному реченні: *Зорі **мліли** і **рвались** вниз, / **Розбивалися** об бульвар* (Олеся Мамчич «Зорі мліли»). Такі речення відіграють важливу роль у створенні атмосфери поезії. Авторки майстерно маніпулюють ними, нанизуючи, добираючи тільки кращі відточені слова, щоб читач мав змогу пірнути у світ того чи того вірша.

Смислова акцентуація за допомогою відокремленої поширеної прикладки створює упорядкований рельєфний контур поетичного тексту: *І приходять світанки, **щоденних турбот адвокати**, / І несуть під пахвою тисячі різних справ* (Ліна Костенко «Я ніколи не звикну»); *Усе в тобі нагадує мене, **таку дитинну і таку прозору*** (Мар'яна Савка «Усе в тобі нагадує мене»).

Серед простих односкладних речень впадають у дослідницьке око безособові конструкції зі звертаннями чи вставними словами: *Тобі, **либонь**, не банно* (Оксана Забужко «Попелюшка»). Семантичною особливістю безособових односкладних речень є відсутність активного діяча, тобто носія ознаки. Оскільки головний член дієслівного безособового односкладного речення репрезентує «не діяльність суб'єкта, а його психічний чи фізичний ста, настрій, волевиявлення, прагнення, бажання...» [2, с. 219-220]. Типовим морфологічним вираженням головного члена безособових односкладних речень є слова категорії стану – предикативний прислівник.

Суб'єктами порівнянь у досліджуваних поетичних текстах є люди, соматизми, явища природи. Серед об'єктів порівнянь переважають такі лексеми: тварини, птахи, рослини, явища природи (як **грім**, *неначе **сніг***), назви чи вказівки на людей (як **я**), побутові речі (*ніби **віз**, наче **мокрі весла***), абстрактні поняття (*неначе **кров***), поняття, пов'язані з релігійним та міфічним світосприйняттям (*ніби **привид***).

Деякі жіночі інтимні поетичні тексти переважно сконструйовано лише з простих ускладнених речень: Я так люблю твої листи – / І сумовиті, і лукаві. / Ні в одержимості, ні в славі / Не відчуваю повноти... / Любове, викрасена з лютні, / Втішайся словом на устах! / А більш нічого не проси – / Ні поцілунків, ні нащадків (Неоніла Стефурак «Я так люблю твої листи»). Зафіксовані прості речення, здебільшого двоскладні, ускладнені однорідними членами речення (і сумовиті, і лукаві, ні в одержимості, ні в славі, ні поцілунків, ні нащадків), непоширеним звертанням (любове) та дієприкметниковим зворотом (викрасена з лютні). Крім того, у цьому поетичному тексті виникають органічно важливі додаткові смисли за допомогою займенників, оскільки вони є суттєвою змістовою ланкою ліричного жанру, що окреслює стосунки між «ліричним Я» й світом в узагальненому плані.

Переконаємося, що двоскладні прості ускладнені речення разом із займенником 1-ої особи однини можуть репрезентувати ліричного героя, вдало транслюючи сердечні почуття. Структура поетичного тексту програмує так, що займенник **Я** системою вірша висувається на передній план, додатково семантизується, укрупнюється; це своєрідний смисловий ключ до усвідомлення авторських інтенцій і світогляду. Наприклад: *Я старіюся тихо, тихо, поволі, дитячо. / І каміння, як крила на спинах горбів, / Розбруньковують душу свою янголячу* (Маріанна Кіяновська «Як впізнати тебе серед каменів цих»).

Отже, синтаксичний простір жіночої інтимної лірики кінця ХХ – початку ХХІ ст. численно репрезентують прості ускладнені речення різної структурно-семантичної організації та комуніка-

тивної характеристики. Жіночу емоційність найяскравіше реалізовано в однорідних членах речення, порівняльних зворотах, звертаннях. Натомість вставні слова репрезентують уточнення в зображенні почуттів.

### **Список використаних джерел**

1. Загнітко А.П. Теоретична граматика сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис. Донецьк : ТОВ «ВКФ «БАО», 2011. 992 с.
2. Рабанюк Л. Односкладні дієслівні речення в поетичному тексті (на матеріалі поезії Ліни Костенко). *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2014. Випуск 732–733. Слов'янська філологія. С. 216 – 221.
3. Українська інтимна лірика : Твори: для старш. шк. віку / упорядкував текстів, перед., підготов. комент., прим. та наоч.-метод. матеріалів К. Г. Борисенко. Київ : Школа, 2009. 352 с.

**Дар'я Бановська,**

*здобувачка освітньо-наукового рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний  
університет імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Анжеліка Попович,**  
доктор педагогічних наук, доцент*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СЕМАНТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІТОЛОГЕМ В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОСТИЛІСТИЦІ**

*Окреслено основні принципи лінгвостилістичних досліджень. Виділено тенденції студіювання мітологом у діахронному та синхронному зрізі. Визначено перспективні напрями подальших досліджень.*

**Ключові слова:** *мітологи, лінгвостилістика, вербалізація, міт.*

Сучасна лінгвістика характеризується різноаспектністю, поліфункційністю й неоднорідністю. У ХХІ ст. виникають нові напрями мовних досліджень, які переважно реалізують однакові принципи: вивчення функцій мови – функціоналізм; тлумачення й пояснення мовних явищ – експланаторність; синтез із іншими науками – експансіонізм; пізнання сутності людини через її мовлення – антропоцентризм. Лінгвостилістика також «прагне до синтетичного, узагальнювального аналізу, до виходу в коло проблем мова і культура, мова і людина, мова і ситуації спілкування» [1, с. 28].

Дослідження спектру вербалізації мітологом є втіленням значених принципів. Міт – це міждисциплінарне поняття з широким функціоналом, що перебуває на межі загальнозрозумілого й

неосяжного для людського розуму. Проблемність визначення та аналізу мітологом як мовних одиниць сприяє активному науковому зацікавленню темою й водночас породжує хаотичність і фрагментарність досліджень. Тому виникає потреба опису та систематизації наукових праць такого спрямування.

Мета нашої публікації – окреслити основні віхи історії дослідження мітологом, простежити тенденції вивчення мітологом у сучасній українській лінгвостилістиці та визначити перспективні напрями подальших студій.

Лінгвісти почали активно досліджувати мітологему в системі координат «мова – культура» наприкінці XIX ст. після революційних праць А. фон Гумбольдта й О. Потебні. У мітолінгвістиці виокремлюють декілька напрямів. Найбільш поширеними були натуралістичний (основа мітології – природні процеси), структуралістичний (визнання метафоричності, тяжіння до логічного аналізу й класифікацій), антропологічний і анімістичний (міт – етап свідомості), символічний (міт – ключ до пізнання людини), психоаналітичний (базується на працях К. Юнга та З. Фрейда), функційний тощо. Українська лінгвостилістика сприйняла всі ці напрями. М. Скаб переконана, що сьогодні сакральну лексику варто вивчати «з погляду різних парадигм: порівняльно-історичної, системно-структурної чи когнітивної» [2, с. 8].

Порівняльно-історичні студії акцентують на семантичних трансформаціях мітологом у діахронії. Дослідники переважно порівнюють первинне значення одиниць із його реалізацією в текстах (Ю. Осінчук). Системно-структурний аналіз мітологом передбачає розгляд архетипних одиниць на основі їх структурних елементів, визначення їх взаємозв'язків, взаємовпливів та способів їх організації в текстах (А. Василенко, В. Конобродська).

Широко представлено дослідження в когнітивній парадигмі, які дають «змогу не лише з'ясувати закономірності концептуалізації та категоризації дійсності у мові, а й виявити тенденції розвитку та функціонування людського суспільства загалом» [2, с. 8]. З цього погляду мітологему характеризують М. Скаб, О. Строкаль, І. Костюк та інші.

На сучасному етапі розвитку лінгвостилістики найбільш актуальними є синтетичні, комплексні дослідження семантичного потенціалу мітологом у текстах, зокрема щодо форми, змісту й рецепції.

А. Темченко, В. Кононенко, С. Єрмоленко та ін. дотримуються принципу комплексності досліджень. А. Темченко розглядає морфологічний і онтологічний рівні втілення архетипів через призму сприймання людиною [4]. В. Кононенко за допомогою аналізу процесів текстотворення визначає «особливості національного сприймання таких категорій, як слава, воля, віра, надія і под.» [3, с. 2].

Варто зазначити, що дослідження мітологом виконують не лише загальнотеоретичні функції, а й мають прагматичне значення у створенні лексикографічних праць, виробленні правописних норм і розв'язанні лінгводидактичних проблем.

Незважаючи на зацікавлення лінгвістів вербалізацією мітологом, досі недостатньо окреслено теоретичні й методологічні засади досліджень семантичного потенціалу найменших значенневих одиниць міту, зокрема ономасіологічний аспект. Актуальними є лінгвостилістичні студії способів вербалізації архетипних одиниць на основі сучасних художніх і медійних текстів.

Отже, мітологими в українській лінгвостилістиці досліджують у контексті сучасних загальнонаукових тенденцій, водночас студії щодо характеристики інших аспектів означених одиниць є затребуваними й перспективними.

### **Список використаних джерел**

1. Єрмоленко С. Я. Сучасна українська лінгвостилістика: співвідношення теорії і методів. *Стил: Межнародни часопис*. Белград, 2012. С. 23–32.
2. Скаб М. В. Основні напрями дослідження взаємодії української мови і сфери сакрального: здобутки та перспективи. *Науковий вісник Чернівецького університету імені Юрія Федьковича*: збірник наукових праць / ред. Б. І. Бунчук. Чернівці: Рута, 2010. Вип. 506–508: Слов'янська філологія. С. 3–10.
3. Кононенко В. Концепти українського дискурсу: монографія. Київ-Івано-Франківськ: «Плаї» Прикарпатського університету імені Василя Стефаника, 2004. 248 с.
4. Темченко А. І. Традиційні замовляння: семантичні трансформації та обрядові парадигми: монографія. Черкаси: ІнтролігаTOP, 2014. 572 с.

**Владислава Барнякова,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
факультет гуманітарних наук,  
Київський національний університет  
«Киево-Могилянська академія»*

*Науковий керівник: Інна Лівицька,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ТИПОЛОГІЯ ЕМОЦІЙ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО У МОВІ**

*Робота присвячена проблемі дослідження емоцій у контексті сучасної лінгвістичної парадигми. У статті визначені підходи на природу і сутність емоцій, а також розглядаються особливості дослідження та репрезентації емоційних концептів в англійській мові.*

**Ключові слова:** емоція, емотиологія, когнітивний підхід, репрезентація емоцій.

Мова, будучи головним інструментом людського спілкування, не тільки забезпечує інформаційний обмін мовців, але й відображає їх емоційний стан в акті комунікації.

До середини 70-х років проблема мовної концептуалізації, так само як і вербалізації *емоцій*, не привертала увагу мовознавців. Але з того часу, як почали зароджуватися основи нової лінгвістичної парадигми – гуманістичної, в центрі якої є людина як носій і користувач мови, лінгвісти не могли обминути сферу *емоцій*. Зараз дослідження проблеми «мова і *емоції*» є одним з основних пріоритетних напрямків сучасного вітчизняного мовознавства.

У контексті сучасної антропологічної лінгвістичної парадигми виникає необхідність дослідження сфери *емоцій*, засобів їх концептуалізації та вербалізації. Як наголошується в роботах вітчизняних і зарубіжних лінгвістів (Н.Д.Арутюнова, О.П.Воробйова, Z.Kovečses, G.Lakoff та ін.), пізнання світу здійснюється за допомогою *емоцій*. Проте відсутність цілісної теорії *емоцій*, різноманітність та суперечність їх класифікацій, неоднолінійність процесів їх означування ускладнюють дослідження вербалізації емоційних реакцій людини.

Метою нашого дослідження є здійснення комплексного аналізу лінгвістичної складової поняття «*емоція*» та визначення внутрішньої організації емоційних концептів в мові.

Актуальність теми зумовлена зростаючим інтересом сучасної лінгвістичної науки до вивчення концептуальних мовних явищ, виявлення та систематизації засобів мовної репрезентації емоційних концептів.

*Емоції* розглядають як частину природного розвитку людської раси і вважає, що вони універсальні в усіх культурах. Однак поряд з так званими фундаментальними *емоціями*, які властиві всім народам та расам, спостерігаються і специфічні для певної культури *емоції*, що визначаються соціальними параметрами. Іншими словами, *емоції*, будучи однією з форм відображення дійсності, можуть мати узагальнений характер, і саме внаслідок узагальненості бути зрозумілими людям, і одночасно, будучи особистісним феноменом, мати суб'єктивний характер.

Традиційно емоційна сфера людини та її вплив на діяльність вивчалися психологією і практично не включалися до компетенції лінгвістики. Когнітивна теорія *емоцій* (емоціологія), що об'єднує досягнення когнітивної психології і лінгвістики, окреслила нову проблематику вивчення емоційних явищ. У рамках цієї теорії *емоції* розглядаються в тісному зв'язку з когнітивними процесами. Звідси випливає суть лінгвістичної концепції *емоцій*, яка полягає в тому, що людина (суб'єкт) відображає довколишній світ вибірково, виокремляючи в ньому лише необхідне або цінне для неї в цей момент.



Концепт *емоцій* має певну структуру та може бути репрезентований за допомогою вербальних (за допомогою мовних засобів) або невербальних (міміка, жести, пантоміміка тощо) знаків.

Учені розглядають вербалізовані концепти *емоцій* як етнокультурно зумовлені, складні структурно-сміслові, лексично і фразеологічно оформлені утворення, що базуються на понятійній основі і включають в себе поняття, культурну цінність, яка в процесі рефлексії і комунікації функціонально замінює людині однопорядкові предмети, що викликають пильне ставлення до них людини.

Проведений нами аналіз дозволяє розкрити досить складну сутність вербалізованих концептів *емоцій*, типологізація яких може бути представлена з різних ракурсів:

- 1) з погляду їх лінгвістичного оформлення (в основі лежать словниковий статус домінантної лексеми, що вербалізує той чи інший концепт, час появи і вживання відповідного слова як номінації *емоцій*, частотність вживань домінант *емоцій у мові*);
- 2) з точки зору дискурсу як середовища їх мовного існування;
- 3) з точки зору їх актуальності для всіх націй, для окремо взятої нації, для
- 4) соціальної групи.

Виходячи з наведеної типологізації вербалізованих концептів *емоцій*, можна виділити такі їх види:

I.	II.	III.
1) базові; 1) периферійні;	2) художні; 2) побутові; 2) наукові	3) універсальні; 3) етнічні; 3) групові

Моделювання окремих концептів та концептосфери *емоцій* в цілому здійснюється за допомогою лексики. Але оскільки на даний момент не існує єдиної загально визнаної типології *емоцій*, це ускладнює диференціацію *емоцій* для подальшого моделювання відповідних концептів.

Для вирішення проблеми вибору мовного матеріалу, на нашу думку, може бути використана типологія *емоцій*, заснована на так званих базових, або фундаментальних *емоціях*, наприклад, багатовимірною моделю *емоцій* Р.Плутчіка.

В якості 8 фундаментальних емоційних станів виступають: *joy* (радість), *trust* (довіра), *fear* (страх), *surprise* (здивування), *sadness* (сум), *disgust* (відраза), *anger* (гнів), *anticipation* (настороженість). Кожна з цих *емоцій*, в свою чергу, є точкою континууму, у рамках якого змінюється інтенсивність *емоції* (наприклад, *annoyance* (роздратування) – *anger* (гнів) – *rage* (розлюченість) [1].

Отже, із закріпленням когнітивно-функціональної парадигми у сучасному гуманітарному пізнанні фокус дослідницького інтересу стрімко переміщується у бік міждисциплінарного наукового

пошуку. Відповідно до цього все важливіше місце серед актуальних проблем сучасної лінгвістики займає вивчення концептуалізації та мовного забезпечення емоційного досвіду у мовних стереотипах різного характеру. У мовленні репрезентується не сама *емоція*, а її концепт, що являє собою складне структурно-сміслове, лексично оформлене утворення, яке базується на понятійній основі і включає в себе поняття та культурну цінність.

### **Список використаних джерел**

1. Plutchik R. The Emotions: Facts, Theories, and a New Model. New York, Random House, 1962. 228p.

**Ольга Безим'яна,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: **Тетяна Крупеньова,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЛЕКСИКИ В ПРИЗВИЩАХ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

*У статті проаналізовано прізвища Одеської області, мотивованих назвами професій, та визначено соціокультурні складові антропонімів, співвідносних із професійною діяльністю.*

**Ключові слова:** ономастика, прізвище, професійна лексика, антропоніми.

Ономастична лексика відрізняється величезним культурознавчим матеріалом, оскільки в онімах знаходять відображення соціальні, культурні та суспільно-політичні зміни. Актуальність дослідження визначається майже повною відсутністю у сучасній ономастиці регіональних досліджень онімів, утворених від назв професій та важливістю виявлення специфіки функціонування онімів, утворених від назв професій, Одещини та впливу на цю специфіку соціальних процесів. Мета дослідження – утворення та поширення онімів, мотивованих назвами професій та визначення соціокультурних складових антропонімів, співвідносних із професійною діяльністю. Об'єкт дослідження – прізвища, утворені від найменувань професій. Предмет дослідження – семантичні та функціональні особливості онімів, мотивованих найменуваннями професій.

Під мовою професійного спілкування розуміють функційний різновид національної мови, який використовують у професійно

обмеженій сфері спілкування, щоб забезпечити комунікацію між особами у сфері виробництва, науки, техніки та культури. У складі професійної лексики виділяють такі види: міжгалузеві загальнонаукові терміни; терміни певної галузі, що мають чітку дефініцію; номенклатурні лексеми, що позначають поняття, для якого існує термін; професіоналізми, які образно номінують професійні поняття, що використовуються в усному мовленні для кращого взаєморозуміння в професійній сфері; загальноповживані слова, що використовують спеціалісти певної галузі [2, с.145]. Українська антропонімія формувалась під впливом релігійно-культурних, політичних, демографічних, економічних чинників, що відображалось у складі, структурі певних антропонімних класів [1, с.96]. Українські ономасти із зацікавленням ставилися до вивчення походження, будови, поширення прізвищ, що підтверджують розвідки, у яких більш детально досліджено регіональну антропонімію [4]. У нашому дослідженні було проаналізовано 450 прізвищ Одещини, які походять від назв, пов'язаних із професією чи родом занять людей. Ці прізвища були сформовані під впливом економічного життя суспільства, а саме ремесла, промисловості, сільського господарства, торгівлі та інших видів діяльності населення Одещини, що дає змогу сформуванню певні уявлення про стан розвитку певних галузей регіону.

Досліджуючи історію одеських сіл, можемо зазначити розвиток таких ремесел: бджільництво, ковальство, грабарство, столярство, стельмаство, теслярство, ткацтво, чумацтво, хліборобство, шевське ремесло, що спонукало до появи таких прізвищ: *Кравчик, Бортник, Кучер, Кушнір, Мельник, Лановий, Муляр, Огороднік, Пекарчук, Пасічник, Столярик, Сівак, Сукач, Ткачук, Теслюк, Фурман, Тютюник, Швець, Чоботарьов, Шинкар*.

Для аналізу лексико-семантичної бази прізвищ покладено різні критерії: етимологічний (встановлює походження прізвища), соціологічний (встановлює взаємозв'язок семантики прізвища з умовами виникнення), історико-функціональний (ілюструє генетичне споріднення із територією поширення), синхронно-діахронний (відобрає взаємозв'язок історично закріплених прізвищ із тими, які функціонують лише на момент мовлення) [3].

У результаті проведеного дослідження було виділено двадцять лексико-семантичних груп, серед яких найбільшу кількість посідають такі: обробка дерева та виготовлення предметів із нього: *Берднік, Боднарець, Боднарук, Бондаревич, Бондаренко, Бондарев, Боднеренко, Бондарюк, Боднар, Бочар, Бочкарьов, Гонтаренко, Гонтарук, Гонтар, Стельмаченко, Стельмахов, Стельмах, Стельмащук, Штельмах, Столяр, Столяренко, Столярюк, Столярчик, Столярчук, Тесля, Тесленко, Тисленко, Тесляр; тваринництво, мисливство, рибальство: Вівчаренко, Вівчар, Гайдай, Гайдачук, Ватажук, Воловиченко, Воловик, Козар,*

*Казаров, Козаревич, Козарчук, Конюхов, Конюшенко, Лісниченко, Лісник, Мисливченко, Мисливець, Овчаренко, Овчар, Овчаришин, Охотник, Пастушак, Пастух, Пастушенко, Пташник, Псарьов, Рибак, Рибаченко, Риболов, Рибачок, Рибальченко, Рибалка, Свиначчук, Свинач, Стадниченко, Стадник, Стадничук; зброярство, металообробна промисловість, ювелірна справа: Бляхаренко, Бляхар, Гармаш, Золотарьов, Злотник, Ковалевич, Коваленко, Ковалевський, Ковалюк, Ковалишин, Ковальчук, Ковальов, Коваценко, Коваль, Котляр, Котлярів, Котляренко, Котлярчук, Кузнецький, Римаревич, Римар, Римарчук, Римарев та інші.*

Отже, за лексико-семантичним аналізом прізвищ Одещини варто зазначити, що у їхніх основах наявні лексеми на позначення виробників одягу та взуття, предметів побуту, продуктів харчування, робітників сільського господарства, науки, медицини та мистецтва, пов'язані із рибальством, полюванням та бджільництвом. Значне місце у формуванні прізвищ посіли лексеми на позначення деревообробних і металообробних ремесел, види торгівлі, виробництво різних речовин. У прізвищах відображено економічне життя людей, а також сфери професійної діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Бучко Г.Є. Історична та сучасна українська ономастика : вибрані праці. Чернівці : Букрек, 2013. 456 с.
2. Керста Р.Й. Особові назви, утворені від загальних назв на означення професії, роду занять. *Питання історії української мови*. Київ : Наукова думка, 1970. С. 141-158.
3. Торчинський М.М. Структура онімного простору української мови. Функціонування власних назв. Хмельницький : Авіст, 2009. Ч. II. 374 с.
4. Чучка П.П. Прізвища закарпатських українців : історико-етимологічний словник. Львів : Світ, 2005. 704 с.

**Тетяна Беляєва,**  
здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Інна Беркещук,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **ЖАРГОНІЗМИ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСІЇ В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ**

*Проаналізовано жаргонізми у художніх творах з метою вираження експресії та емоційності.*

**Ключові слова:** жаргон, експресія, експресивні лексеми, експресивні значення, експресивні відтінки значень.

Сьогодні жаргонна лексика через розмовну мову часто входить у сучасну художню літературу. Власне, найчастіше використання жаргонізмів у творах сучасної української літератури застосовується з метою вираження експресії та емоційності.

Українська емоційно-експресивна лексика – це специфічний словниковий шар, що належить до колективних надбань, показників, виявів, ознак душі народу. Він репрезентований експресивними лексемами, експресивними значеннями та експресивними відтінками значень.

Жаргонні експресеми є зрозумілими й доступними не кожному мовцю, адже їх здебільшого не фіксують сучасні словники, а також не часто вживають комуніканти.

Український жаргон бере свій початок від легендарної «Енеїди» Котляревського, яка, в принципі, й була написана жаргоном. Автор, що навчався у Полтавській духовній семінарії добре знав бурсацько-семінарський жаргон. Бурса була на той час закритим навчальним закладом, і тут панував суворий порядок зі своєю ієрархією.

Важливою сторінкою в історії українського жаргону можна назвати кримінальний жаргон, один із найдавніших підвидів, інтернаціональний за своїм характером. Він засвоював слова з ідишу, французької, німецької мови.

Наприклад, у збірці Б.Антоненка-Давидовича «Сибірські новели» (1989 р.) автор пояснював значення кримінальних жаргонізмів у додатках. Згодом, коли у кінці 80-х – поч. 90-х активізувалась криміналізація суспільства, збільшення злочинності фіксувався факт масового вживання слів кримінального жаргону.

Значною групою молодіжного сленгу є слова на позначення грошових одиниць. У кінці ХХ – на початку ХХ століття в українській мові активно розвинулися лексеми, які утворювали численні

синонімічні ряди, як-от: *бакси, грини, зелені, зелень, зелененькі, капуста* (про долари). Лексема гроші часто вживається в публіцистичному стилі зі словами *«тринькати», «відстібнути»* тощо.

Яскраві зразки жаргонної лексики ми сьогодні спостерігаємо в деяких художніх творах таких сучасних авторів як А.Кокотюха, М.Дочинець, С.Жадан, Н.Сняданко, І.Карпа, Л.Дереш та ін.

Так, у романі Сергія Жадана «Ворошиловград» жаргони яскраво присутні у мові головних героїв. Жаргон широко використовують і письменниці, такі як С.Поваляєва, І.Карпа, Н.Сняданко, С.Пиркало та ін. Яскравими зразками використання такої лексики є твори Ірени Карпи «Добло і зло», «Добрі новини з Аральського моря», «Піца Гімалаї» та ін. Книга Ірени Карпи «Добло і зло» – твір експресійний, певним чином провокативний, який завдяки жаргонізмам яскраво та правдиво змальовує життя української молоді кінця 90-х.

Надзвичайно показовим щодо специфіки сучасного молодіжного мовлення є вірш Світлани Поваляєвої, побудований у формі діалогу двох молодиків, які говорять по телефону.

Жаргонізми в художніх творах дають змогу максимально точно, експресивно та образно змалювати дійсність, що відбувається у творі, визначити нові реалії та поняття, що виникають як реакція на динамічно мінливу дійсність.

Уживаючи жаргонізми, письменники, намагаються добирати їх ретельніше – для створення більшого ефекту. Хоча самі автори рідко є творцями жаргонізмів. Варто зазначити, що здебільшого українські письменники хоча й доволі активно використовують такі елементи, проте не переобтяжують ними мовну тканину творів.

### **Список використаних джерел**

1. Бойко Н.І. Типи лексичної експресивності в українській літературній мові. Мовознавство. 2002. № 2-3. С. 10–12.
2. Жадан С. Ворошиловград. Харків : Фоліо, 2012. 442 с.
3. Карпа І. Добло і зло. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2008. 320 с.
4. Ставицька Л. Проблеми вивчення жаргонної лексики: соціолінгвістичний аспект. Українська мова. 2001. №. С. 55–68.
5. Товстенко В. Жаргонізми як джерело поповнення просторічної лексики. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)* : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Вінниц. держ. пед. ун-т ім. М. Коцюбинського. Вінниця : Плапер, 2015. Вип. 21. С. 60–64.

**Людмила Біленька,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ВИКОРИСТАННЯ ТВОРІВ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИКОЛОГІЇ (6 КЛАС)**

*Розвідку присвячено особливостям застосування та введення творів художньої літератури як засобу вивчення лексикології в 6 класі.*

**Ключові слова:** *лексикологія, лексика, художній твір, лексична компетентність, література.*

Лексикологія української мови є важливим розділом мовознавства і перебуває у тісному взаємозв'язку з фонетикою, орфографією, морфологією, синтаксисом, морфемікою, словотвором. Лексикологія займає особливе місце в системі навчання мови, яка склалася в сучасній школі. Методика навчання лексики передбачає використання системного підходу у засвоєнні лексичних понять, знайомить учнів зі словом як одиницею лексичної системи, доводить зв'язки між лексикою та іншими складовими мови та мовлення.

Лексику української мови досліджували такі відомі учені й мовознавці, як Л. Будаховський, Ф. Буслаєв, В. фон Гумбольдт, Г. Пауль, М. Покровський, О. Потебня, І. Хом'як, О. Шахматов, Г. Шухардт, А. Щерба та ін.

У програмі для 6 класу з розділу «Лексикологія» названо такий матеріал для засвоєння: Групи слів за походженням: власне українські й запозичені (іншомовного походження) слова. Тлумачний словник української мови. Словник іншомовних слів. Лексична помилка (тавтологія, калькування, вживання слів у невластивих значеннях тощо) та умовне позначення її (практично). Написання слів, що увійшли в українську мову з інших мов (слова іншомовного походження): букви и, і; правопис знака м'якшення й апострофа; подвоєння букв у загальних і власних назвах іншомовного походження. Активна й пасивна лексика української мови: застарілі слова (архаїзми й історизми), неологізми. Групи слів за вживанням: загально-вживані й стилістично забарвлені слова, діалектні, професійні слова й терміни, просторічні слова. Пароніми (практично) [2, с. 31–32].

Під час опрацювання лексики важливо застосовувати різноманітні засоби навчання: дидактичний матеріал, наочність і технічні засоби, серед яких особливе місце займає використання художніх творів [1, с. 3].

Раніше в шкільній освіті акцент робили на традиційних завданнях на зразок: знайти в тексті пароніми (омоніми); виписати

з поданих слів синоніми (антоніми); знайти в тексті слова-неологізми. Це, так би мовити, пасивна модель навчання. Натомість сучасний урок української мови передбачає застосування вивченого лексичного матеріалу в процесі спілкування, що потребує наявності сформованих мовленнєвих лексичних умінь [4, с. 3].

Лексика творить комунікативний пласт мови. Слово виступає виразником граматичних категорій, середовищем функціонування звуків і морфем. Раціональне застосування слова сприяє реалізації важливих функцій мовлення: здійснення процесу спілкування, налагодження контакту між індивідами, творення нових мовних одиниць. Виявлено, що пріоритетним завданням вивчення лексикології є усвідомлене засвоєння учнями знань про слово, формування умінь користуватися ним.

Опрацювання нового матеріалу дослідники пропонують проводити через самостійну роботу на основі текстів із використанням взаємоопитування [3, с. 40]. Наприклад, за допомогою адаптованих і доступних текстів теоретичного змісту, учні поглиблюють свої знання під час вивчення певної теми. Учитель ділить дітей на декілька команд: одна мікрогрупа формулює питання до текстів, інша на них відповідає.

Для закріплення вивченого теоретичного матеріалу з лексики рекомендуємо такі види вправ для засвоєння власне українських і запозичених (іншомовного походження) слів, що мають завдання: 1) записати в першу колонку власне українські слова, а в другу – запозичені; 2) віднайти в тлумачному словнику значення слова та записати речення з кожним із його значень (якщо слово багатозначне); 3) переказати текст із заміною іншомовних слів українськими відповідниками.

Щоб досягти бажаних результатів у вивченні лексикології, необхідно активно використовувати різноманітні засоби і прийоми навчання, і лише разом вони сприяють якісному засвоєнню навчального матеріалу, правильному вживанню слів у різних ситуаціях спілкування. Спілкування, у свою чергу, заґрунтоване на правильному слововживанні, – основа формування сучасної успішної молоді.

### **Список використаних джерел**

1. Пентиліук М. Теоретичні засади методики навчання української мови. *Українська мова і література в школах України*. 2013. № 5. С. 2–6.
2. Програма для загальноосвітніх навчальних закладів з українською мовою навчання: Українська мова: 5–9 класи / Г. Т. Шелехова, М. І. Пентиліук, К. В. Таранік-Ткачук, Т. Д. Гнаткович, В. І. Новосьолова, Н. Б. Коржова. Київ: Видавничий дім «Освіта», 2017. 93 с.
3. Рудницька О. Уроки української мови для 6 класу: навчальний посібник. Київ: Дивослово, 2020. 350 с.
4. Хом'як І., Каркіч І. Компетентнісний підхід до навчання лексики в загальноосвітніх навчальних закладах. *Дивослово*. 2019. № 10. С. 2–5.



**Дарина Боровик,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Валентина Титаренко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В СЕРЕДНІЙ ШКОЛІ**

*У розвідці схарактеризовано можливості використання інтернетних технологій під час уроків української мови в закладах загальної середньої освіти.*

**Ключові слова:** *урок української мови, інтернет-технології, інформатизація освіти.*

Ресурси мережі «Інтернет» є найбільшим фундаментом для створення інформаційно-предметного середовища, освіти та на-самперед самоосвіти учнів. Найчастіше користувачі читають в Інтернеті новини, переписуються електронною поштою, спілкуються один з одним у соціальних мережах. Інтернет – це не тільки простір для спілкування, але й сучасний майданчик для швидкого обміну інформацією, легкий доступ до знань, навчання.

Без процесу інформатизації освіти вже неможливо уявити сучасне навчання. Інтернет – це джерело додаткової та актуальної інформації, використовуючи яку можна зробити процес навчання найбільш ефективним [1].

Учителі української мови розуміють, що Інтернет має колосальні інформаційні можливості. Використання інтернет-ресурсів перекладає на якісно новий рівень підготовку та проведення уроків з української мови в середній школі, відкриває широкі можливості для творчості.

При вдалому та правильному поєднанні застосовуваних технологій та форм проведення уроків української мови в середній школі такі уроки стають дуже цікавими і для учня, і для педагога. Учителю української мови необхідно сформувати орфографічні та пунктуаційні вміння та навички в дітей, збагатити словниковий запас учнів, навчити їх володіти нормами літературної мови, дати знання лінгвістичних та літературознавчих термінів.

Використання ІКТ у навчальному процесі під час уроків української мови в середній школі дозволяє: посилити освітні ефекти; підвищити якість засвоєння матеріалу; здійснити диференційований підхід до учнів із різним рівнем готовності до навчання; наповнити уроки новим змістом; розвивати творчий підхід до навколишнього світу, допитливість учнів; формувати елементи інформаційної культури; прищеплювати навички раціональної роботи з комп'ютерними програмами.

Застосування інтернет-ресурсів під час уроків української мови в середній школі допомагають реалізувати особистісно-орієнтований підхід у навчанні, забезпечують індивідуалізацію та диференціацію навчання з урахуванням здібностей дітей, їх нахилів.

Учням важливо дати метод, дороговказ організації набуття знань. Педагог може звертатися до електронних словників, енциклопедій, довідників, філологічних сайтів, тлумачних словників, збірників правил та нормативних документів, програм, методичних розробок, наукових статей. Учитель української мови також може звертати увагу учнів середніх класів на той чи той ресурс, даючи, наприклад, конкретні завдання щодо його використання.

Також розглянемо особливості використання штучного інтелекту на уроках української мови. Штучний інтелект може не тільки допомогти вчителям створювати курси, адаптовані до потреб учнів, а й надати їм зворотний зв'язок про успіх проходження курсу загалом. Деякі школи, особливо з онлайн-пропозиціями, використовують системи штучного інтелекту для відстеження успішності учнів та для попередження вчителів, у разі виникнення проблем із успішністю учнів. Штучний інтелект може допомогти виставити оцінки, покращити якість освіти й навіть частково замінити реальне навчання. Але роль учителя при цьому хоч і змінюється, але залишається не менш важливою. На додаток до уроків із застосуванням штучного інтелекту вчителі допомагатимуть учням, які зазнають труднощів, і забезпечуватимуть взаємодію з учнями та пропонуватимуть свій практичний досвід, тому що штучний інтелект не зможе повноцінно замінити реальне спілкування з учителем [2].

Можливості використання інтернет-ресурсів на уроках української мови в середній школі величезні й призводять до розумного, системного користування Інтернетом, ресурси якого дозволяють учителю ефективніше використовувати час на уроці. Заняття з комп'ютерною підтримкою є більш цікавими для дітей.

Інформаційно-комунікаційні технології наповнюють процес навчання українській мові сучасними методами та прийомами, легко вписуються в навчальний процес, поживають і урізноманітнюють зміст навчання. Вони успішно доповнюють підручники та виходять за рамки поданої інформації в шкільному підручнику.

З погляду організації самостійної роботи для підготовки до уроків української мови в середній школі учень має змогу працювати в зручному для нього темпі, а викладач виконувати функцію консультанта. Це дозволяє більше уваги приділяти індивідуальній роботі з огляду на здатність та рівень підготовки учня [3].

Перераховані можливості використання інтернет-технологій під час уроків української мови в середній школі можуть сприяти не тільки забезпеченню первинного становлення особистості уч-

ня, а й виявлення, розвитку в нього здібностей, формуванню умінь та бажання вчитися, створенню умов для засвоєння в повному обсязі знань та вмінь, що призводить до виховання кваліфікованого мовника зі сформованим естетичним смаком, здатного аргументувати свою думку і оформляти її словесно в усних та письмових висловлюваннях різних жанрів, створювати розгорнуті висловлювання аналітичного та інтерпретуючого характеру, брати участь в обговоренні прочитаного, свідомо планувати свою мовну діяльність.

### **Список використаних джерел**

1. Божук Л. Сучасні інтернет-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти. *Society. Document. Communication. Соціум. Документ. Комунікація*. 2020. № 8. С. 34–54. URL: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2019-8-34-54>
2. Василенко В.Ю. Особливості використання соціокомунікаційних технологій при формуванні позитивного іміджу закладу вищої освіти. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. № 1. 2019. С. 32–40.
3. Зачерквіна М. О. PR-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти сфери культури : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.06. Київ : Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, 2019. 244 с.

**Іванна Будько,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Леся Яцук,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **СЛОВОВІРНА СПЕЦИФІКА ПРИЗВИЩ ЖИТОМИРЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ «НАЦІОНАЛЬНОЇ КНИГИ ПАМ'ЯТІ ЖЕРТВ ГОЛОДОМОРУ 1932–1933 РОКІВ В УКРАЇНІ»)**

*У дослідженні здійснено словотвірний аналіз прізвищ Житомирської області, відображених у Національній книзі пам'яті жертв голодомору 1932–1933 рр.; визначено особливості морфологічного та семантичного способів їхнього творення.*

**Ключові слова:** антропонімія, прізвище, словотвір, формант.

Сучасна офіційна форма найменування людей в Україні, а це ім'я, прізвище та ім'я по батькові, – явище відносно нове. Кожен з компонентів цієї форми має свою давню історію та специфіку вживання як в офіційній сфері, так і в народно-побутовій традиції. За словами М. А. Худаша, різні види особових назв людей у

тій чи тій мові виникали з різних причин, на різних часових проміжках та за допомогою різних мовних засобів [2, с. 10].

Об'єктом нашого дослідження слугують прізвища Житомирської області Коростишівського, Попільнянського й Радомишльського (нині частин Житомирського) районів, відображені в «Національній книзі пам'яті жертв голодомору 1932–1933 років в Україні. Житомирська область» (2008 р.).

Визначення шляхів утворення та становлення власних особових назв досі становить одну з актуальних проблем сучасної ономастики. Сьогодні немає усталеної думки щодо засобів і способів словотвору прізвищ, проте переважна більшість українських учених дотримується наукових підходів П. П. Чучки, М. А. Худаша.

У нашій розвідці ми схиляємося до класифікації П. П. Чучки, який виділяє морфологічний та семантичний способи творення прізвищ. За його словами, «перший полягав у творенні нових антропонімів за допомогою спеціальних прізвищевих формантів, а другий зводився до трансонімізації апелювативів, індивідуальних прізвищ та власних імен без будь-яких додаткових експліцитних засобів словотворення» [3, с. 25].

Серед прізвищ Житомирщини, утворених лексико-семантичним способом, виокремлено такі, твірні основи яких виражають назви людей за професією, родом заняття: *Гумінний* [1, с. 640], *Колинар* [1, с. 665], *Муляр* [1, с. 658], *Столяр* [1, с. 683], *Чабан* [1, с. 671]; назви за їхнім соціальним, майновим, військовим станом: *Козак* [1, с. 665], *Батрак* [1, с. 632], *Джус* [1, с. 657]; назви етнонімів: *Венгер* [1, с. 632], *Литвин* [1, с. 645]; назви людей за місцем походження чи проживання: *Задорожній* [1, с. 592], *Осадчий* [1, с. 682], *Підлипний* [1, с. 610]; назви представників флори: *Лобода* [1, с. 632], *Морква* [1, с. 637], *Осика* [1, с. 648]; назви представників фауни: *Заець* [1, с. 660], *Зозуля* [1, с. 660], *Лисиця* [1, с. 663]; назви зовнішніх та внутрішніх ознак людини: *Безверхий* [1, с. 643], *Гладун* [1, с. 627], *Гребенатий* [1, с. 628], *Дерій* [1, с. 640], *Кривий* [1, с. 610; 628], *Придибайло* [1, с. 669], *Доречний* [1, с. 667]; власні чоловічі та жіночі імена: *Ванда* [1, с. 667], *Гальона* [1, с. 667], *Кулина* [1, с. 648], *Свирид* [1, с. 641], *Троць* [1, с. 621] і под.

Окрему групу утворюють прикметникові прізвища із суфіксами **-ськ-**, **-цьк-**, **-зьк-** як первинно відтопонімні похідні семантичного способу творення. В антропонімії окресленого регіону подібні оніми доволі поширені, з-поміж них засвідчено такі: *Бобровський* [1, с. 667], *Головацький* [1, с. 665], *Карбовський* [1, с. 663], *Колосовський* [1, с. 658], *Потопальський* [1, с. 659] та ін.

Один з найпродуктивніших у творенні прізвищ – патронімічний суфікс **-енк(о)**, що приєднується здебільшого до християнських особових імен і назв за професією чи родом діяльності, походженням денотата: *Оксененко* [1, с. 682], *Юхименко* [1, с. 667];

*Бургомістренко* [1, с. 632], *Чередниченко* [1, с. 641]. Формат **-енк(о)** наявний у прізвищах з відапелятивними основами, що могли виражати різні значення: *Бобенко* [1, с. 649], *Богатиренко* [1, с. 654], *Дяченко* [1, с. 678], *Ляшенко* [1, с. 673], *Новиченко* [1, с. 682], *Шийченко* [1, с. 649], *Щуренко* [1, с. 683] тощо.

Засвідчено незначну кількість антропонімів, утворених за допомогою патронічних суфіксів **-ович**, **-евич** та **-ич**: *Бігич* [1, с. 623], *Васькевич* [1, с. 684], *Пількевич* [1, с. 600], *Риндич* [1, с. 630], *Ципріянович* [1, с. 601], *Шпакович* [1, с. 595] та ін.

Досить поширені прізвища з поліфункційними формантами **-ук (-'ук)** та **-чук**. Серед досліджуваних прізвищ із такими суфіксами найчастіше трапляються похідні від різних варіантів чоловічих і жіночих імен: *Левчук* [1, с. 661], *Леончук* [1, с. 681], *Оленюк* [1, с. 615], *Прокопчук* [1, с. 684], *Степанюк* [1, с. 621], *Степоруk* [1, с. 616]. Ці форманти поєднуються і з іншими основами: *Бойчук* [1, с. 612], *Квачук* [1, с. 598], *Мазійчук* [1, с. 624], *Мизюк* [1, с. 590], *Огнійчук* [1, с. 639], *Царук* [1, с. 631] і под.

Невелика кількість прізвища утворена за допомогою посесивних формантів **-ев (-'ев)**, **-ов**, **-ів (-'ів)**, **-ин**: *Андрієв* [1, с. 684], *Долін* [1, с. 614], *Кучерина* [1, с. 681], *Левин* [1, с. 663], *Матвеев* [1, с. 642], *Пивоваров* [1, с. 663], *Хоробина* [1, с. 616], *Шахов* [1, с. 653], *Яковлев* [1, с. 664; 684] та ін.

Отже, словотвірний аналіз прізвищ Житомирщини на матеріалі «Національної книги пам'яті жертв голодомору 1932–1933 років в Україні» засвідчив, що найбільшу роль відіграють патронічні та поліфункційні форманти, які приєднуються як до іменних, так і до апелятивних основ. Прізвища, утворені семантичним шляхом, також мають значне поширення в досліджуваному антропоніміконі.

### Список використаних джерел

1. Національна книга пам'яті жертв голодомору 1932–1933 років в Україні. Житомирська область. Житомир : Полісся, 2008. 1116 с.
2. Худаш М. А. З історії української антропонімії : монографія. Київ : Наукова думка, 1977. 236 с.
3. Чучка П. П. Прізвища закарпатських українців : історико-етимологічний словник. Львів : Світ, 2005. 704 с.

**Ольга Бурдейна,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
факультет права, публічного управління  
та національної безпеки,  
Поліський національний університет*

*Науковий керівник: Катерина Климова,  
доктор педагогічних наук, професор*

**МЕДІЙНІ ТЕКСТИ В ЕКСКУРСІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЯХ  
(НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКСКУРСІЙНО-КРАЄЗНАВЧОГО  
ВІДДІЛУ КОМУНАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ  
«ОБЛАСНИЙ ЦЕНТР ДИТЯЧОЇ ТА ЮНАЦЬКОЇ ТВОРЧОСТІ»  
ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ)**

*Автор розглядає медійний текст як ефективний засіб науково-дослідницької роботи музейного працівника, на прикладах окреслює роль медіатекстів у підготовці краєзнавчих відеоекскурсій та екскурсійних презентацій.*

**Ключові слова:** *медіатекст, критичне мислення, екскурсійний проєкт, текстовий супровід відеоряду, риторична компетентність.*

Створення та візуалізація якісних сучасних відеоекскурсій, екскурсійних проєктів та презентацій потребує широкого спектру систематизованих знань та критичного мислення. Запорукою успіху у цій творчій діяльності є дослідження актуальних медіатекстів краєзнавчого спрямування та встановлення зв'язку екскурсовода з аудиторією.

Під терміном «медіатекст» розуміють як публіцистичний текст, газетний текст, радіо-, телетекст, мережевий текст, гіпертекст, рекламний текст. У перекладі з латинської «media», «medium» – засіб, спосіб, що дає змогу називати медіатекстом будь-які носії інформації, з-поміж яких традиційні книги та сучасні феномени технічного прогресу [1]. Отже, медіатекст – це художній, публіцистичний або науковий текст, зображення, аудіо- та відеозапис тощо, який характеризується багатофункційністю та масовою аудиторією.

Повсякчас звертаючись до різноманітних медіатекстів у телевізійних та радіо-джерелах, в мережі Інтернету, споживачі інформації вивчають закони та інші нормативні документи, цікавляться змістом блогів, чатів, каналів, архівних матеріалів, інтернет-версій газетних і журнальних статей тощо. На сьогодні можемо визнати, що зацікавленість медіатекстами набула масового характеру з огляду на війну в Україні.

Попри проблеми, з якими наразі стикається туристичний бізнес, зацікавленість українців та іноземних громадян пам'ятками архітектури, мальовничими місцями нашої країни, а також дія-

льність музеїв не зменшується – хіба що з-поміж форм роботи музейних працівників багато хто надає перевагу віртуальним подорожам та відеоекскурсіям.

Здатність до критичного мислення, творчого опрацювання інформації, вміщеної у медіатекстах, була продемонстрована в оригінальних проєктах учнівської молоді – відеоекскурсіях та екскурсійних презентаціях – на обласному конкурсі туристично-краєзнавчих маршрутів «Мандруй рідним краєм», організованому та проведеному за ініціативи екскурсійно-краєзнавчого відділу Обласного Центру дитячої та юнацької творчості Житомирської обласної ради (листопад 2022 року).

Так, у номінації «Край, в якому я живу» учасники конкурсу у своїх відеомандрівках презентували оглядові та тематичні екскурсії цікавими, пам'ятними місцями сіл та міст Житомирщини із обов'язковою демонстрацією маршруту екскурсії. Краєзнавчі дослідження, присвячені діяльності видатних земляків, їх життєвому та творчому шляху, спиралися на ретельно опрацьовані інформаційні історичні джерела та архівні матеріали (представлено у номінації «Герої серед нас»). Отже, підготовка проєктів передбачала декілька етапів: 1) безпосереднє ознайомлення конкурсанта-екскурсовода з маршрутом екскурсії (пам'ятними місцями, пов'язаними з історичними подіями, діяльністю відомих людей), підготовка відеоматеріалів; 2) аналіз та систематизація тематично спрямованих медіатекстів та інших матеріалів, у разі потреби опрацювання архівних першоджерел; 3) побудова текстового (голосового) супроводу відеоряду, робота над технічними показниками виразного мовлення (голосом, дикцією, інтонацією, паузами). За реалізацією підготовлених проєктів (акцією, або основним етапом) слідував етап аналізу та самоаналізу виконаної роботи.

Одним із критеріїв, яким керувалося журі конкурсу, оцінюючи авторські проєкти, був науково обґрунтований підхід учасників до відтворення та аналізу історичних фактів та фактів реального часу, відображених у медіатекстах на паперових та електронних носіях. Також до уваги було взято якість читання закадрового тексту та його відповідність відеоматеріалу, культуру мовлення екскурсовода, сформованість його риторичної особистості, здатність у цілому реалізувати комунікативну мету – поінформувати, у разі потреби відобразити приховану інформацію (підтекст), вплинути на аудиторію, переконати, справити позитивне враження.

Підсумовуючи, зазначимо: дослідження змісту та структури медійних текстів є ефективним напрямом науково-дослідницької, зокрема краєзнавчої, роботи музейних працівників. Перспективною також вважаємо проблему розвитку комунікативної мовної особистості та риторичної компетентності сучасного екскурсовода як транслятора медійної інформації.

## Список використаних джерел

1. Єльнікова. Медіатекст як об'єкт лінгвістичних досліджень. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/hRwLduQSEF6YMAFYR4IXqr9LL6005H.zI.pdf>

**Софія Бурмецька,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Інна Беркещук,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ОНІМІВ ТВОРЧОСТІ ІРЕНИ КАРПИ**

*Проаналізовано мотиваційний аспект реальних онімів у творі Ірени Карпи «Добрі новини з Аральського моря».*

**Ключові слова:** *антропонім, онімна лексика, мотиваційний аспект.*

Твір Ірени Карпи «Добрі новини з Аральського моря» наповнений найменуваннями чоловічих та жіночих персонажів: різного віку, статі, соціального статусу, професій тощо. Легендарний давньогрецький поет Гомер приблизно за тисячу років до н. е. в своїй «Одіссей» написав, що без імення ніхто між людей не буває, Хто б не родився на світ – родовита людина, проста, Кожного з них, породивши, іменням батьки наділяють.

У творах Ірени Карпи розгорнуті сюжети, ряд взаємозв'язаних подій і їх учасників – персонажів, тому антропологічними займають у них важливе місце.

У дослідженні реального антропонімійного простору в книзі «Добрі новини з Аральського моря» нами зафіксована певна кількість особових жіночих та чоловічих імен із дефініцією: «особове ім'я – це спеціальне слово, що служить для позначення окремої людини і дане йому в індивідуальному порядку для того, щоб мати можливість до нього звертатися, а також говорити про нього з іншими.

У свої творі письменниця вводить імена за національною приналежністю (імена національної ономастики): рідномовні антропоніми (українські імена та їхні форми (в т.ч. суржикові): – Маша, Наташа, Богдана, Рита, Юля, Лена, Ліза, Іван, Андрій, Василь та ін.); мусульманські (Айша, Джафар); єврейські (Сара, Давід); грузинське (Гія); англійські (Джорджі, Енрік, Бред, Анджеліна); французькі (Мішель, Шарлота, Марлен; японські (Йоджі, Ямомото) тощо.



Щодо структурної специфіки літературно-художніх антропонімів (далі ЛХА) у даних творах, то вони зумовлені особливостями найменування осіб у реальній антропонімії. Усі ЛХА роману «Добрі новини з Аральського моря» можна поділити на наступні групи.

1. Однокомпонентна модель найменування, до складу якої зараховуємо:

а) власні українські жіночі імена, репрезентовані у творі повними та демінутивними формами: Хлоя, Рита, Катя, Оксана, Богдана, Ксенія, Ксюша, Ксюха, Аня, Анька, Варвара, Маша, Машка, Люба, Наташа, Даша, Лена, Ленка тощо. Наприклад, у тексті роману: «Валя вчилася з Хлоєю на перших двох курсах універу» [1, с. 119]. Бо Клавдія означає «кривонога», Ксенія – «чужоземка» і далі за списком [1, с. 501]. Того разу Маша з іншою «феменкою» Ксюшею [1, с. 194];

б) власні українські чоловічі імена в романі «Добрі новини з Аральського моря» представлені українськими та іншомовними іменами, а також повними та демінутивними формами, а саме: Іван «Східного чоловіка звали Іваном» [1, с. 31]; Вася «Назустріч спускався задоволений сантехнік Вася» [1, с. 35]; Андрій «Андрій вступив до Інституту міжнародних відносин» [1, с. 25]; Андрюха «Та Андрюха тут один, співає в опері» [1, с. 91];

в) власні іншомовні жіночі імена, а саме: Морена «Морена, чорнявка – це було не про неї» [1, с. 199]; Лулу «Лулу, котру насправді звати Гаель, але їй давно уже набридло все британське» [1, с. 331]; Сара «А це Сара, моя дружина» [1, с. 56]; Кармен – «Кармен, – назвалася вона» [1, с. 80]; Айша «Але Айша не знала ні англійської, ні творчості Dead Kennedys...» [1, с. 526]; Йоана «Йоана, ще старша і ще більш ексцентрична подруга Кармен» [1, с. 168]; Гія «І гаваріт брасать Гію» [1, с. 183]; Алюзія «Це Алюзія, подруга Ксюші» [1, с. 475]; Махаяна « – Вона завжди була десь у космосі, наша Махаяма» [1, с. 386]; Адель «Чорнявка представилась Хлої як Адель» [1, с. 269];

г) власні чоловічі іншомовні імена: Браян «Богдана нарешті дізналася, що його звати Браян» [1, с. 58]; Теодор «Теодор все акуратно записував у свій великий блокнот» [1, с. 483]; Робер «Роберу було 20» [1, с. 559]; «Александро? Альберто? Рікардо?» [1, с. 9]; Ашот «Ашот, басист, паралельно працював звукорежисером у кілька поп-співаках» [1, с. 39]; Бонсуар « – Бонсуар, що тут відбувається?» [1, с. 36]; Патрік «Тут просто все є, – казав товстий Патрік, музикант і власник мінізоопарку» [1, с. 155]; Рікардо «...схожим на пупса кубинцем Рікардо...» [1, с. 209]; Філіп «А рівно через десять днів зустріла Філіпа» [1, с. 68].

## 2) Двокомпонентні імена.

У романі «Добрі новини з Аральського моря» наявне французьке ім'я *Жан-Мішель*, яке є подвійним (двокомпонентним): «Тут до Рити повернувся *Жан-Мішель*, дядько *Філіпа...*» [1, с. 223].

У творах спостерігаємо чимало *прізвищ* у класичному їх розумінні («прізвище – успадковане офіційне іменування, яке вказує на приналежність людини, до певної сім'ї». У цих творах маємо прізвища таких персонажів: *Кайзерський*, *Сімоно*, *Гінзбир*, *Щепченко* та ін., а також тут наявна двокомпонентна модель «ім'я + прізвище», яка нерідко в аналізованих творах є засобом нагадування про певну особу та її більш детальну ідентифікацію з-поміж інших персонажів. Наприклад: *Богдана Гасі* «Дуже-дуже сильно хочу кебаба, – переконливо каже *Богдана Гасі й Ідану*» [1, с. 103]; *Рита Варська* «Хто така ця Рита Варська?» [1, с. 169]; *Ерве Леже*, *Ерве Леру* «Був *Ерве Леже*, став *Ерве Леру*» [1, с. 113]; *Аня Кептар* «Це ж скільки має на виході отримувати *Аня Кептар?*» [1, с. 426]; *Ольга Юрковська* «Від психологині *Ольги Юрковської* я якось почувала про одну цікаву вправу» [1, с. 43]; *Марі Дозе* «З нами в студії адвокатка *Марі Дозе*» [1, с. 505]; *Андрій Малюк* «А я *Андрій Малюк*» [1, с. 426]; *Наталі Амбрулія* «*Наталі Амбрулія!*» [1, с. 126] та ін.

У книгах Ірени Карпи трапляються і стилістично забарвлені варіанти імен. Нами зафіксовано зменшено-пестливу фамільярну форму власних імен, виражену демінутивними суфіксами *-чик-*, *-очк-*, *-к-*, та тими суфіксами, які мають відтінок емоційності (симпатія, пестливість, ніжність, іронічності і под.). Наприклад: *Андрійчик* «Синочок *Андрійчик* ріс мамі з татом на радість» [1, с. 23].

### Список використаних джерел

1. Карпа І. Добрі новини з Аральського моря. Київ : Книголав, 2019. 592 с.

**Карина Бурса,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Наталія Дзюбак,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЧАСУ ЗАСОБАМИ ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОВИ В ЖАНРІ ІСТОРИЧНОЇ ПРОЗИ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ВАСИЛЯ ШКЛЯРА «ЧОРНИЙ ВОРОН. ЗАЛИШЕНЕЦЬ»)**

*Розглянуто лексико-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості історизмів як засобу текстотворення історичного роману Василя Шкляра «Залишенець. Чорний ворон». Визначено основні тематичні групи історизмів, що є переважними авторськими засобами стилізації тексту.*

**Ключові слова:** історичний роман, хронологічно маркована лексика, застарілі слова, історизми, архаїзми.

Серед темпорально маркованих лексичних елементів сучасної української літературної мови значний пласт складає застаріла лексика. Стилiстичний потенціал застарілої лексики в художньому дискурсі досліджували П.С.Дудик, А.І.Мацько, О.Д.Пономарів, Г.С.Гайдученко [1] та ін., однак сучасний художній дискурс у цьому плані вивчений мало, не достатньо розкрито й комунікативно-прагматичний потенціал історизмів та архаїзмів.

Ю.В.Шевельов зазначає: «Коли уживуть алохронізмів, мовець найчастіше більш або менш виразно розуміє їхнє значення (чи принаймні здогадується), але нормально він їх не вживає, бо ці мовні елементи не належать до сучасної мови часово, вони зв'язані з системою мови іншого часу» [2, с. 49]. Застаріла лексика складає художньо-мовленнєву основу історичного роману. Така тенденція цілком традиційна для цього жанру. Значним потенціалом відзначаються історизми, що закріплені за певною епохою і допомагають авторові найбільш правдиво описати події, явища, що мають початок і закінчення, причини і наслідки, характеризуються певною динамікою й чинять визначний вплив на долі художніх персонажів.

Методом контент-аналізу в історичному романі Василя Шкляра «Чорний ворон. Залишенець» ми виокремили три тематичні групи історизмів, зокрема: історизми, що називають реалії політичного, економічного та культурного життя українського суспільства у 20-х років ХХ століття; воєнну лексику цього історичного періоду; соціально-побутові історизми.

До першої групи історизмів ми відносимо такі тематичні підгрупи: **1. Назви історичних подій та пам'ятних дат:** *І ось нагорода самої долі – перед **Лютневою революцією** він дістав призначення до Другої дивізії, яка дислокувалася тоді в Умані, за п'ятдесят верст од його батьківської домівки* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 34). *Закінчив сільськогосподарську школу в Умані, під час **імперіалістичної війни** служив у царській армії, закінчив школу прапорщиків, виступив перед царем до поручника* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 316). **2. Назви історичних осіб:** *У планшеті Гальперовича я знайшов давно відому нам поживклу «Інструкцію агитаторам-комуністам на Україні», яка, між іншим, мені дуже подобалася. Наче писав її не **Троцький**, а сам **Симон Петлюра*** (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 32). **3. Назви органів державного управління:** *Від **уряду У.Н.Р.** і **Вищої Отаманської Ради** приносимо щирі подяку цим лицарям* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 219). **4. Назви законодавчих актів, державних документів:** *Вони по закордонних готелях дівок лапають, а ти годуй вошей, щодня дивися в очі смерті і жди, поки вони виплодять черговий **універсал!*** (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 286). **5. Назви економічних явищ:** *Сам сатана вигадав **неп**, щоб узяти нас за горлянку* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 76). *Наздирали стільки **продподатку**, що вирішили влаштувати свято* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 171). **6. Назви адміністративно-територіальних одиниць:** *Птіцин нарешті опинився у **Кременчуцькій губернії**, а відтак у супроводі ескадрону в'їхав у село Мельники, де базі 25-ї стрілецької дивізії було створено постійний військовий гарнізон* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 78). *У нас є посвідка военкома **Телепинської волості**, вона всіх зобов'язує вам допомагати* (В. Шкляр «Чорний ворон», с.237). **7. Назви партійних, державних та інших організацій, об'єднань:** *І потяглися до Кременчука всі оті **губревкоми, парткоми, БеБе, губчека, військкоми** та всілякі інші «коми», яких наплодила **комуна*** (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 27). **8. Назви осіб за партійною приналежністю:** *Звичайно, **більшовики**, як і їхня газетка, могли чимало перебрехати, але те, що наше військо спіткала трагедія, я тепер відчував нутром* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 145). **9. Назви закладів, установ, господарств:** *Немає лиха без добра, тож і цього разу так випала карта, що доправили його знов-таки аж до Умані, до **земської лікарні**, де вже лежало чимало наших* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 40). *Зупинилися неподалік **волосної управи** біля якоїсь стайні, і тут Ганнуса побачила таке, від чого заворушилося волосся на її голові* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 74). **10. Назви посад:** *Я всього-на-всього **емісар уряду УНР** і переказую вам його волю* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 158). *На відміну від тутешнього люду, всі Черкаси знали, що означає посмішка **голови окружного суду** Голубчика* (В. Шкляр «Чорний

ворон», с. 319). **11. Назви соціальних верств населення:** *Ожидали бурлаки та місцеві заприсяжені козаки, поверталися ті, хто пересидів зиму по хатах, приходили нові люди* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 123-124). **12. Назви часописів, періодичних видань:** *Гамалій, певна річ, відчував недовіру, відчував і навіть схвалював – а як же інакше? – тому, ніби між іншим, дістав десь із пазухи журнал «Син України» і подав Загородньому* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 207). **13. Назви грошових одиниць:** *«Добре», – погоджувався Загородній, ховаючи шкіряного мішечка з миколаївками до кишені чумарки* (В. Шкляр «Чорний ворон», с. 183).

Ця тематична група історизмів має найбільш загальне призначення – змальовує епоху 20-х років ХХ століття, на тлі якої розгортаються основні сюжетні лінії роману. Перед читачем постає складний історичний період життя і боротьби українців за свою державність та незалежність. Уся застаріла лексика, використана у досліджуваному історичному романі, достовірно співвідноситься з описуваним періодом.

#### **Список використаних джерел**

1. Гайдученко Г.М. Застаріла лексика як засіб створення колориту епохи в історичних творах українських письменників. *Матеріали доповідей і повідомлень Всеукраїнської науково-теоретичної конференції*. Київ-Херсон, 1996. С. 147-149.
2. Шевельов Ю. Нарис сучасної української літературної мови та інші лінгвістичні студії (1947-1953 рр.). Київ : Темпора, 2012. 664 с.

**Анастасія Бучковська,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Наталія Дзюбак,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

#### **ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ ОЦІНКИ СПІВРОЗМОВНИКА В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗКАХ**

*У науковій розвідці описано компліментарне висловлювання як засіб формування стратегії спілкування. З'ясовано, що основу компліментарного висловлювання складає категорія оцінки, описано її структуру та типологію. Визначено особливості звертання як типового засобу позитивної оцінки співрозмовника та його комунікативно-прагматичний потенціал в українських народних казках.*

**Ключові слова:** маніпулятивна стратегія позитиву, компліментарне висловлювання, категорія оцінки, суб'єктивна позитивна оцінка співрозмовника, звертання.

Серед комунікативних стратегій, до яких удається мовець для формування атмосфери комунікативного акту, зміни мовленнєвої поведінки, морального й емоційно-психічного стану адресата мовлення, вирізняється маніпулятивна стратегія позитиву, основним жанром якої є компліментарне висловлювання – комунікативна одиниця, що містить позитивну оцінку адресата з боку мовця і вживається мовцем, щоб викликати в адресата позитивний емоційний стан, підвищити його значущість тощо [1, с. 378].

В українському науковому лінгвістичному просторі компліментарним висловленням присвятили свої праці М.К.Колодько, Ю.В.Микитюк, І.Ю.Шкільницька та інші. Усі дослідники погоджуються з тим, що основу компліментарних висловлень складає категорія оцінки, зокрема в них знаходять своє вираження позитивна суб'єктивна оцінка співрозмовника, яка спрямована на формування відповідної атмосфери спілкування. Подібна стратегія мовленнєвої поведінки типова для українського мовленнєвого кодексу й знаходить своє відбиття у різних фольклорних жанрах, зокрема й в казках.

У мовознавстві оцінку визначають як окрему функційно-семантичну категорію з семантичною домінантою «схвалення / несхвалення», що знаходить відбиття у всіх одиницях мови від слова до тексту, а оцінні значення мовець експлікує засобами різних рівнів мовної системи. Оцінка є одиницею функціональної семантики, комунікативного синтаксису, прагмалінгвістики, когнітивної лінгвістики, лінгвофілософії та лінгвокультурології. З огляду на різноплановість цього мовного феномену, науковці підкреслюють, що категорія оцінки – це явище, в основі якого лежить спеціальний вибір вербальних засобів для найтоншого вираження оцінного значення з урахуванням усіх чинників, які впливають на формування цього смислу [2, с. 139].

Структуру оцінки формують такі складники: суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки, оцінний предикат, предмет оцінки, аспект оцінки, шкала оцінювання, оцінний стереотип, підстава оцінки. Складність структури оцінки знаходить відбиття у її диференціації. Дослідники розрізняють суб'єктивну і об'єктивну оцінку; інструментальну, технічну, оцінку сприяєливості, медичну, утилітарну, гедоністичну; емоційну й раціональну; загальну й часткову; сенсорну, сублімовану, раціоналістичну; емоційну, естетичну, етичну, раціональну; нейтральну, позитивну, негативну тощо [3].

У аспекті нашого дослідження ми беремо до уваги суб'єктивну позитивну оцінку адресата мовлення, що знаходить своє ви-

раження в компліментарних висловленнях, спрямованих на підвищення значущості співрозмовника.

Найбільш поширеним засобом формування компліментарного висловлення є звертання. У казках про тварин найтипівішими засобами оформлення компліментарного звертання є: 1) демінутиви першого ступеня назви тварин, у яких позитивне оцінне значення формують суфікси: -к- (*рибко, лиско*); -ик- (*півнику, котику, вовчику, журавлику* та ін.); -ок- (*вовчок*); -ичк- (*лисичко*); -оньк- (*кізонько*), -еньк- (*пацюченько, сороченько*); -чик- (*зайчик*). Менш поширеними є демінутиви другого ступеня із суфіксом -к- (*півничку*) та третього ступеня із суфіксом -очк- (*козеняточка*); 2) зменшено-пестливі клички тварин (*Мурлико, Хвіночко, Варварко*); 3) загальнозживані слова, які у складі звертання не лише називають персонажа-тварину, що є адресатом мовлення, а й підвищують його значення.

У фантастично-чародійних казках засобами оформлення компліментарного звертання, що підвищує значущість співрозмовника є: 1) іменники-загальні назви осіб за спорідненістю і своєю роллю, що використовуються при звертанні до людей, які не є родичами (*сину, брате, побратиме*); 2) іменники назви осіб за характерологічною ознакою (*молодче, добродію*); 3) іменники-назви осіб за родом занять (*витязю, газдо*); 4) метафоризовані сполучення, до складу яких входять іменники таких лексико-семантичних груп: а) назви тварин та птахів (*голубе*); б) назви органів людського тіла (*серце*).

В українських народних казках аналізовані засоби виконують конкретну комунікативно-прагматичну роль: 1) формують позитивну атмосферу спілкування; 2) сприяють налагодженню приятельських або родинних стосунків між мовцями; 3) виражають ставлення мовця до реципієнта; 4) допомагають завоювати прихильність адресата мовлення; 5) сприяють реалізації інтенцій адресанта мовлення; 6) формують мовне обличчя того, хто говорить; 7) адаптують мовне оформлення казки до вікової аудиторії.

Перспективним вважаємо дослідження засобів маніпулятивного впливу на співрозмовника в інших жанрах літературного дискурсу.

### **Список використаних джерел**

1. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 716 с.
2. Космеда Т.А. Категорія оцінки в українському мовознавстві. *Українська філологія: школи, постаті, проблеми* : зб. наук. пр. Львів, 1999. Ч. 2. С. 138-146.
3. Приходько Г.І. Оцінка і комунікація. Вінниця : Нова Книга, 2013. 168 с.

**Олена Валяровська,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка  
Науковий керівник: **Олександр Волковинський,**  
доктор філологічних наук, професор

## **ТИПИ І ФОРМАТИ ПОШИРЕННЯ НЕЛІНІЙНОГО КОНТЕНТУ У КРОСМЕДІА**

*У площині кросмедіа щоденно зростають вимоги до поширюваного контенту. Зважаючи на це, трансформуються старі та з'являються нові формати відтворення даних. У статті зосереджено увагу на видах репрезентації інформації, які функціонують у сучасних ЗМІ.*

**Ключові слова:** кросмедіа, нелінійний контент, візуалізація, відеоконтент, аудіальний контент.

Феномен «кросмедіа» постає результатом розвитку медіапростору як модернізованої форми репрезентації та сприйняття інформації. Деталізоване дослідження специфіки крос медіа приводить до висновку, що особливість цього феномену полягає не лише у поширенні інформації кількома платформами, а й у трансформативності контенту відповідно до вимог сучасності.

Оптимальне використання новітніх можливостей медіа створює умови для індивідуального прагматичного впливу на реципієнтів. Саме до цього концепту зводиться головна перевага нелінійного способу відтворення та розповсюдження інформації. Кросмедіа мають на меті багаторазову взаємодію контенту із цільовою аудиторією шляхом використання різноманітних медіажанрів. Інакше кажучи, для конкретної медіаплатформи створюється відповідний медійний продукт таким чином, щоб негативні сторони того чи того каналу поширення були компенсовані трансформативністю контенту для зручності користувачів та забезпечення функціональної рівноваги між різними платформами [1].

Одними із головних чинників, що вирізняють публікації для конвергентних ЗМІ є нелінійність подання інформації, тобто гіпертекстуальність та інтерактивний формат. Кросмедіа дозволяють реципієнтові знайомитися з інформацією не в лінійній послідовності запропонованій журналістом, а в довільному порядку незалежно від змістових елементів.

Форма організації змісту в конвергентних засобах масової інформації нагадує своєрідну систему з відносно невеликими елементами, що можна сприймати не у визначеному порядку – від початку до кінця, а рухатися від одного фрагмента тексту чи



фото-, відеоконтенту до іншого за допомогою вказівок чи гіперпосилань. У цьому й полягає реалізація гіпертекстуальності в рамках кросмедійного підходу. Тобто, конвергентні медіа створюють умови для розробки контенту з різними ієрархічними структурами, що забезпечує включення споживача медійного продукту до активної роботи, надаючи можливості сприймати контент у будь-якому порядку та з різних платформ [3]. Реципієнтові також забезпечується можливість для здійснення фідбеку – зворотного зв'язку. Коментарі та пропозиції від користувачів обов'язково враховуються у підготовці наступних матеріалів. До уваги беруться побажання як до змісту публікацій, так і до їхнього оформлення та медійних каналів поширення.

Поняття інтерактивності контенту, що в перекладі з англійської означає взаємодію, може розкриватися в аспекті характеру зв'язків між цільовою аудиторією та журналістами, теле- чи радіоведучими, видавцями тощо. Чим тіснішою виявляється така взаємодія, тим ефективнішою постає будь-яка медійна діяльність та, відповідно, реалізується один з основних принципів кросмедійної діяльності.

Згідно з класифікацією контенту за формою поширеної інформації розрізняють такі типи – візуальний, аудіальний, вербальний та комбінований [4]. Візуальним є контент, що підлаштований виключно під зорове сприйняття. Залежно від каналу поширення, використовують різного роду форми візуалізації. До основних видів візуалізації даних відносять фотографії, відеоматеріали, інфографіку, таблиці, карти, скетчноутінг.

Що ж до аудіального формату контенту, то саме з розвитком конвергентних ЗМІ пов'язане виникнення нового феномену в журналістиці – інтернет-радіомовлення. Завдяки можливостям мультимедійного контенту інтернет-радіо на відміну від звичайної радіостанції може розміщувати не тільки аудіо-, але й відеоматеріали, публікувати довготривалі за хронометражем програми, залишати за аудиторією право вибору тематичного спрямування передач, новинних повідомлень чи музичного контенту, розміщувати на сайті радіостанції рекламу. Найчастіше онлайнві радіостанції послуговуються такими форматами аудіоконтенту – інтерв'ю, тематичні програми, новинні передачі, аудіозаписи з онлайн-конференцій, аудіокоментарі, рекламні блоки, музичний контент, художні радіожанри (фільми, п'єси, драми), аудіокниги та інші.

Поряд із візуальним чи аудіальним впливом на реципієнта за допомогою рухомої або статичної картинки, звукових і музичних ефектів, чільне місце займає вербальний контент, адже споживач у будь-якому випадку потребує доступної, лаконічно сформованої і яскраво вираженої словесної думки [2]. Не дивно, що вербальний спосіб творення матеріалів у кросмедійному просторі залишається надважливим елементом наповнення конвергентних ЗМІ.

У загальному підсумку найоптимальнішим для кросмедійного підходу і на практиці найпоширенішим серед різних засобів масової інформації залишається комбінований тип репрезентації нелінійного контенту. Під останнім слід розуміти медійний продукт, який може містити одночасно текст, фотозображення, графічний малюнок, аудіоряд та відеоматеріали. Найяскравішим зразком інформаційного продукту, що поєднує усі зазначені елементи є трансмедійний сторітелінг, що останніми роками завойовує все більшу популярність.

### **Список використаних джерел**

1. Василик Л. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
2. Крецу І., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа : підручник. Бонн : Видавничий дім Шиллера, 2015. 140 с.
3. Сучасні тенденції розвитку крос-медійної журналістики. URL: [https://www.academia.edu/37055352/Сучасні тенденції розвитку крос медійної журналістики](https://www.academia.edu/37055352/Сучасні_тенденції_розвитку_крос_медійної_журналістики) (дата звернення: 14.11.2022).
4. Карпенко В.О. Журналістика: Основи професійної комунікації : навчальний посібник. Київ : Нора-прінт, 2002. 348 с.

**Вікторія Вельмик,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **МОВА І ПОВНОМАСШТАБНА ВІЙНА: МОВНІ ПИТАННЯ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ДОРΟΣЛИХ ГРОМАДЯН**

*У розвідці висвітлено результати соціолінгвістичного онлайн-анкетування, проведеного впродовж липня-серпня 2022 року серед громадян України віком від 24 років.*

**Ключові слова:** *мовні питання, дорослі громадяни, мовна поведінка, мовна ситуація, повномасштабна війна.*

Мовне питання в Україні повсякчас актуальне. Попри очевидне переважання на наших теренах українського етносу, поширеним у суспільстві є явище українсько-російського білінгвізму. Тому така ситуація – джерело постійних маніпулятивних дискурсів. Однак для українського народу, який протягом тривалого часу зазнавав (і зазнає) імперських зазіхань і впливів, саме державна мова мала б бути винятковим чинником єднання, позаяк вона має величезне значення для формування національної свідомості й ідентичності. Та за тридцять один рік нашої незалежності так і

не була проведена комплексна мовна політика, яка зобов'язувала б використання української мови в усіх сферах суспільного життя (зокрема й в особистій). Це питання постійно було «не на часі» чи спрямовувалося точно не на користь нашої мови. І нині це призвело до катастрофічних наслідків. Повномасштабна війна переконливо доводить: час «лагідної українізації» вже давно минув. В Україні має панувати українська мова й нею повинні послуговуватися всі громадяни.

Мовній ситуації та її складовим присвячено праці Т. Бурди, О. Данилевської, Л. Масенко, С. Соколової, О. Тараненка, О. Ткаченка та ін. Однак особливості рецепції мовних питань дорослими громадянами в умовах повномасштабної війни ще не розглянуто, що зумовлює актуальність наших наукових пошуків.

Мета роботи – висвітлити результати соціолінгвістичного онлайн-анкетування, проведеного впродовж липня-серпня 2022 року серед громадян віком від 24 років.

Ю. Макарець влучно зауважує: «... поширеність мови колишнього колонізатора залишає Україну в його інформаційному полі, сприяє подальшому розмиттю національної ідентичності й ослабленню патріотичних настроїв та робить чутливою до політичних маніпуляцій» [1, с. 49]. З огляду на зазначене маємо чітко усвідомити, що мова – один із найважливіших чинників національної безпеки, тому-то майбуття як української мови зокрема, так і суверенної Української держави загалом залежить від кожного з нас. Нижче наводимо результати соціолінгвістичного онлайн-опитування.

До нашого анкетування долучилося 559 осіб, із них жіночої статі – 83,5%, чоловічої – 16,5%. Віковий діапазон респондентів представлено так: від 24 до 44 років – 41%, від 45 до 60 років – 46,9%, від 60 до 75 років – 11,6%, від 75 до 90 років – 0,5%. Щодо регіонального розподілу, то маємо таку вибірку: Центр України – 32,6%, Захід України – 22,9%, Північ України – 22%, Південь України – 11,4%, Схід України – 11,1%.

Зауважимо, що майже всі опитані ідентифікують себе як українськомовного(у) громадянина(ку) – 71,9%. Водночас варіант «Двомовний(а) українець / українка» обирають 23,6% респондентів. Зауважують, що вони російськомовні громадяни, 1,6% опитаних. Варіант «Двомовний(а) росіянин / росіянка» обирають 1,4% респондентів, інше – 1,5%. Однак абсолютна більшість (89,6%) стверджує, що їхня рідна мова – українська. Ще 8,8% обирають варіант «Російська», інше – 1,6%. Проте в повсякденні українською мовою послуговуються лише 75,1% опитаних. Ще 18,8% відзначають, що комунікують й українською, і російською однаковою мірою, тільки російською – 4,8%, інше – 1,3%.

Далі наводимо показники комунікації *тільки українською мовою* в різних сферах суспільного життя. Зокрема, *удом*а нею спілкуються 64,8% громадян, *у колі друзів* – 59,7%, *із колегами на роботі* – 69,4%, *у громадських місцях (транспорт, перукарня, магазин тощо)* – 72,6%, *у соціальних мережах* – 74,1%.

Однак наша основна мета – простежити, наскільки змінилася мовна свідомість, мовна поведінка українців в умовах повномасштабної війни. Після 24 лютого в 60,3% опитаних *значно погіршилося ставлення до російської мови*. Окрім того, 68,2% респондентів переконані, що вона *має вживатися в меншому обсязі, ніж тепер*, аж до повного її витіснення. Натомість 93,6% громадян стверджують, що *українська мова має використовуватися в більшому обсязі, ніж тепер*. Також 61,4% респондентів простежують факти *переходу раніше російськомовних людей на спілкування українською мовою*. Зважаючи на події сьогодення, 47,8% опитаних виявляють бажання спілкуватися *тільки українською мовою* в усіх царинах життя, натомість 44,2% стверджують, що *й до цього часу комунікували лише українською*. Також 93,4% респондентів зазначають, що державна політика в царині української мови має бути спрямована на *масове поширення її в усіх сферах*.

Окрім того, 89,4% абсолютно згодні з твердженням, що мова – це не лише питання культури, а й національної єдності та державної безпеки. 84,3% громадян переконані: побутування української мови в усіх сферах нашого життя – один із факторів протистояння російській агресії. Зазначимо, що майже всі опитані (97,1%) вважають, що кожен / кожна громадянин(ка) України повинен / повинна володіти українською мовою. Зрештою, 94,1% розуміють: мова таки має значення.

Отже, простежуємо поступове зростання рівня мовної свідомості українських громадян в умовах повномасштабної війни. Важливо й те, що опитані усвідомлюють вирішальну роль мови в протистоянні зовнішнім асимілятивно-загарбницьким упливам. Перспективи наукових пошуків убачаємо у вивченні рецепції мовних питань іншими віковими групами.

### **Список використаних джерел**

1. Макарець Ю. Статус і стан української мови в незалежній Україні: соціолінгвістичний вимір. Київ : ЛАТ&К, 2019. 209 с.

**Назарій Власюк,**

*здобувач магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Валентина Титаренко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МОВНОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ**

*У статті здійснено аналіз особливостей формування мовної політики та мовного будівництва в Україні. Окреслено роль мови в державо-творчому процесі, охарактеризовано особливості мовної проблематики.*

**Ключові слова:** *мова, мовні права, мовна політика, формування мови, мовне планування, мовне будівництво, державна мова, офіційна мова, мовна норма, мовний стандарт, мовний маркетинг, мовний менеджмент.*

Зі здобуттям незалежності України досить гостро постало мовне питання в політичному дискурсі. Галузь національної політики держави, що торкається мовних відносин, привертає увагу політологів, правознавців, соціологів, етнологів, лінгвістів та ін.

Серед мовознавців-соціолінгвістів і загальнотеоретичних і національно специфічних питань мовної політики окремих держав торкалися Б. Ажнюк, Р. Белл, Ю. Бестерс-Дільгер, І. Больман, Л. Булаховський, І. Власенко, В. Григор'єв, О. Данилевська, В. Демченко, Г. Євсєєва, М. Ісаєв, А-Ж. Калве, А. Лазаренко, Є. Лакінський, Б. Ларін, Д. Лейтін, М. Лесів, У. Маккі, А. Масенко, М. Міщенко, І. Огієнко, Д. Пул, М. Сігуан, Т. Скутнабб-Кангас, Дж. Фішман, Ю. Хабєрмас, Ф. Швейцер, М. Штець, А. Щєрба та ін.

В Україні протягом останніх десятиліть особливу увагу привертали суміжні проблеми мовної ситуації та мовної екології. Докладні розвідки на цю тему належать С. Єрмоленко, А. Нагорній, Ю. Огульчанському, О. Пономареву, В. Радчуку, О. Тараненку, Н. Ткач, І. Фаріон та ін.

Водночас актуальна мовна ситуація в Україні та стан екології української мови свідчать про потребу подальшого розроблення соціолінгвістичного аспекту в дослідженні мови, зокрема питань, що стосуються мовної політики держави.

Мовознавці досліджують проблеми мовних зсувів, мовної екології, білінгвізму й багатомовності, виокремлення нових мов та загрози зникнення тих, що існують. Усвідомлення актуальності цих питань вийшло за межі суто наукових студій, про що свідчить чимала кількість міжнародних нормативних актів і рекомендацій (Ради Європи та ООН) у царині мовних відносин. Це засвідчує, що продумана мовна політика є практичною необхідністю в умовах

глобалізаційних і демократизаційних процесів. У соціолінгвістичних студиях існує неузгодженість не тільки в поглядах на зміст самого поняття «мовна політика», а й щодо термінологічного його визначення. Як зауважує Є. Мацнєва: «у Франції був запропонований термін «мовна облаштуваність», у Канаді – «мовне регулювання», в Іспанії введений у побут термін «мовна нормалізація»» [1, с. 101].

Термін «мовне будівництво» сьогодні вживають усе рідше й найчастіше зводять до складника мовної політики, здебільшого – до того, що Дж. Фішман (2009) називає «корпусним плануванням». Л. Нагорна, дотримуючись цього погляду, розмежує терміни за першочерговими цілями: «У фокусі мовної політики перебувають певні політичні цілі, які досягаються шляхом впливу на мовну практику, насамперед забезпечення національної консолідації через розширення сфери впливу державної мови. Мовне будівництво зазвичай розглядається як частина мовної політики і являє собою комплекс конкретних заходів, що здійснюються на державному і регіональному рівнях» [2, с. 240–241].

Отже, питання мовної політики та мовного будівництва активно досліджували багато вчених, проте для покращення мовної ситуації низка питань потребує глибшого аналізу.

#### **Список використаних джерел**

1. Мацнєва Є. А. Мовне регулювання у поліетнічному суспільстві. *Наука. Релігія. Суспільство*, 2010. С. 100–106.
2. Нагорна Л. П. Політична мова і мова політики. Київ, 2005.

**Ангеліна Войцеховська,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Інна Беркещук,  
кандидат філологічних наук, доцент*

#### **СЕМАНТИКА І ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС**

*Проаналізовано фразеологізми у творчості Марії Матіос. Увагу  
закцентовано на структурі й семантиці фразеологізмів.*

**Ключові слова:** *фразеологічна одиниця, лексичні діалектизми,  
етнографічні діалектизми.*

У сучасній лінгвістиці є два напрями досліджень одиниць фразеології. Представники першого напрямку вихідною точкою

визнають те, що це така одиниця мови, яка складається зі слів, тобто за своєю природою словосполучення.

Марія Матіос належить до когорти найбільш популярних авторів ХХІ ст., ідіолект якої викликав справжній інтерес мовознавців.

Грамаітично панівним (домінувальним) компонентом у дієслівних фразеологізмах виступає, звичайно, дієслово, а залежними компонентами найчастіше бувають іменники в різних грамаітичних формах із пояснювальними словами або без них, наприклад: *порахувати ребра, прикусити язика, молоти язиком, стискати зуби, пускати сльозу, (не) показувати пальцями, морочити (дурити голову), грати на нервах, лишити в спокої, тримати в голові, хапатися за голову, дати ногам поля, дати голову на відтин, обходити третьою дорогою, обвести круг пальця, шукати пригод на (свою) голову, ловити за кінчик хвоста* та ін.

На сході України північні говірки межують з говірками мови, на півночі – з говірками білоруської мови. На заході – польською. Вони поширені на території північної частини Київської, Волинської, Рівненської, Житомирської областей, північно-західної частини Сумської області та на території Чернігівської області.

На сході ця група межує з південно-східними говірками, на півночі – з північною, на заході – з говірками польської, словацької, румунської та угорської мов. Вони охоплюють Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Чернігівську, Хмельницьку, тернопільську, Одеську (північно-західну частину), Київська (південно-західну частину).

Південно-західні говірки діляться на закарпатську, гуцульську, лемківську, бойківську, надсянську, наддністрянську, волинську, подільську, покутсько-буковинську.

Автор малює життя у формі окремих конкретних картин, явищ, осіб. Він словом створює ілюзію, ніби читач переноситься до інших країв і стає безпосереднім свідком, учасником подій та вчинків, що розгортаються у творі.

Письменник переносить читача у певне соціальне та національне середовище. Наприклад: – *Я вам сам розкажу, як нас хотів обвести круг пальця оцей недорізаний кнур! – брызжав слиною на людей Дідушенко* [4, с. 149]; – *А що би було, чуєш, якби ти не крутив хвостом і не придурювався, та розказав, як воно сталося насправді?!* [4, с. 154]; *А хто вертався – йому заціплювало рот* [4, с. 144]; *Коло млина, щоправда, молоти язиком не треба* [4, с. 120].

Щодо категорії способу, то дієслівні фразеологічні одиниці, на відміну від звичайних дієслів, обмежені, як правило, у своєму використанні лише однією способовою формою.

Як свідчить наш фактичний матеріал, часова парадигма у дієслівних фразеологічних одиницях реалізується обмежено – дієслова-компоненти зі значенням доконаного виду, як правило,

вживаються у формі минулого часу, зрідка – простого майбутнього; дієслова-компоненти із значенням недоконаного виду реалізуються у значенні теперішнього, рідше – минулого часу.

Частотність використання дієслівних фразеологізмів зумовила їх семантичну розгалуженість.

Не стала винятком і фразеологія Марії Матіос, яка відзначається різноманітністю значень і вербалізує. Емоції людини, переважно негативні (хвилювання, тривога, страх, відчай): *Люди в селі часом роблять таке, що навіть Даруся хапається за голову...* [4, с. 12] – "бути у відчаї, розпачі" [5, с. 58]; *Лише терплю, зціпивши зуби, як від болю* [3, с. 15]

У творах Марії Матіос велику групу складають власне лексичні діалектизми – слова на позначення понять, яким у літературній мові відповідають інші лексеми: *Дві великі кані (каня – «яструб»), визираючи собі здобич, висіли над Михайловою хатою...* [5, с. 158]; *А Матронка ховала свою веремінність («вагітність») аж до самих злогів (злоги – «пологи») [2, с. 119]; ... щоби не йшла до тіла, аби не перепудилася (перепудитися – «перелякатися»), бо все може бути [1, с. 234];*

Однак трапляються назви абстрактних понять (*веремінність, злоги, люба, пролюдень*). Значно рідше – лексичні діалектизми, виражені іншими частинами мови. Здебільшого такі лексеми є незрозумілими читачам, які не знають цієї говірки, проте це не створює бар'єра для сприйняття твору. Марія Матіос інколи пояснює ті чи ті лексичні діалектизми через покликання з ремаркою діал., напр.: *дідорня – «дім для людей похилого віку», цапіна – «інструмент для роботи з деревом», бульбінь – «колоторот», карок – «череп»* тощо.

Важливу пізнавальну функцію виконують у творах авторки етнографічні діалектизми. Саме такі найменування, що відбивають народну психологію, культуру, інші аспекти буття, складають самобутність народу, відрізняють його від інших етносів.

Уведення діалектизмів у мову персонажів виконує стилістичну та образотворчу роль.

У творах Марії Матіос «Нація» і «Солодка Даруся» спостерігаємо високохудожнє використання всіх видів лексичних діалектизмів, що збагачують мовну палітру, розширюючи виражальні засоби мови.

Оскільки місцеві діалекти є джерелом збагачення літературної мови, вони потребують подальшого дослідження.

### **Список використаних джерел**

1. Джугастрянська Ю. Три світи Марії Матіос. URL: <http://litakcent.com/2008/04/04/julija-dzhuhastrjanska-try-svity-mariji-matios>



2. Свтушина Т.О. Емоційність як релевантна риса фразеологічної інтерпретації менталітету буковинців у прозі М. Матіос. *Наук. праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філол. науки*. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2015. Вип. 40. С. 80–84.
3. Матіос Марія. Життя коротке. Книга прози. Львів: Кальварія, 2001. 236 с.
4. Матіос Марія. Солодка Даруся: драма на три життя. Львів : Піраміда, 2004. 174 с.
5. Фразеологічний словник української мови / уклад.: В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук та ін. Київ : Наук. думка, 1993. 984 с.

**Уляна Гончар,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Національний університет  
«Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка*

*Науковий керівник: **Наталія Грона,**  
доктор педагогічних наук, доцент*

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В 5 КЛАСІ**

*У роботі висвітлено особливості застосування технології розвитку критичного мислення на уроках української мови в 5 класі. Проаналізовано в сучасних підручниках вправи й завдання, які реалізують зазначену технологію.*

**Ключові слова:** *вправи й завдання, критичне мислення, українська мова в 5 класі.*

Час інформаційних технологій диктує нові соціальні запити для освіти, реалізує прогресивні завдання. Провідною метою навчання в школі стає оволодіння вміннями критично мислити, аналізувати та знаходити причинно-наслідкові зв'язки. На цьому ґрунтуються компетентнісний підхід, який висуває на перше місце не інформованість учня, а вміння за допомогою здобутих знань і набутих умінь розв'язувати проблеми, що виникли в конкретних ситуаціях. Отже, найвищої оцінки може заслуговувати учень, що не лише виявляє знання, а й демонструє здатність та досвід ефективного застосування цих знань у запропонованій йому штучній ситуації.

Зміст реалізації Концепції «Нова українська школа» у 5 класі під час вивчення української мови спрямований не тільки на засвоєння учнями різноманітних знань і вмінь, а й на підготовку до життя, на навчання розв'язувати проблеми, що виникають на їхньому шляху, оволодіння такими якостями критичного мислення, які сприятимуть учням/ученицям успішно здійснювати свою

діяльність у різних ситуаціях. Технологізація цього процесу передбачає спеціальне конструювання навчального дидактичного матеріалу, зокрема, підручників.

Критичне мислення – це старт для розвитку творчого мислення, здатності аргументувати, приймати незалежні продумані рішення, уміння зайняти свою позицію, обґрунтувати її.

В основі технології розвитку критичного мислення лежить базова модель, що складається з трьох фаз: виклик, осмислення та рефлексія.

Перша стадія (виклик) дає можливість актуалізувати та узагальнити наявні в учнів знання з проблеми, викликати стійкий інтерес до теми, що вивчається, мотивувати учня до навчальної діяльності в школі та вдома. На цьому етапі визначається особиста мета вивчення теми.

Друга стадія (осмислення) передбачає активне отримання та осмислення нової інформації, і навіть її співвідношення з наявними знаннями. Робота може проводитись як у парах, так й індивідуально.

Кінцевим етапом є стадія рефлексії, головне завдання якої є вивести знання на рівень розуміння й подальшого застосування. Відбувається творча переробка, аналіз, оцінка вивченої інформації, робота ведеться в парах, індивідуально, групами [2].

У межах технології критичного мислення реалізується ряд компетентностей: соціальна (уміння приймати рішення та нести за них відповідальність), полікультурна (оволодіння досягненнями культури та розуміння інших людей), комунікативна (уміння спілкуватися), інформаційна (уміння здобувати, опрацьовувати та використовувати інформацію з різних джерел), саморозвитку та самоосвіти (готовність та потреба навчатися впродовж усього життя) та продуктивної творчої діяльності (готовність та потреба у творчості).

Проаналізуємо реалізацію технології розвитку критичного мислення в підручнику з української мови для 5 класу О. Авраменка [1]:

- вправа 1, параграф «Значення мови в житті суспільства й людини», де потрібно прочитати біблійну історію про Вавилонську вежу та виконати завдання, суть яких полягає у веденні бесіди з елементами роздумів та пояснення, оскільки діти мають відповідати, *"яку роль мова відіграє у житті людей"* [1, с. 4];

- вправа 1, параграф «Українська мова – державна мова України», де потрібно прочитати діалог між покупцем і продавчиною та відредагувати його [1, с. 7];

- вправа 5 цього ж параграфу, де учні мають виконати таке завдання: *«Сформулюйте та запишіть кілька порад щодо дотримання мовного закону у сфері обслуговування»* [1, с. 8];

• вправа 5, параграф «Поділ тексту на речення. Інтонація речень» де потрібно прочитати анекдот і виконати завдання: «*Чоловік продає собаку, покупець запитує: – Він здоровий? – Здоровий. – Розумний? – Розумний. – Вірний? – Не те слово! Я вже вп'яте його продаю*» [1, с.19]. У цьому ж завданні пункт Б містить таке запитання: «*Чи варто купувати домашнього улюбленця, щоб потім його продати?*».

Такі вправи й завдання розвивають аргументувальний тип мислення, формують новий тип мислення, для якого характерним є відповідальність за власний погляд на проблему.

У кінці параграфа 2 виділено ключові слова, які учні мають засвоїти: «*толерантно, етичні норми, етикетні формули, з повагою, дотримуватися законів*» [1, с. 8]. Це хороша практика, яка допомагає виділяти головне з усього масиву інформації.

Практично у кожному параграфі реалізується функція формування культури читання, що містить завдання для формування вміння орієнтуватися в джерелах інформації, адекватно розуміти прочитане, критично оцінювати нові знання, узагальнювати.

Проаналізувавши результати використання деяких прийомів технології розвитку критичного мислення у завданнях підручника з української мови, ми дійшли висновку, що такі прийоми підвищують рівень інформаційної грамотності, компетентності та розвивають критичне мислення здобувачів освіти.

### **Список використаних джерел**

1. Авраменко О. Українська мова : підруч. для 5 кл. закл. загальн. середн. освіти / Олександр Авраменко. Київ : Грамота, 2022. 208 с.
2. Концепція нової української школи. URL: <https://drive.google.com/file/d/0BzKkv8gxSZUkMzZMbWtPYU9IWXM/view>
3. Критичне мислення на уроках української мови та літератури. На урок.: URL: <https://naurok.com.ua/kritichne-mislenny>
4. Кучерук О.А. Система методів навчання української мови в основній школі: теорія і практика : монографія. Житомир : ЖДУ імені І. Франка, 2011. 420 с

**Уляна Гончар,**  
здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Наталія Ладияк,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **ОСОБЛИВОСТІ СИНОНІМІЇ ТЕРМІНІВ ПРАВА**

*Розглянуто явище синонімії термінів права в сучасній українській мові. Визначено особливості уживання абсолютних синонімів. Проаналізовано помилки у вживанні термінів, які не належать до одного синонімічного ряду, встановлено їх причини.*

**Ключові слова:** синонімія, термін, терміносистема, юридична термінологія, мова права.

Проблема синонімії є однією з актуальних у сучасному термінознавстві. Необхідність дослідження термінологічної синонімії зумовлена завданнями мовної практики, потребами унормування та впорядкування термінологічної лексики.

Сьогодні здійснено спроби врегулювати використання синонімів у юридичній термінології. Синонімію як лексико-семантичне явище та репрезентацію різних терміносистем висвітлили у своїх працях В. Ірещук, Л. Булаховський, В. Русанівський, А. Коваль, Н. Клименко, М. Кочерган, О. Пономарів та інші. О. Зеленська розглянула явище синонімії в англійській юридичній термінології кримінального права [2]. О. П'ятецька проаналізувала функційно-стилістичний аспект синонімії української законодавчої лексики [6].

Мета нашого дослідження – схарактеризувати особливості синонімії термінів права в сучасній українській мові.

Погляди лінгвістів щодо синонімії як системотвірної лексичної категорії різняться. Одні науковці заперечують існування синонімії в термінології [4, с. 225–226]. Інші вважають, що явище синонімії притаманне термінологічним системам, оскільки завжди є потреба у виборі із синонімічного ряду терміна, який найточніше описав би те чи те поняття [9, с. 97].

На нашу думку, коли йдеться про явище синонімії в мові права, варто уживати його щодо термінів-дублетів (абсолютних синонімів), які мають тотожне значення, але різні за походженням. У такому разі необхідно надавати перевагу слову, що є домінантою синонімічного ряду, зважати на його інтернаціональність та належність до терміносистеми. Наприклад, у «Багатомовному юридичному словнику-довіднику» поняття *превенція* та *запоби-*

гання розтлумачено як синоніми: «Превенція ‘попередження, запобігання’; у кримінології вживається як синонім терміна запобігання злочинності» [1, с. 338]. Абсолютними синонімами вважають терміни «плебісцит» і «референдум»: «Плебісцит ‘опитування громадян, як правило, з метою визначення долі певної території’. У деяких країнах (напр. у Франції) вважається синонімом референдуму. З формально юридичного погляду процедури П. і референдуму збігаються» [1, с. 316]. В українській мові близьким до них за змістом є поняття *народне волевиявлення*, однак воно ширше й охоплює відповідно до Конституції України (стаття 26) такі форми волевиявлення як вибори, референдум тощо: «Народне волевиявлення здійснюється через вибори, референдум та інші форми безпосередньої демократії» [5].

Погоджуємося з твердженням О. П’ятецької про те, що неправильний вибір синонімів-термінів може призвести до спотворення змісту юридичного тексту, неточності його розуміння. Зокрема у «Практичному словнику синонімів української мови» слова *строк* і *термін* належать до спільного синонімічного ряду: «Термін ‘1. реченець, зап. строк; (випробовчий) період; (вказаний) дата’» [3, с. 410]. Однак з юридичного погляду ці поняття, втративши синонімічний зв’язок, набули різних значень. *Терміном* сьогодні вважають (Цивільний кодекс України, стаття 251) певний момент у часі, «з настанням якого пов’язана дія чи подія, яка має юридичне значення» [10]. Тобто термін визначають календарною датою або вказівкою на подію, що має відбутися. Натомість *строк* – «певний період у часі, зі сплином якого пов’язана дія чи подія, яка має юридичне значення» [10]. Відповідно до цього тлумачення вживають терміносполуки: *судові строки, договірні строки, цивільно-правові строки, преклюзивний строк, претензійний строк*.

Спостерігаємо в юридичних текстах помилкове вживання терміносполук *обрання запобіжного заходу* та *застосування запобіжного заходу*. Як зауважують фахівці галузі права, недоречно вживання лексем *обрання* та *застосування* як синонімів спричинює суперечності й може негативно вплинути на долю людини. Пояснюють це тим, що процесуально й хронологічно *обрання запобіжного заходу* та *застосування запобіжного заходу* є взаємозумовленими: термін «обрання запобіжного заходу» містить ухвалення рішення про запобіжний захід щодо підозрюваного, обвинуваченого; «застосування запобіжного заходу» – це процесуальна дія, яка здійснюється з моменту ухвалення рішення про обрання запобіжного заходу до її зміни чи скасування [7]. Тобто спочатку має бути обрано запобіжний захід, а згодом його застосовано.

Для мови права важливим є розрізнення значення не лише повнозначних слів, а й службових, які в буденному мовленні можуть уживатися як синоніми, наприклад, прийменники *до* і *по*. Деякі дослідники вважають, що різниця полягає в їхній стильовій

належності: прийменник *до* в українській мові закріплений за офіційно-діловим стилем, а *по* – за розмовним. Однак для мови права значення цих прийменників суттєво різняться, коли їх уживають стосовно дат. Наприклад, у рішенні Вищого господарського суду України подано таке пояснення: «...якщо у договорі виконання грошового зобов'язання визначається до настання певного терміну (до 1 грудня 2014 року), то останнім днем виконання такого зобов'язання вважається день, що передує цьому терміну (30 листопада 2014). Водночас коли у тексті договору виконання грошового зобов'язання визначено «по 1 грудня 2014» або «включно до 1 грудня 2014», то останнім днем виконання такого зобов'язання буде 1 грудня 2014 року» [8]. Тому під час укладання договору потрібно уважно перевірити текст, виправляючи юридичні й темпоральні помилки: це допоможе в майбутньому уникнути судових спорів щодо його виконання.

Отже, синонімія є закономірним явищем для мови права й може бути зумовлена етимологією юридичних термінів. Послугуючись термінами-синонімами, мовець повинен розуміти їхнє значення, враховувати контекст, уникати неточності й плутанини.

### Список використаної літератури

1. Багатомовний юридичний словник-довідник / І. Голубовська, В. Шовковий, О. Лефтеров. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2012. 543 с.
2. Зеленська О. Деякі аспекти синонімії в англійській термінології кримінального права. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2017. Т. 3. С. 382–386.
3. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Київ : Українська книга, 2000. 480 с.
4. Коваль А. Практична стилістика української мови. Київ : Вища школа, 1987. 350 с.
5. Конституція України. Із змінами, внесеними Законами України від 1 лютого 2011 року № 2952-IV, від 19 вересня 2013 року № 586-VII, від 21 лютого 2014 року № 742-VIII, від 2 червня 2016 року № 1401-VIII, від 7 лютого 2019 року № 2680-VIII, від 2 червня 2016 року № 1401-VIII. Київ : ВАІТЕ, 2021. 324 с. URL: <https://cutt.ly/U1s7XmO> (дата звернення: 22.11.2022).
6. П'ятецька О. Синонімія української законодавчої лексики : функціонально-стилістичний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2019. № 38. Т. 3. С. 142–145.
7. Постанова № 286/1695/18 Верховного Суду України від 28 березня 2019 року. URL: <https://cutt.ly/K1s5NYL> (дата звернення: 23.11.2022).
8. Рішення Вищого господарського суду України від 13.12.2016 року у справі № 910/21225. URL: <https://cutt.ly/fldqw4s> (дата звернення: 22.11.2022).
9. Симоненко Л. Формування української біологічної термінології. Київ : Наукова думка, 1991. 151 с.

10. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 року, № 435-IV (редакція 27.04.2022 р.). URL: <https://cutt.ly/61dq9pU> (дата звернення: 22.11.2022).

**Аліна Григораиш,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
Центр післядипломної освіти  
та дистанційного (заочного) навчання,  
Державний податковий університет*

*Науковий керівник: **Тетяна Сукаленко,**  
доктор філологічних наук, професор*

## **ЕТНІЧНІ СТЕРЕОТИПИ В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ**

*У статті йдеться про особливості формування стереотипних уявлень та їх відображення у сучасному медійному дискурсі. Основну увагу зосереджено на етнічних стереотипах, які відображають уявлення народу про себе та про інші народи. Висловлено міркування про те, що сучасна геополітична ситуація в Україні стане приводом для виникнення та зникнення стереотипів, що стосуються України та українців, окреслено перспективи подальших досліджень.*

**Ключові слова:** *стереотип, етнічні стереотипи, медійний дискурс, національна ідентичність, українці.*

У сучасному світі простір наповнений значним обсягом інформації. Джерелами розповсюдження новин про актуальні події, факти є переважно засоби масової інформації, які транслюють її та стали невід'ємною частиною життя сучасної медійної людини. ЗМІ як «четверта влада» є ще однією ланкою у створенні «порядку денного» [2], мають великий вплив на формування думки громадян, а, отже, виставляючи на обговорення певну тему, вони певним чином обирають, як саме відобразити проблему та якими словами розповісти про неї людям. Нерідко ЗМІ у своїх повідомленнях можуть використовувати стереотипи щодо певних подій, явищ, а то й цілих етносів.

Метою нашої розвідки є висвітлення поняття стереотипу в медійному дискурсі, огляд класифікації стереотипів, які побутують в матеріалах ЗМІ, виокремлення особливостей етнічних стереотипів та стереотипізації українського етносу в засобах масової інформації.

Дослідженням дії та функціонування різних видів стереотипів у засобах масової інформації займався чимало вчених, зокрема О.Блинова, І. Грабовська, М.Ларченко, Н.Семенів, О.Шиприкевич та ін.

У загальному значенні стереотип є упередженою думкою щодо якоїсь людини чи явища. Стереотипом вважають саме такі упередженості, які сформувалися в соціумі під впливом ЗМІ та відіграють важливе значення для людського сприйняття, керуючи людиною на підсвідомому рівні. Таким чином вони можуть маркувати певні речі для сприйняття різними способами, коли людина може сприймати, наприклад, щось зовсім чуже як рідне, своє. Виокремлюють такі основні види стереотипів: релігійні, расові, етнічні, гендерні тощо.

Розглянемо більш детально етнічні стереотипи, які є поширеними й актуальними в засобах масової інформації. Етнічні стереотипи люди можуть сприймати упереджено за сукупністю здогадок та уявлень щодо певної народності та її людей, їхніх етнічних моральних та інтелектуальних особливостей, традицій, специфічної еволюції історії і, звісно ж, унікальної поведінки у стосунках з іншими сусідніми етносами [1]. Інколи такі абстрактні уявлення про певний етнос можуть поставати переконаннями і є більш вкоріненими.

Яскравим прикладом зображення стереотипів про українців та Україну в негативному аспекті буде зображення цього етносу в дискурсі сучасних ЗМІ держави-агресора росії. Там український етнос і мову споконвіку й дотепер позиціонують як «селянські» та меншовартісні. Не дивно, що багато українців, особливо молодь, у великих містах досить часто переходять на російську мову, не послугуючись українською в повсякденному спілкуванні, бо «не модно», «ти як із села».

Навіть у часи незалежності України продовжується нав'язування «непопулярності української мови». Таким чином, досить часто в медійному дискурсі спостерігаємо такі слова як «селяк», «салоїд» тощо. Також у російських ЗМІ вербалізується такий стереотип: українці – «малороси», «хохли» й нащадки їхньої «держави». Стереотип, що всі українці бідні також дуже часто використовують прокремлівські ЗМІ.

Варто зазначити, що стереотипи, сформовані про українців серед інших національностей, не завжди бувають тільки негативними. Наприклад, побутують такі стереотипи, які можуть певним чином характеризувати український етнос і які вербалізують у медіа є слова «Майдан» (прагнення українців до волі, про яке дізнався весь світ), «біженець» (із приходом повномасштабної війни в Україні 2022 року). Особлива українська запатентована страва, яка відома всім – борщ – на підсвідомому рівні завжди буде асоціюватись із Україною, її гостинністю та є ще одним стереотипом про побут українців.

Отже, тема стереотипізації є дуже актуальною як у сучасному медійному дискурсі, так і в наукових дослідженнях, присвячених вивченню питань мови мас-медіа. Вивчення стереотипів, зо-



крема етнічних, є важливим, оскільки вони формують думки людей, їхнє уявлення про інші народи й народності, а також власну національну ідентифікацію. Для формування або вербалізації стереотипних уявлень використовують різні словосполучення й слова, що мають різний ступінь емоційного забарвлення.

У контексті повномасштабної війни в Україні виникне й зникне багато стереотипів про українців у ЗМІ, тому подальше детальне дослідження цієї теми буде актуальним.

### **Список використаних джерел**

1. Грабовська І. Сучасні українці у дзеркалі чужих та власних стереотипів. *Сучасність*. 2004. № 9. С. 138–147.
2. McCombs M., Shaw D. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. 1972. 36 (2). P. 176–187.

**Богдана Гудайтес,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Наталія Шеремета,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ДІАЛЕКТНЕ МОВЛЕННЯ У СУЧАСНОМУ УЗУСІ МЕШКАНЦІВ КАМ'ЯНЦЯ-ПОДІЛЬСЬКОГО**

*Дослідження було проведено на основі соціолінгвістичного опитування серед мешканців Кам'янця-Подільського. Результати роботи стали висновки щодо ставлення населення до вживання діалектного мовлення у сьогоденні.*

**Ключові слова:** діалектне мовлення, діалектизм, мовлення сьогодення, соціолінгвістичне опитування.

Діалектне мовлення – об'єктивне явище, зумовлене дією внутрішніх та зовнішніх чинників. За своєю історією народна мова може мати місцеві відмінності, а в процесі розвитку народна мова набула особливої форми літературної мови. Літературна мова, заснована на народній мові, часто забезпечена народними елементами.

Діалекти знаходяться під сильним впливом культури, науки, техніки та станом економіки, зв'язками населення з іншими етнічними групами тощо. Нові тенденції в мовленні несуть за собою нові назви. Однак змінюючись в залежності від конкретних умов, діалекти також зберігали свої давні особливості протягом багатьох століть [1, с.16].

У процесі взаємодії з літературною формою національної мови діалектне мовлення може подекуди змінюватися, але не зникати [2, с.165]. Проблема вживання діалектизмів у сучасному мовленні характеризується своєю актуальністю сьогодні, оскільки протягом останніх десятиліть питання про доцільність і необхідність вживання діалектизмів у сучасній мові залишається дискусійним.

Хмельниччина не є винятковим регіоном і використання широкого спектру говірок є у нас популярним явищем. Тому ми провели соціолінгвістичне опитування серед мешканців та гостей нашого міста, аби дізнатись, яку думку вони мають щодо використання діалектів у сучасному мовленні.

Було опитано 24 людини, молодь від 18-40 років. Більша половина опитаних місцеві, 35% опитаних із інших регіонів. Переважне ставлення населення до діалектів у мовленні сьогодні є позитивним, проте кілька думок були категорично протилежними.

Вдалось помітити, що особливої гостроти набуває протиставлення нормативний / розмовно діалектний стосовно мовлення, коли йдеться про освіту дітей, забезпечення її належного рівня в умовах задекларованої в суспільстві рівності освітніх можливостей, що не виключає, однак, індивідуальних конкурентних відносин.

Сьогодні, у глобалізованому світі діалекти все більше стають аргументом в протистоянні наднаціонально-глобального і національного, задовольняючи бажання соціального тепла, відчуття батьківщини. А критерії симпатії\несимпатії мовців по відношенню до діалектно регіонального мовлення виступають як рівноцінні критеріям мовної коректності та доцільності.

Раніше суспільство схиялось до використання двох варіантів мовлення: мовного стандарту і діалекту, уникаючи останнього в публічних ситуаціях, залишаючи його для приватної сфери спілкування. Вибір варіанту залежав повністю від ситуації, тому відбувалось свідоме «перемикання» варіантів (код\перемикання), що забезпечувало якісне літературне мовлення без домішки діалекту. Сьогодні ж, відповідно, ситуація дещо змінилась – діалектне мовлення активно поширюється молоддю і набуває уставленого значення на рівні з мовленням літературним.

Особливо у наш час, коли діалектне мовлення активно реагує на соціально-економічні та культурно-історичні зрушення в суспільстві, проблеми, пов'язані зі змінами в мові, стають особливо актуальними і вимагають глибокого аналізу.

### **Список використаних джерел**

1. Гавадзин О. Я. Динамічні процеси в говірках у світлі лінгвістичних студій з проєкцією на ареал покуття. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. Дрогобич : Позитив. С.16–27.
2. Костів О. Л. Сучасне діалектне мовлення з погляду динаміки. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2016. Випуск 63. С. 165–171.

**Дар'я Гуленко,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Валентина Титаренко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ГЕНЕЗА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЙ**

*У роботі досліджено погляди вчених на формування української мови під час русифікації.*

**Ключові слова:** *мова, русифікація, формування мови, становлення мови, мовна організація, державна мова, офіційна мова, тебеза.*

Українська мова своєю красою і багатством давно привертала увагу вчених. Коли йдеться про походження української мови, переважна більшість зацікавлених сприймає цю проблему як походження сучасної української мови, тобто тієї, яку вони чують щодня по радіо й на телебаченні.

Проте, слід пам'ятати, що національна мова складається з двох самостійних гілок: спільної для всієї нації літературної мови, відшліфованої майстрами художнього слова, і народної мови, яка досить відрізняється в різних діалектних ареалах.

Питання походження української мови як унікального й цілісного мовного явища не втратило своєї актуальності з часом. Тривалий час співіснували схожі, близькі й крайні поняття, різні періоди, які відводили зародження української мови далі чи наближали її до тієї чи тієї історичної доби.

Сформовані інноваційні погляди та оригінальні шляхи вирішення цієї проблеми. Проте загальноприйнятої української концепції та універсальної постановки ще не вироблено.

За сучасними підходами українська мова сформувалася як окрема слов'янська мова від часів розпаду праслов'янської мови-основи, а не від давньоруської, як вважали в дорадянські і радянські часи.

### **Список використаних джерел**

1. Баранник Д. Х. Текст. *Українська мова : Енциклопедія*. Київ : Українська енциклопедія, 2008. 627 с.
2. Горбач О. Генеза української мови та її становище серед інших слов'янських. *Зібрані статті*: у 3 т. Мюнхен, 1993. Т. 3.
3. Півторак Г. П. Українці – звідки ми і наша мова. Київ, 1993.

**Вікторія Дорога,**  
здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Людмила Починок,**  
кандидат філологічних наук, доцент

### **МІФОПОЕТИКА ПОВІСТІ М. КОЦЮБИНСЬКОГО «ТІНІ ЗАБУТИХ ПРЕДКІВ»**

*У статті схарактеризовано міфопоетичний простір повісті М. Коцюбинського «Тіні забутих предків». Зокрема, окреслено теоретичне значення поняття «міфопоетика», проаналізовано стан наукової інтерпретації повісті, досліджено вплив традицій і національних вірувань на творчість автора, з'ясовано аспекти реалізації міфологем та архетипів у повісті.*

**Ключові слова:** міфопоетика, міфопоетичний простір, народні традиції, міфічне світобачення, національна ідентичність.

Вивчення та осмислення міфологічного підґрунтя, зокрема міфопоетики та фольклорних традицій, є надзвичайно важливим фактором адекватного сприйняття й читання художнього літературного простору. Основа духовності кожної окремої людини – це збереження національної ідентичності, народних традицій, цінностей, світобачення. Українські та зарубіжні письменники поступово повертаються до цієї основи.

Проблема духовності та національної ідентичності є однією з провідних у творчості М. Коцюбинського. Письменник говорить не лише про усвідомлення основ буття, але й наголошує на такому важливому моменті, як збереження духовної спадщини для нащадків, що стане джерелом національного існування та відродження. Найбільш яскравим твором М. Коцюбинського з погляду міфопоетичного відтворення життя карпатських українців є його повість «Тіні забутих предків».

Дедалі більше уваги сучасні етнографи та літературознавці звертають на фольклорний і міфопоетичний простір повісті М. Коцюбинського. На сьогодні уже відомі окремі дослідження міфопоетики повісті «Тіні забутих предків» (Г. Хоткевич, У. Ханас, Р. Корогодський, С. Лютікова), але, попри це, окреслена проблема вивчена недостатньо глибоко, що й зумовлює її актуальність та необхідність ґрунтовного дослідження міфологічного простору одного з найкращих творів письменника.

Термін «міфопоетика» досі не знайшов усталеного тлумачення в літературознавчій науці. О. Кобзар стверджує, що «складність визначення терміну «міфопоетика» викликана тим фактом, що це поняття поєднує у собі два різні творчі процеси: міфорецепцію та

міфотворення. Під міфорецепцією ми розуміємо процес художнього прочитання та сприйняття міфу, його подальшого переосмислення та освоєння. Процес продукування нових міфів називається міфотворенням» [1, с. 136]. Міфопоетику вважають складником «поетики, яка досліджує не окремі засвоєні митцем міфологеми, а відображену ним цілісну міфопоетичну модель світу і, відповідно, його міфосвідомість реалізована в системі символів та інших поетичних категорій [1, с. 27].

Міфопоетична система твору на рівні тексту може мати лінійну, фрагментарну чи комбіновану структуру. Якщо твір насичений міфоелементами, але вони не становлять сюжетотвірної структури, то це фрагментарний або мозаїчний тип міфопоетичної системи. Поєднання різних підходів до структурування міфопоетичної системи в межах художнього твору репрезентує комбінований тип міфопоетичної системи [2, с. 27].

У повісті «Тіні забутих предків» М. Коцюбинський показав яскраву палітру різноманітних істот (чугайстер, щезник, нявка), що діють як персонажі твору і стають рушіями сюжету. В художньому просторі твору багато міфологічних істот, яким притаманні як негативні, так і позитивні якості. Між ними немає градації, а це означає, що вони рівні між собою, оберігають природу, гармонізують світ, але для людини можуть бути лиховісними. Їх потрібно задобрювати дарами й поважати, тоді вони можуть і допомогти у господарстві.

Стародавні язичницькі традиції та вірування міцно вкоренилися у свідомості народу. Українці, сповідуючи християнство, не зреклися народного хліборобського календаря й культу предків, що передавалося віками на рівні етнічного коду, поєднуючи ці релігії. Саме таку картину народного гуцульського світобачення і відтворив М. Коцюбинський у повісті «Тіні забутих предків». У творі подано розширений опис народних гуцульських обрядів: ворожіння, мольфарство, різдвяні свята, народження, весілля, поховання («грушка»). Вони зображені не як забобони темних селян, а як невід'ємний складник життя карпатців. Такі науково достовірні та детальні описи уможливають дослідження повісті як джерела народознавчого фольклорного матеріалу.

Отож, дослідження повісті М. Коцюбинського «Тіні забутих предків» з погляду відображення міфопоетичного простору є підґрунтям для більш ґрунтовної характеристики прадавнього, архетипного світосприймання українського народу.

### **Список використаних джерел**

1. Кобзар О. І. Міфопоетика як предмет і метод літературознавчого дослідження. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2010. Вип. 15. 376 с.
2. Киченко О. Фольклор як художня система. Дрогобич : НВЦ «Каменяр», 2002. 216 с.

**Максим Євин,**

*здобувач магістерського рівня вищої освіти,  
гуманітарно-педагогічний факультет,  
Хмельницький національний університет*

*Науковий керівник: **Марія Гавриш,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ТИПОВІ МОВНІ ПОМИЛКИ ФУТБОЛЬНИХ КОМЕНТАТОРІВ» ІЗ ДИСЦИПЛІНИ «МОВНІ ДЕВІАЦІЇ» В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

*Ознайомлення зі статтею дасть змогу сформуванню уявлення про причини й основні типи помилок під час коментування матчів; допоможе в професійній діяльності розпізнати анормативи й відредагувати речення.*

**Ключові слова:** *коментар, коментатор, мовлення, помилка, футбол.*

Мовні девіації коментатора є причиною процесу побудови повідомлення (опис, пояснення, висловлення власної думки), який залежить від рівня знання мови. Дослідження в українському помилкознавстві коментарів футбольних поєдинків представлені Ф. Бацевичем (автор подає класифікацію, що пов'язана з мовною та комунікативною компетенціями). Відомими в цій галузі є роботи таких науковців: А. Бек, В. Тарасова (комунікативні невдачі), Х. Дяків (девіації в інтерв'ю), О. Мільченко (семантичні девіації в нормативно-правових текстах), Г. Онуфрієнко (теорія мовної комунікації), М. Стахів (комунікативні девіації в педагогічному спілкуванні), В. Черниш (порушення правильності в мовленні вчителів) та ін. Зазначимо також, що С. Алексенко детально описує особливості коментарів.

Мета статті – схарактеризувати загальні рекомендації до матеріалу теми «Типові мовні помилки футбольних коментаторів».

Футбольним коментарем називають усне відтворення дій усіх учасників гри в їх послідовності, при якому треба підтримувати безперервне мовлення, зважаючи на інтереси телеглядачів. Варто зауважити, що виділяють такі типи коментарів: подієвий, фоновий, оціночний.

Подієвий коментар складає основну частину матчу; завдання – це опис важливих моментів поєдинку. Фоновий коментар допомагає заповнити паузу; інформація про поєдинок, команди, статистичні відомості. Оціночний коментар складається з даних про активність гравців на полі, кількість атак, порушень правил гри; використовують після першого тайму й завершення футбольного матчу [1, с. 75].

Мовною нормою є «сукупність мовних засобів, що відповідають системі мови й сприймаються її носіями як зразок спілкування» [3, с. 52]. Їх порушення призводить до помилок у коментарському мовленні:

- 1) орфоепічні («*гравець із м'яч'єм*» замість «*гравець із м'яч/єм*»);
- 2) акцентуаційні («*помілки гравців*» замість «*помилкі гравців*»);
- 3) лексичні («*ствір воріт*» замість «*площина воріт*»);
- 4) фразеологічні («*бити про небезпеку*» замість «*бити на сполох*»);
- 5) словотвірні («*багаточисленний*» замість «*численний*»);
- 6) морфологічні («*гравці клуба*» замість «*гравці клубу*»);
- 7) синтаксичні («*грати по правилах*» замість «*грати за правилами*»);
- 8) стилістичні («*команді облом грати*» замість «*команда не має бажання грати*»).

Ф. Бацевич виділяє такі найбільш поширені типи девіацій, пов'язаних із мовним кодом:

- 1) порушення правил поєднання смислів слів («*удар не долетів*»);
- 2) надлишковість і тавтологічність («*дограють до кінця*»);
- 3) ефект незапланованої зевгми (кілька сурядних речень, які організовані навколо одного спільного члена; наприклад, «*футболісти покидають стадіон без настрою і трьох очок, під свист трибун*»);
- 4) ускладнена інтерпретація глибинного смислу («*влучив у перекладину головою*»);
- 5) накладання назви стану й причини («*розбите враження*»);
- 6) заміна назви істинного суб'єкта висловлювання іменем виконуваної дії («*гол нагороджений аплодисментами*»);
- 7) неправильний вибір лексеми («*помилка на адресу*»);
- 8) надлишкова лексикалізація («*найбільш найкращих моментів*»);
- 9) скорочення структури висловлювання («*викрутити м'яч важко*»);
- 10) перебудова синтаксичної схеми речення («*це я вам запевняю*»);
- 11) змішування несинонімічних лексем («*навіщує передачу*»);
- 12) трансформації усталених виразів («*за очима арбітра*»);
- 13) зміни дієслівного керування («*немає претензій стосовно воротаря*»);
- 14) ненормативний порядок слів («*нападник хотів не відповідати*»);

15) використання приблизно синонімічної лексеми («*гравець перебільшив свої сили*»);

16) невідповідність лексеми нормам сполучуваності («*багато помилок у виконанні гравця*»);

17) використання паронімічної лексеми («*увесь тиждень демонстрував бунтівне становище*»);

18) лексичні й семантичні росіянізми («*нападник намагався продратися крізь захисників*») [2, с. 234–249].

Отже, студенти повинні запам'ятати, що мовлення коментатора можна визначити спонтанністю організації, неможливістю передбачити хід подій та індивідуальними навичками. Оволодіння матеріалом забезпечить теоретичною базою, щоб розпізнавати типи порушень. Убачаємо перспективними подальші дослідження футбольних коментарів.

### **Список використаних джерел**

1. Алексенко С. Ф. Структурно-синтаксичні та просодичні особливості англomовного подієвого футбольного телевізійного коментаря. *Філологічні трактати*. Суми : Видавництво СумДУ ; Харків : Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. Т. 8, № 2. С. 74–79.
2. Вацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
3. Онуфрієнко Г. С. Основи теорії мовної комунікації. Запоріжжя : ЗНТУ, 2010. 90 с.

**Маргарита Журавльова,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Миколаївський національний університет  
імені В. О. Сухомлинського*

*Науковий керівник: **Світлана Каленюк,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ТЕКСТ ЯК КОМУНІКАТИВНА ОДИНИЦЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

*У дослідженні висвітлено поняття тексту як комунікативної одиниці мовлення. З'ясовано значення роботи з текстом на уроках української мови для розвитку комунікативних навичок та пізнавальних процесів учнів.*

**Ключові слова:** *текст, розвиток мовлення, компетентнісний підхід, комунікація, текстоцентричний принцип.*

У наш час постає проблема використання текстів на уроках української мови. Наразі вчителі не завжди приділяють увагу ро-



боті з текстами під час вивчення різних розділів мовознавства (фонетика, лексикологія, морфологія та ін.), а використовують або окремі слова, словосполучення, або просто речення, підібрані з різних творів, які зовсім не пов'язані між собою. Тому проблема використання текстів на уроках української мови залишається актуальною.

Дослідженням цього питання займаються багато науковців. Зокрема, більшість науковців розглядають поняття «тексту» різноаспектно, серед них І. Гальперін, А. Загнітко, Ю. Караулов, О. Селіванова, Ю. Лотман та інші. В лінгводидактиці проблему використання тексту на уроках української мови висвітлювали у своїх працях З. Бакум, О. Глазова, Н. Голуб, О. Горошкіна, О. Караман, С. Караман, А. Нікітіна, Л. Овсієнко, Л. Рускіліс, М. Пентиліук.

Метою дослідження є висвітлення комунікативного аспекту вивчення тексту та з'ясувати значення використання текстового матеріалу на уроках української мови для розвитку мовленнєвих та пізнавальних процесів учнів.

Як було зазначено вище, на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки єдиного підходу до поняття «текст» немає. А. Нікітіна пов'язує відсутність єдиного підходу з тим, що «формулювання єдиного визначення ускладнюють формально структурна, жанрова, стилізова, функційна різноплановість тексту, писемні, усні, друковані його форми, що мають своєрідні ознаки» [3, с. 239].

Л. Овсієнко формулює таке визначення «тексту»: «Це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність. Він виступає обов'язковим складником комунікативного процесу, допомагає фіксувати, зберігати і передавати інформацію в просторі й часі» [2, с. 5]. На нашу думку, це достатньо повне тлумачення цього поняття, яке розкриває головні його властивості. Тому саме це тлумачення ми будемо використовувати у нашому дослідженні.

У сучасній лінгводидактиці та методиці сформувалося поняття «текстоцентричного підходу», що полягає у вивченні української мови на текстовій основі. Саме така організація навчального процесу, на наш погляд, є необхідною умовою для реалізації як предметних, так і ключових компетентностей під час вивчення української мови у шкільному курсі.

М. Пентиліук зауважує, що «дидактичний матеріал у вигляді текстів різних стилів, типів і жанрів мовлення дозволяє не тільки визначати стилістичні й граматичні функції мовних одиниць, забезпечити практичну спрямованість засвоєння учнями лінгвістичної теорії, а й розвивати особистість у морально-етичному та естетичному планах, формувати в учнів соціокультурну компетен-

цію» [1, с. 233, 3, с. 266]. Як ми бачимо, робота з текстами спрямоване не засвоєння та практичне застосування мовознавчого матеріалу, але й на розвиток комунікативних знань, вмінь та навичок.

На думку Л. Овсієнко: «Текст є центральною ланкою в процесі комунікації [2, с. 6]. Оскільки саме він основною комунікативною одиницею, яка реалізується в процесі спілкування. Тому для формування в учнів комунікативної компетентності необхідна робота над текстами.

Важливо наголосити, що велике значення також відводиться вибору самого тексту. Зокрема А. Нікітіна вказує, що підбирати текст необхідно «з урахуванням його потенційних лінгводидактичних можливостей, тобто з визначенням спроможності мовних одиниць ілюструвати певні явища, функції, правила використання в мовленні, ознаки стилю, типу мовлення, засоби зв'язку речень у тексті, актуальне членування речень тощо» [3, с. 271]. Можна сказати, що чим більше текст буде відповідати темі уроку, а саме відображати зміст теоретичного та соціокультурного матеріалу, який вивчають учні, тим краще буде реалізовуватися мета навчання. Вчена підкреслює, що «лінгводидактичні функції тексту як закладені в ньому потенційні дидактичні можливості можуть бути використані вчителем для досягнення мети уроку – навчальної, розвивальної, виховної» [3, с. 271]. Саме тому для кожного уроку повинні бути підбрані окремі тексти, як з боку граматичної структури, стилістичного оформлення, так і тематично.

Безумовно, робота з текстовими матеріалами позитивно впливає пізнавальний розвиток, оскільки часто такий вид діяльності потребує вміння мислити, необхідність концентрації уваги, розвинуто уяву чи детального запам'ятовування змісту того, що учні прочитали або прослухали.

Отже, як переконають нас проведені розвідки, у шкільному курсі вивчення української мови текст має велике значення, оскільки формує в учнів, перш за все, комунікативні вміння та навички, сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу. Також робота з текстом розвиває у школярів пізнавальні процеси (мовлення, мислення, увагу, уяву, пам'ять).

### **Список використаних джерел**

1. Актуальні проблеми сучасної лінгводидактики : збірник статей / за ред. М. І. Пентилюк. Київ : Ленвіт. 2012. 256 с.
2. Овсієнко Л. М. Науковий текст як лінгвістична одиниця і комунікативний феномен. *Педагогічні науки*. 2011. № 60 (1). С. 125-128.
3. Педагогічний дискурс учителя-словесника : монографія / за ред. А. В. Нікітіною. Київ : Ленвіт. 2013. 338 с.

**Наталія Запорожан,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка,  
Науковий керівник: **Людмила Марчук,**  
доктор філологічних наук, професор

## **ПОЛІКОДОВІСТЬ ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСІЇ В СКЛАДНИХ СИНТАКСИЧНИХ СТРУКТУРАХ**

*Складне багатокomпонентне речення – характерна ознака писемного мовлення, структура СБР має стійкі схеми будови, які є результатом історичного розвитку синтаксичної системи української мови.*

**Ключові слова:** складне багатокomпонентне речення, експресія, предикативні одиниці, синтаксис, модель

Синтаксис сучасної української мови як система проаналізована в працях українських мовознавців звично зі статичної точки зору, описано та класифіковано основні моделі різного синтаксичного рівня (Слинько І.І., Гуйванюк Н.В., Кобилянська М.Ф., Шульжук К.Ф.) [1; 2]. Проте в синтаксичній системі української мови відбулися певні зміни упродовж останніх десятиліть, що й подибуємо у текстах сучасних українських прозаїків.

Аналіз речень із структурним паралелізмом виявляє певну особливість у побудові моделей. Так, на анафоричність натрапляємо, переважно, в СБР з однорідною супідрядністю, такі структури в гіпотаксисі називають однорідним підпорядкуванням. На лексичний повтор як засіб створення паралелізму, а особливо на певний синонімічний ряд натрапляємо в СБР із сурядним зв'язком, однорідною супідрядністю, складних контамінаціях. Напр.: *«Якось так виходило, що дощі падали по сорок днів і ночей, і тоді обидві Бистриці здувалися і виходили із берегів, і несли на своїх цілком здичавілих хвилях уламки домів, дерева, копиці, одного разу хтось бачив, як несло корову і вона була ще жива, але з поламаними ногами, іншого разу несло автомобіль «Волгу» (Ю. Андрухович).*

Лексичний повтор на рівні СБР дозволяє розширити кількість ПО в поліпредикативній конструкції, зв'язуючи їх в єдине ціле. При цьому за допомогою лексичного повтору підтримується низка роздумів. На рівні СБР лексичний повтор відноситься до ознак категорії зв'язності, оскільки багатокomпонентна структура є послідовністю предикативних одиниць, пов'язаних за змістом у рамках загального задуму автора.

Співвідносне вживання у складі одного СБР паралельних ПО, які передають тотожну або близьку інформацію, можливе за умови

поєднання логічної багатокомпонентної структури і емоційно-експресивного забарвлення. Синонімічні зв'язки сприяють утворенню нових образів: за допомогою нанизування синонімів (не тавтологічний синонімічний повтор) створено авторський образ, напр., незграбного товстого хлопчика: *«Він дуже соромився того, що сорочка шкільної форми часто розходилася на його круглому животі, що тудзики маринарки на ньому не сходилися, а мама примушувала влітку одягати під штани довгі підколінки замість шкарпеток»* (Н.Сняданко) (СБР з однорідним супідрядним і сурядним зв'язком).

Такі та інші приклади доводять існування однієї із тенденцій стилістики тексту та поліпредикативних конструкцій – існування міжрівневої синонімії, оскільки синонімами можуть бути слова й компоненти СБР, тобто одиниці лексико-семантичного і синтаксичного рівнів. СБР з паралельною побудовою є експресивним стилістичним засобом, що пов'язує велику кількість ПО та доводить доцільність існування таких конструкцій в акті комунікації.

### **Список використаних джерел**

1. Слин'ко І.І., Гуйванюк Н.В., Кобилянська М.Ф. Синтаксис сучасної української мови: Проблемні питання : навч. посібник Київ : Вища шк., 1994. 670 с.
2. Шул'жук К.Ф. Мовленнєва реалізація моделей складних багатокомпонентних речень. *Мовознавство*. 1992. № 1. С. 3–40.

**Оксана Карауш,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: **Евеліна Босва,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЕВОГО ЕТИКЕТУ В ЕПІСТОЛЯРНОМУ СТИЛІ**

*Розглянуто особливості мовленнєвого етикету в епістоляріях, проаналізовано особливості уживання формул звертання, прощання, прихильності, специфіку компліменту як засобу мовного впливу.*

**Ключові слова:** етикетні формули, епістолярії, звертання, прощання, комплімент.

Кожна ситуація спілкування вимагає використання характерних для неї мовних засобів. Українська мова має для цього багатий арсенал.

Як зазначає М.П.Білоус, листовне коло – це своєрідний мовний соціум із чітко визначеним мовноповедінковим статусом ко-

жного адресанта, своєрідною стильовою тональністю й тембром, оригінальною системою мовно-виражальних засобів і стилістикою епістолярного тексту [1, с. 16].

Камертоном, що налаштовує на певний стиль спілкування, в епістолярії виступають звертання і звертальні вирази, які сприяють встановленню мовленнєвого контакту (на початку листа), забезпечують активізацію уваги адресата (в середині листа) та закінчення і результативність мовленнєвої діяльності (в кінці листа).

Звертання бувають одиничними та поширеними. Майже вся адресати використовують поширені звертання (до одиничних вдаються вкрай рідко) [4, с. 101].

Це уможлиблює передачу всього спектру їхніх почуттів і водночас допомагає точно передати комунікативну дистанцію між мовцями [1, с. 18].

Поширені звертання – це нанизування кількох звертань, які посилюють емоційно-експресивну забарвленість. Опорні лексеми доповнюються пояснювальними означеннями – прикметниками і займенниками. Вони мають офіційні, інтимізуючі, дружньо-товариські та інші відтінки значень. Наприклад, посилення експресивності та інтимізуючих дружньо-товариських означень відбувається за допомогою прислівника «дуже».

Особливістю українського мовного етикету є звертання-приказка. Вона запозичена з усно-поетичної традиції українців [3, с. 12].

На думку М.Кронгауза, «звертання живуть і змінюються в мові за своїми власними законами. І часто ці закони зумовлені, швидше зовнішніми, соціальними подіями, ніж природним внутрішнім розвитком мови» [1, с. 12].

Своєрідним «комунікативним плюсом» до формул звертання, які в сукупності утворюють стилістично виразні і семантично вмотивовані обрамлення епістолярного тексту, є формули прихильності. Вони забезпечують стильову рівновагу початку й кінця епістолярного діалогу. Типова модель формул прихильності в епістоляріях, окрім присвійних займенників, може містити також підпис адресанта, що представлений ім'ям, прізвисьмом, ім'ям і прізвисьмом, рідше псевдонімом. Така модель може увиразнюватися означальним займенником «весь» [1, с. 17].

Домінантою мовного етикету в епістоляріях можна вважати також побажання, які позиційно і за поодинокими випадками, концентруються в завершальній частині листів. Вони фактично є основою прощання, але можуть існувати самостійно. Автор виражає свою ввічливість, чемність і обов'язково бажає здоров'я, щастя, успіху.

Мовний етикет у листуванні певною мірою змінюється, але характерним у всі часи для українців була увага до форми прощання. Вибираючи прощальне слово, як і у звертанні, ми врахо-

уємо багато різних факторів – вік і стать адресата, ступінь знайомства, особливості взаємин.

До етикетних форм також відносяться порада, пропозиція, що начебто спрямовані на допомогу тому, до кого вони звернені.

Уміння робити компліменти (фр. *compliment* – вітання), є найдавнішим засобом мовного впливу, формулою графаретної ввічливості [2, с. 93]. Він може передавати увагу, приязнь, вдячність.

Комплімент, як правило, обрамлює текст – лист починається і закінчується формулою ввічливості. Можна говорити про спеціальні формули початку і кінця тексту. Метою початкового компліменту є налагодження контакту, він містить найперше засвідчення поваги. Заклучна компліментна формула найчастіше виражає надію на подальшу співпрацю [2, с. 72]. Так, згадуємо ми виражаємо формулами «З радістю!», «Будь ласка!». Відмову пом'якшуємо словами «На жаль...», «На превеликий жаль...».

Елементом мовного етикету в епістоляріях є також вміння розділити радість з іншою людиною, вчасно привітати, поздоровити, висловити співчуття та інше.

Отже, набір етикетних правил – це не просто показник зовнішньої культури людини, це принцип життя у суспільстві. Культура мови є тісно переплетеною з нашим повсякденним життям. Власне епістолярій сприймається як одна цілісна система, як один багатосторінковий лист.

Етикет письма – це особлива частина мовного етикету, оскільки спілкування відбувається в часі та просторі. І ця часопросторова дистантність вимагає особливого жанру письма і певних мовних засобів, які відрізняються від засобів усного мовленнєвого етикету.

### **Список використаних джерел**

1. Білоус М.П. «Заговори, щоб я тебе побачив». *Антисуржик*. Львів, 1994. С.19-24.
2. Гладіна Г.І., Сеніна В.К. Питання мовленнєвої культури та стилістики. Київ : Вища школа, 1997. 160 с.
3. Гуменюк Б.І. Основи дипломатичної та консульської служби : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 1998. 230с.
4. Дмитренко А.Ю. Безбатченки. *Слово*. 1992. № 5. С.6-9.
5. Коваль А.П. Ділове спілкування. Київ : Радянська школа, 1992. 110 с.

**Єва-Євелін Ковач,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
кафедра української мови та літератури,  
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці ІІ*

*Науковий керівник: **Єлизавета Барань,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **МОВА І СТИЛЬ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ЗАКАРПАТТЯ**

*Проведено огляд інтернет-видань Закарпаття. Проаналізовано мову і стиль найбільш відвідуваних регіональних інтернет-видань. З'ясовано стилістичні відмінності видань, схарактеризовано види мовних інновацій.*

**Ключові слова:** *мова інтернет-видань, мовні інновації, новотвори.*

Інтернет-видання як одні із ключових джерел інформації в сучасному світі не тільки висвітлюють різні аспекти життя соціуму, оперативно повідомляють новини, а й віддзеркалюють зміни, які відбуваються в мові, передусім у стилістиці й лексичному складі. Цій проблемі в українській лінгвістиці присвячені праці М. Жовтобрюха, А. Коваль, О. Сербенської, О. Пономарева, Н. Бабич, В. Різуна, М. Навальної та ін. Традиційно у вивченні мови засобів масової інформації зосереджують увагу на лексико-семантичному рівні, відсуваючи на другий план стилістику. Проте, на наш погляд, саме стиль визначає допустимі межі інновацій. Ще наприкінці 70-х болгарський учений Д. Георгієв окреслив поняття «стилістико-мовна режисура газети», акцентувавши і необхідність дотримання чинних мовностилістичних норм, і потребу формування власної мовної та стилістичної специфіки видання.

Поняття «стиль видання» ширше, ніж «функціональний стиль мови», і охоплює не тільки лінгвостилістичні, а й типографічні особливості медіа. В інтернет-просторі ЗМІ здобули нові можливості, які зумовили істотну трансформацію принципів представлення інформації. Сучасні інтернет-видання подають інформацію у текстовій формі та широко використовують візуальні матеріали тощо. Урізноманітнілася також структура інтернет-видань.

За даними онлайн-сервісу PRNEWS.IO, в Закарпатті найбільш відвідуваними є Mukachevo.net, Goloskarpat.info, 0312.com.ua, Діло Закарпаття, Новини Закарпаття, ПроЗахід, Uzhgorod.net.ua, Закарпатський кореспондент, Zakarpatpost.net, ProZak.info [2]. Об'єктом нашого вивчення стали видання Mukachevo.net, Goloskarpat.info, ДілоЗакарпаття, ПроЗахід, Закарпаття24, Karpat.in.ua, в яких найчастіше фіксуємо оригінальну стилістику та мовні інновації.

Mukachevo.net висвітлює політичні, економічні, культурні, кримінальні, спортивні та інші події Ужгорода, регіону та України

в цілому. Goloskarpat.info часто розміщує ексклюзивні журналістські матеріали, подає новини регіону та країни. ДероЗакарпаття пропонує гостру й актуальну інформацію про події в країні, а також новини спорту, розважальні матеріали, кулінарні рецепти тощо. ПроЗахід містить новини та відомості про культурну спадщину краю. Закарпаття24 – медіа-ресурс про політику, економіку, кримінал, спорт, надзвичайні події, культуру. Karpat.in.ua, крім новин, багато уваги приділяє історії та археології Закарпаття, України й світу.

В обраних медіа простежуємо характерні для всіх інтернет-видань тенденції, а саме: індивідуалізацію у стилі викладу інформації, що узгоджується із тенденцією диверсифікованості в інтернет-медіа; глобалізацію – ширше висвітлення проблем із залученням передісторій, проведенням аналогій тощо; експресивізацію в представленні новин, що досягається і за допомогою мовних одиниць, і порядком розміщення повідомлень. Почерпнута на ресурсах різних інформаційних агенств інформація може зберігати нейтральне забарвлення, а може завдяки рерайту набувати своєрідного колориту (наприклад, іронійного). Через використання експресивної лексики ЗМІ впливають на громадську думку, маніпулюють нею. Вплив на читача посилюють креолізовані тексти.

Мова аналізованих інтернет-видань загалом відповідає чинним нормам сучасної літературної мови, але водночас характеризується наявністю новотворів, частина з яких має виразне розмовне забарвлення: *У ці вихідні на Свалявщині медики «екстренки» вже вкотре доставляли пацієнтів до санітарного автомобіля санчатами (Закарпаття24), Захворюваність зростає: 5 навчальних закладів Ужгорода переходять на дистанційку (Закарпаття24).* Фіксуємо також значну кількість нових термінологічних утворень або запозичень: *В Мукачеві за кошти ООН створюють сучасний інтеграційний хаб (Mukachevo.net), Бограч-індекс: на Закарпатті трохи знизилися ціни на продукти (Закарпаття24), Наркоаграрії замаскували гектар коноплі в лісах Закарпаття (ДероЗакарпаття).* Зафіксовані в інтернет-виданнях Закарпаття мовні інновації не належать до регіональних чи індивідуально-авторських, а показові для українськомовних інтернет-видань загалом. У мові аналізованих інтернет-видань спостерігаємо процеси, які М. Навальна характеризує так: «Перебудова лексичного ладу експлікується в процесах експресивізації лексичних одиниць, їхній функціонально-стильовій дифузності, у специфічному освоєнні нових термінологічних запозичень, що загалом істотно впливає на поповнення лексики сучасної української публіцистики і водночас на комунікативну ефективність повідомлень, увиразнюючи їх впливову потужність як провідну ознаку медійних жанрів» [1, с. 165]. В аналізованих виданнях зафіксовано такі



різновиди мовних інновацій: неодеривати, неосемантизми, запозичення, трансформовані фразеологізми.

Отже, мова проаналізованих інтернет-видань Закарпаття – це сучасна українська літературна мова, в якій простежуються специфічні трансформації на лексико-семантичному й словотвірному рівнях, характерні для мови засобів масової інформації загалом. Більше відмінностей між виданнями простежуємо у стилістичному та тематичному аспектах.

### **Список використаних джерел**

1. Навальна М. Новітні лексичні процеси в мові інтернет-видання «Українська правда» на початку XXI ст. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. ZESZYTY III. Poznań, 2015. S. 165–173
2. Що читають на Закарпатті: ТОП-10 ЗМІ від PRNEWS.IO. *Український спектр*. URL: <https://uaspectr.com/2020/12/03/top-10-zmi-vid-prnews-io>

**Ніна Кодряну,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: **Жанна Горіна,**  
кандидат педагогічних наук, доцент*

### **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМИ**

*Розглянуто соціально-психологічні чинники, які забезпечують дієвість рекламної комунікації. На прикладі аналізу джерельної бази дослідження автори визначають основні прийоми привернення уваги потенційних споживачів і поширені способи стимулювання уваги та ефективного запам'ятовування рекламного тексту.*

**Ключові слова:** *реklamний текст, формула AIDA, психологія реклами.*

Проблематика емоційної аргументації в рекламному зверненні має давню традицію дослідження й посідає особливе місце в теорії реклами, перебуваючи на перетині мовознавства і психології (І.Викентьев, В.Зірка, Ф.Котлер, М.Кохтєв, Н.Кутуза, Р.Мокшанцев, В.Музикант, Д.Огілві, Є.Тарасов, С.Хаякава). Критичний аналіз фундаментальних праць в аспекті порушеної проблеми дозволив встановити, що сприйняття та переробка рекламної інформації здійснюється під впливом різних чинників, зокрема три з них наявні завжди: когнітивний, емоційний, поведінковий. Означені компоненти передовсім стосуються вербальної частини рек-

ламного повідомлення, але неможливі без аналізу тих пізнавальних процесів, які беруть участь у процесах сприйняття і переробки інформації, як-от: відчуття, уява, пам'ять, довільна увага тощо. Так, рекламні тексти часто апелюють до відчуттів як первинних ланок пізнавального процесу. Саме на них, наприклад, орієнтовані популярні гасла: «Слухайся своєї страги!», «Ще більше смаку, ще більше прохолоди!», «Новий смак свіжого подиху!».

Мистецтво рекламування полягає в тому, щоб не лише привернути увагу потенційного споживача, а й оптимізувати процеси меморизації рекламного тексту. Зокрема цьому сприяє відома класична формула (AIDA або її модифікований варіант AIDMA) з поетапного впливу рекламного тексту на психіку людини, що вже понад століття, широко використовується у практиці рекламування: перший етап – привернення уваги до тексту (attention), другий етап – поява інтересу (interest), третій етап – стимулювання бажання мати пропоноване в рекламному тексті (desire), четвертий етап – спонування до дії (action), тобто здійснення дії, пропонованої рекламним текстом [21, с. 13]. Скажімо, поширеними прийомами привернення уваги до рекламного постера, білборду чи банера є – рух, контрастне колірне поєднання елементів, їх загальне розташування, варіювання шрифту або особливе графічне оформлення тексту, різні засоби візуалізації тощо. Психологи стверджують, що людина зазвичай бачить, чує переважно те, що їй або особисто подобається, як наприклад, рекламні заголовки: «Ви на висоті!», «Мобільна влада», які підхваляють адресата, або що її лякає чи насторожує, як заголовок у соціальній рекламі: «Covid-19 – апокаліпсис XXI століття», або коли вона сама активно залучається до процесу вибору: «Обери собі пару».

Не менш важливим психічним процесом, який пов'язаний із ефективністю дії реклами, є пам'ять, оскільки люди запам'ятовують швидше й надійніше те, з чим пов'язана їхня подальша діяльність, тобто з майбутнім, а також із тим, до чого у них є виражений інтерес. Відтак найбільш дієвою є реклама, що враховує плани та інтереси людей. На думку дослідників, з погляду психології будь-який продавець – це людина, яка дозволяє іншим зазирнути у майбутнє і пов'язує їх із цим майбутнім за допомогою товарів, як оголошення комерційної реклами побутової техніки: **ВАШІ НАЙКРАЩІ ЗНИМКИ ЩЕ ПОПЕРЕДУ.**

✓ Найпопулярніша у світі камера і найпопулярніший вид спорту.

✓ Остання новинка з серії дзеркальних фотокамер, повністю автоматична, надкомпактна, безшумна.

✓ Спробуйте в роботі EOS 500N з новим об'єктивом, обладнаним оптичним стабілізатором, і Ви ні на що не проміняєте цю фотокамеру!

На підставі експериментальних висновків фахівців з теорії і практики реклами й аналізу джерельної бази дослідження (120 текстових фрагментів) було систематизовано основні способи стимулювання запам'ятовування реклами:

- використання гумору й ігрової оповіді, які впливають не лише на процеси запам'ятовування, а й на інші ланки когнітивних механізмів переробки рекламної інформації, напр.: *«Думай, куди стрибаєш!»* (рекламний девіз оператора мобільного зв'язку), *«Взула і забула!»* (рекламний слоган виробника взуття «Carstens»);
- ритмічна організація рекламних текстів, їх віршоподібна форма: *«Гой, «Топ-сервіс», гой «Топ-сервіс», люди тут хороші! Здай товари у «Топ-сервіс» і отримай гроші! Ідем по воду до криниці, а по гроші до «Скарбниці!»* ломбард «Скарбниці»;
- використання асоціативних полів, особливо для меморизації зв'язку назви фірми з її профілем: *«Союшка»* – назва фірми, що пропонує продукти, виготовлені із соєвих бобів; *«Олейна»* – не чадить, не піниться не містить холестерину;
- зображення в рекламному повідомленні впізнаваних знаків та символів. Рекламне оголошення з позитивною символікою у вигляді знайомих зорових або вербальних стимулів служить гачком від пам'яті, як зображення чумацького колеса, вдало використане у рекламуванні продукції торгової марки «Чумак»;
- відсутність конкуренції різних аргументів на користь якогось одного, бо один вдалий доказ діє значно сильніше за цілий ряд аргументів, особливо, якщо вони не пов'язані між собою внутрішньо таким чином, щоб утворити єдину міцну структуру (напр., використання в ході рекламної акції компанії «Procter & Gamble» гасла: *«Якість без ризику!»* виключало згадування всіх інших аргументів);
- дотримання послідовності в повторенні наскрізної ідеї в різних рекламних форматах, що частіше забезпечує іміджевий слогано, напр.: *«Світоч»* – смачно, як у дитинстві!; *Спілкуйся вільно – живи мобільно!*; *Свято наближається!*;
- дотримання принципу цілісності, як на рівні проголошуваних ідей, гасел, аргументів, так і на рівні створюваних емоційних образів (бренд «Coca-Cola»).

Таким чином, активізація пізнавальної діяльності потенційних споживачів – потужний соціально-психологічний фактор рекламної діяльності. Якісна реклама позаяк ставить риторичні запитання, спонукає до роздумів, намагається створити незавершений або провокативний образ рекламованого об'єкта й таким чином стимулювати пізнавальні потреби. Але на яких психологічних засадах ґрунтується ця пізнавальна активність? Насамперед на відчутті новизни, бо людині завжди цікаво все нове, чого вона не бачила раніше. Новизна – це завжди оригінальність, подання

нового через знайоме, але в несподіваній формі. Отож, оригінальність рекламної ідеї – в несподіванці, адже образ, який здивував або вразив, змушує щоразу згадувати про нього. Натомість існують і давно перевірені класичні рекламні гачки, які в лексиконі маркетологів означені як «human touch», пов'язуванні з природною привабливістю, напр., зображення дїтлахів, тварин, птахів, еротичних сцен із напівоголеними тілами. Доволі привабливо виглядають статичні предмети: напої, ювелірні прикраси, аксесуари, парфумерія, нова техніка тощо. У такому випадку фотографи, дизайнери керуються відчуттям власного стилю й естетичного смаку, щоб подати оригінальний ракурс бачення предмета.

Насамкінець, з-поміж соціально-психологічних чинників, які забезпечують ефективність рекламної комунікації, для потреб дослідження було виокремлено:

Чинник унікальності, який ґрунтується на довічному прагненні людини відрізнятиса від інших, володіти унікальними речами і спілкуватися з унікальними людьми, напр., бритвені верстати «Жиллетт», у яких спочатку застосовувалося одне лезо, потім два, потім три.

Чинник краси або сексуальної привабливості настільки природно чіпляє нашу увагу, що і наявність яскравої рекламної ідеї може бути не обов'язковою (наприклад, ковбой *Marlboro*, який формує образ чоловічої мужності або бруталності, чи персонаж реклами *Martini* – привабливий брюнет у вишуканому костюмі й темних окулярах, з келихом у руці).

Чинник відчуття щастя, коли рекламні оголошення супроводжуються відчуттям свята, веселощів, радості, адже відомо, що при перегляді реклами людина неусвідомлено ставить себе на місце головних персонажів, які перебувають у хорошому настрої, веселій компанії (доволі часто це використовують у рекламі бренду «Coca-Cola»).

Чинник співпереживання, що вдало грає на наших почуттях, скажімо, при потребі організувати соціальний захист постраждалим або довкілля.

Чинник любові до дітей або тварин так само виступає потужним маркетинговим прийомом у рекламуванні товарів чи послуг, адже переважна більшість людей, поглянувши на малюка або тваринку, мимохіть посміхнеться і ця позитивна емоція передається на рекламований предмет (наприклад, телевізійна реклама памперсів або котячого корму, де головні герої чарівні малюки або доглянуті коти).

Чинник привабливості статичних об'єктів, який часто використовують у промоції реклами автомобілів, адже реалістична фотографія викликає довіру, передає принади зовнішнього вигляду автівки. Подаючи «образ автомобіля», потенційному покуп-

цеві пропонують їй відповідну ідею: він виступає наче «живою» істотою, неповторною і бажаною багатьма.

### **Список використаних джерел**

1. Шкляр В. Мас-медіа як регулятор культурно-політичного процесу. *Сучасна політична культура та мас-медіа*: монографія. Київ, 1998. С. 232-268.

**Олена Колесник,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ МАРІЇ ЗІНОВЧУК «МАЛЬВА-ДУША»)**

*У розвідці відзначено важливість дослідження фразеологічних одиниць у контексті, проаналізовано фразеологізми в поетичному дискурсі Марії Зіновчук на матеріалі збірки «Мальва-душа».*

**Ключові слова:** *фразеологія, поетичний дискурс, фразеологічні одиниці.*

Роль і місце фразеології в системі української мови – цікаве та актуальне питання, яке не залишає байдужими багатьох мовознавців. Фразеологічні одиниці – важлива складова мовлення людини. Завдяки цим неподільним поєднанням слів мова урізноманітнюється, стає цікавою та колоритною. Фразеологізми посідають особливе місце серед інших одиниць мовної системи. Вони виникають у зв'язку з потребою виражальних засобів комунікації – вербального вираження почуттів, емоційних оцінок, засобів емоційного впливу, влучних характеристик людини, предметів, явищ тощо. М. Жуйкова зауважує, що основною ознакою фразеологічної системи, яка відрізняє її від інших мовних підсистем, є висока антропоорієнтованість (антропоцентричність), що виявляється передусім у вибірковій номінації: за допомогою фразеологічних одиниць мовна спільнота вербалізує саме ті фрагменти навколишнього світу, які, з її погляду, мають найбільшу релевантність [2, с. 7].

Проблеми фразеології української мови досліджували О. Потебня, Л. Булаховський, М. Демський, Л. Скрипник, Г. Удовиченко, В. Ужченко, В. Білоноженко, О. Селіванова та ін. Проте, незважаючи на значну кількість праць, функціонування фразеоло-

гізмів у художньому дискурсі досі привертає увагу вчених, адже, як зауважує В.Білоноженко, фразеологічна одиниця поза текстом становить абстрактну схему, яка в кожному конкретному випадку наповнюється особливим, властивим лише цьому контексту змістом [1, с. 72–73].

**Мета нашої розвідки** – проаналізувати фразеологічні одиниці в поетичних текстах Марії Зіновчук, зокрема в збірці «Мальва-душа». Фразеологізми, які авторка вживає у віршах, найчастіше виконують емоційну та зображувальну функції. Емоційна функція допомагає виявити свої почуття та ставлення до фактів, подій і викликає відповідні емоції у читачів. Зображувальна функція дає змогу передати думки та почуття у формі образних уявлень.

У поетичних творах збірки «Мальва-душа» фіксуємо переважно фразеологізми з ключовим дієсловом, що надає віршам динамічності й образності: «*Найсвітліші мрії / В грудях **серце мліє***» [3, с. 4]. «*І ніч **серденько крас**, / Тече водичка в річеньці тихенька, не стрімка*» [3, с. 10]; «*Лиш **голову морочать**, / А я вже заміж хочу*» [3, с. 15]; «*Вже не знаю, чи любов це, а чи тільки біль: / Ти в поранене серденько ще й **насипав сіль***» [3, с. 16]; «*Зі мною ж плачуть далі голубі, / Бо **світ зійшовся клином** на тобі*» [3, с. 18]; «*Не клявся він тобі, це не обман, / Танцюю, дівчинонько, **ковтять слезу не треба***» [3, с. 18]; «*Жде коханого дівчина, / **Серденько тремтить***» [3, с. 21]; «*Залицянням немилим / Геть **даю откоша***» [3, с. 22]; «*Чому **розхристана душа** / І туга у твоих очах?»*» [3, с. 22]; «*Його **без пам'яті люблю**, / Ну а йому – «все по-нулю...»*» [3, с. 22]; «*Ще й в плиту комашечку польову. / Не той **просить рученьку**, що люблю*» [3, с. 28]; «*Що під вінцем не стояла, / А дитя собі придбала*» [3, с. 29]; «*Серденько вірне віддала, / Взамін нічого не взяла*» [3, с. 32]; «*Обмани мене, що любиш, / До **серденька пригорни***» [3, с. 33]; «*Та **засліпила розум** / Перша моя любов*» [3, с. 36]; «*Вірила, все чекала, – / **Він не просив руки***» [3, с. 36]; «*Жонатий не жонатий, / **Не візьмеш під вінець***» [3, с. 38]; «*Освідчився любий і **рученьку просить** / І в церкву веде на рушник*» [3, с. 44]; «*Свати з хлібом будуть нині у тебе, стрічай. / Люба моя, тільки ти **гарбуза не подай***» [3, с. 47]; «*Як **горіло серденько**, як раділо воно, / Коли квіти лягали на льняне полотно*» [3, с. 65]; «*Не просив він кохання, **ні серця, ні руку**, / Попросив би – з роками б любов відцвіла*» [3, с. 69]; «*Він гнівався на світ, на пасажирів, / **Кривив** злостиво цохвилини **рот***» [3, с. 73]; «*Про ту дівчину, що покинув милий, / Яка **опустила крила** навесні*» [3, с. 75]; «*Та жовті **зуби щирить** Кукурудза: / «А я собі і зовсім не журюся»*» [3, с. 78]; «*Ім'я у неї тепле, материнське. / **Немов рукою зніме** біль і жар*» [3, с. 94]. Спорадично відзначаємо фразеологічні одиниці прикметниково-іменникового типу: «*Ще немовляток стереже в колісках / **Від злого ока** і відьомських*

чар» [3, с. 94]. «І хоч я звикла ревнувати / В **розбитім серці** десь на самім дні» [3, с. 18];

Як свідчать представлені у віршах фразеологізми, саме контекст поезії забезпечує розкриття глибини цих одиниць. Доречність їх уживання авторкою уможливорює образне сприйняття поезії.

Отже, опрацьовані поетичні твори Марії Зіновчук, зокрема вірші зі збірки «Мальва-душа», дають підстави стверджувати, що, на відміну від прозового доробку авторки, кількість уживання фразеологічних одиниць у її поетичному дискурсі є дещо меншою, хоча водночас зафіксовані фразеологізми увиразнюють звучання поетичного слова, відіграють важливу роль у мовній тканині поетичного тексту.

### **Список використаних джерел**

1. Білоноженко В.М. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів. Київ : Наук. думка, 1989. 154 с.
2. Жуйкова М.В. Динамічні процеси у фразеологічній системі східно-слов'янських мов : монографія. Луцьк : РВР «Вежа», 2007. 416 с.
3. Зіновчук М.П. Мальва-душа. Житомир : ПП «Рута», 2019. 103 с.

### **Вікторія Компанієць,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Людмила Починок,  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ЕСТЕТИКА ІМПРЕСІОНІЗМУ В ТВОРЧОСТІ М. КОЦЮБИНЬСЬКОГО**

*У статті осмислено питання естетики імпресіонізму в новелістичній спадщині М. Коцюбинського, а саме – акварель «На камені», етюд «Невідомий» та психологічна новела «Intermezzo».*

**Ключові слова:** *модерна течія, імпресіонізм, академізм, естетизм, психологізм.*

Модерною течією, що ознаменувала початок руйнування академічних принципів і стала головним літературним феноменом в українській літературі, є імпресіонізм. Власне, імпресіонізм (від фр. *impression* – враження) – це «напрямок у мистецтві, який основним завданням вважав ушляхетнене, витончене відображення особистісних вражень та спостережень, мінливих, миттєвих відчуттів і переживань» [3, с. 300]. Варто зауважити, що у

західноєвропейській культурі процес занепаду академізму розпочався раніше, ніж в українській.

Найвизначнішим письменником модерної імпресіоністичної літератури на українських теренах був М. Коцюбинський, творчість якого викликала неоднозначні відгуки в літературних колах митців початку ХХ століття. На думку Я. Поліщука, «творча спадщина майстра, репрезентуючи найродючіші пласти української класики, нерідко була предметом дискусій критиків» [4, с. 8]. Незважаючи на тривалі суперечки навколо постаті Коцюбинського, українське літературознавство уникало питань детального аналізу модерної стилістики та явищ імпресіонізму в творчості письменника. Перші ґрунтовні студії вітчизняних літературознавців про модерністську естетику в прозі М. Коцюбинського з'являються на межі ХХ–ХХІ ст. (Ю. Кузнецов, В. Агєва, Р. Чопик, Я. Поліщук, А. Лахманюк та ін.). Проте імпресіоністична поетика творчої спадщини письменника досі потребує глибокого дослідження.

Завдяки європейським поглядам та сформованим літературно-естетичним позиціям М. Коцюбинського, зароджується перші вияви імпресіоністичного психологізму в змалюванні внутрішнього портрету героя. Критичний реалізм заперечується принципами естетизму та психологізму. Реалістичне сприйняття дійсності замінюється відчуттям мінливості, яке формується на основі особистісних хвилювань та вражень митця.

Особливої уваги заслуговує імпресіоністична новелістика письменника. Саме у імпресіоністичних доробках М. Коцюбинського провідну роль у формуванні атмосферності твору відіграє пейзаж. Зокрема, у акварелі «На камені» автор майстерно застосовує поєднання зорових та звукових образів природи. Персоніфіковані образи моря та гір загострюють усвідомлення безвихідності становища головних героїв: «Море дедалі втрачало спокій. Чайки знімались із одиноких берегових скель, припадали грудьми до хвилі і плакали над морем. Море потемніло, змінилось» [1, с. 184]. Природні образи доповнюються комплексним підбором палітри кольорів. Холодні барви застосовуються для відтворення пригніченого внутрішнього стану героїв, а теплі – для акцентування уваги реципієнта, тому колір є одним з головних прийомів імпресіоністичного змалювання не лише навколишнього світу, а й психологічного портрету персонажів.

Характерні риси імпресіонізму також виявляються в етюді «Невідомий». Твір не має чіткого композиційного сюжету, тобто є безфабульним. Автор подає реципієнту безіменного героя, який діє спонтанно та хаотично. В етюді дія розвивається лише навколо ретроспекцій, окремих спогадів головного героя. Як зауважує А. Лахманюк, «Потік свідомості у «Невідомому» фокусує враження, емоційні відчуття, ретроспекції та уявлення. Протилежні ракурси спрямовують думки адресата в хибний бік» [2, с. 390]. Письменник доречно використовує монолог як один із засобів відт-



ворення історії злочину безіменного. Аналізуючи стиль оповіді, Я. Поліщук зазначає: «Коцюбинський широко апробовує у своїй новелістиці суб'єктивну оповідь, впроваджує елементи внутрішнього монологу та діалогу, психологічно-філософські рефлексії» [4, с. 173]. Новаторською ідеєю створення образу героя є мотив переслідування ним жертви, який не був поширеним в українській літературі.

Не менш яскрава перлина у імпресіоністичному естетизмі М. Коцюбинського – психологічна новела «Intermezzo». Назва твору, взята з музичної термінології, доволі символічна і є наскрізним мотивом, який змушує героя покинути гучне місто. Ця назва також слугує ключем до розуміння введених до новели звуконаслідувальних образів, які періодично з'являються у пейзажних описах природи: «Розплющую очі і раптом бачу у вікнах глибоке небо і віти берези. Кує зозуля. Б'є молоточком у кришталевий великий дзвін: «Ку-ку! Ку-ку!» – і сіє тишу по травах» [1, с. 268]. Миттеві враження, викликані пейзажними образами, відтворюють внутрішній конфлікт головного героя, який переростає у наскрізну проблему твору, а саме – ролі митця у суспільстві, про що свідчать рядки: «Не затремтів би більше перед тінню людини і не жажнувся від думки, що, може, горе людське десь причаїлось і чигає на мене?» [1, с. 273]. Автор спонукає реципієнта до глибоких роздумів над складними взаємовідносинами людини і суспільства, митця і народу.

Отже, імпресіоністичний естетизм стає однією з рушійних сил у формуванні модерністської літературної спадщини М. Коцюбинського. На зміну принципам критичного реалізму, письменник вводить глибокий психологічний аналіз внутрішнього світу героя. За допомогою застосування цілої гами кольорів, широкої шкали звукових образів і прийомів автор створює контрастний та неповторний світ персонажів своїх імпресіоністичних творів.

### **Список використаних джерел**

1. Коцюбинський М.М. Вибрані твори. Київ : Дніпро, 1977. 503 с.
2. Лахманюк А.М. Естетичний код літературного етюдю : на прикладі малої прози Михайла Коцюбинського. *Studia Methodologica*. Тернопіль, 2015. 391 с.
3. Літературознавчий словник-довідник : у 2 т. / за ред. Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва, В.І. Теремка. Київ : Академія, 2007. 753 с.
4. Поліщук Я.О. «І ката, і героя він любив...» : Михайло Коцюбинський: літературний портрет. Київ : Академія, 2010. 300 с.

**Анастасія Корній,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Наталія Шеремета,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **СЕМАНТИКО-СТРУКТУРНА ТИПОЛОГІЯ ДИТЯЧИХ НОМІНАЦІЙ У ГОВІРКОВОМУ МОВЛЕННІ ПОДОЛЯН**

*У статті визначено суть понять «дитяча мова», «дитяче мовлення»; визначено семантичні сфери, найважливіші для соціалізації дитини; структуровано «дитячу мову» відповідно до суб'єктивного відбиття дітьми об'єктивного світу.*

**Ключові слова:** дитяча мова, дитяче мовлення, семантична група лексики, подільський говір.

Мова (мовлення) – це живий, динамічний комунікативний конгломерат, складна, багатогранна і різнопланова система як у структурному, так і у функційному аспектах. Сьогодні все більшу увагу вчених привертає говірне мовлення. Попри значні здобутки сучасної української діалектології, все ж багато аспектів досі залишаються недослідженими, зокрема територіальне дитяче мовлення.

Специфічно дитяча лексика є природним компонентом мовної системи, а тому варто показати її спільні й відмінні особливості порівняно з іншими групами лексики. Вивчення дитячої лексики дозволяє виявити, які семантичні сфери традиційно вважаються найважливішими для соціалізації дитини, а, отже, є цілком адекватними функційно.

Під дитячим мовленням ми розуміємо «слова», що вживаються дітьми на позначення тих чи інших реалій дійсності, а також лексеми, які використовують дорослі в розмові з ними. Ці «так звані дитячі слова» посідають належне місце в лексичному складі мови. Їх зовсім небагато, але вони виразно виділяються за своїми яскравими ознаками» [2, с. 24].

В українському мовознавстві першою розвідкою дитячого мовлення вважається праця І. Франка «Дітські слова в українській мові».

У сучасній українській лінгвістиці до дитячого мовлення підходять як до особливого етапу онтогенетичного розвитку мовлення. Його розглядають у розрізі багатьох площин. Над питаннями номінативної діяльності в онтогенезі мовлення займаються О. Рудьова, О. Снітко, І. Сухан. Вони описали номінативні одиниці, склали типологію дитячих номінацій [4; 5]. М. Асаула дослідила

лексико-семантичні особливості дитячого мовлення Центральної Слобожанщини [1].

Відповідно до параметру «ієрархія номінацій» у дитячому мовленні було виділено три основних типи: прямі номінації, непрямі номінації, дитячі неологізми.

Деякі реалії діти називають за допомогою нормативних мовних позначень, закріплених у кожній окремо взятій мові, тобто відбувалася пряма номінація, яка свідчить про те, що дитина повністю опанувала значення слова, як-от: дядя «чоловік», мама та ін.

Специфічно дитяча лексика, поряд з звуконаслідуваннями та зменшувально-пестливою лексикою, є важливим характеристичним елементом і мовлення дорослих, під час їхнього спілкування з дітьми. Вона належить до мовних універсалій.

У складі специфічно дитячих слів української мови виділяємо такі семантичні групи:

1. Назви частин тіла: *но́зя* «нога», *но́па*, *попєня* «ягодиці», *пісья*, *пісьон* «зовнішній орган сечо-виділювальної системи», *ру́ця* «рука», *сісья*, *ці́ця* «груди, соски», *ко́сі* «волосся».

2. Назви їжі: *яйко*, *ко́ко* «яєчко», *бо́ля*, *тьо́тя* «картопля», *бу́ця* «яблуко», *га́ма* «їжа», *ке́ля*, *ці́ця*, *ке́тя* «цукерка», *мо́ня*, *мо́н'о*, *мо́нька* «молоко», *па́па* «хліб».

3. Назви тварин: *ба́зя*, *ба́зьо*, *бі́ря* «баран, овечка, ягня», *бі́ця*, *бі́ньо*, *коо́ва*, *мі́ня* «бик, корова, теля», *ці́па*, *тютя* «курка, півень, курча», *цю́ця*, *га́ва* «собака, цуценя», *гу́ля* «голуб; гуска», *гу́ся* «гусак, гуска, гусеня», *та́ся*, *ка́ця* «качка, каченя», *ко́ся* «кінь, лоша», *кі́ця*, *косен'а* «кішка, кошеня», *момос'а*, *па́ця*, *ку́ця* «свиня, поросля», *пю́ля* «качка», *тютя* «будь-який птах, курча, півень, курка», *у́тя* «качка», *ва́ва*, *во́ва* «вовк», *зі́зя* «кузка, комаха, все маленьке».

4. Назви свояцтва, дітей, дорослих. На початкових етапах розвитку це передусім найменування (як загальноновживані, так і доволі специфічні) найближчих людей (насамперед батька (*па́па*, *та́т'а*, *та́то*), матері (*ма́ма*, *на́н'а* – мати), пізніше – дідуся (*ді́д'о*, *ді́д'о*, *ді́да*), бабусі (*ба́ба*, *бу́с'а*). Згодом, із дорослішанням дитини, ці зв'язки ускладнюються, а отже, з'являються і нові семи, які мають різну кількість репрезентантів (*ба́т* – брат, *сесті́я* – сестра, *іс'єна* – хрещена), що значною мірою зумовлено позалінгвальними чинниками (чи є інші діти в родині, чи є рідні дядько й тітка, наскільки тісний взаємозв'язок між дитиною й хрещеними тощо). Інші назви свояцтва, дітей, дорослих: *ля́ля* «дитина», *дя́дя* «чоловік», *дя́дьо* «те саме» (діал.), *ня́ня* «нянька; старша сестра (діал.)», *рво́ва* «дитина, що плаче», *тьо́тя* «молода або середнього віку жінка».

5. Іграшки: *ця́ця* «іграшка», *ля́ля* «лялька», *ку́ка* «те саме».

6. Ігри: *гойдаша́*, *то́сі-то́сі*, *ку́-ку́*, *буц*, *ку́й-ку́й* (чобіток).

7. Одяг: *па́т'а*, *ко́ха*, *ма́йя*, *нос'ї*, *калго́ти* (коготи), *та́н'ї*, *ка́нци* й ін.

8. Предмети оточення дитини: *дзэ́на* «те, що дзвенить», *чы́ка* «ніж», *лю́ля* «люлька», *ло́ня* «ложка», *ло́нька* «те саме», *ло́зя* «те саме», *ми́ся* «миска», *со́ся* «соска».

9. Дії дітей: *ба́ю* «йти спати», *бух*, *бубу́х* «падати», *бу́сі* «впадеш», *бру́сі* «пити», *гам*, *га́м-га́м*, ам, амати, ням-ням, *га́ми* «їсти», *га́йту*, *га́йті*, *гу́лі*, *гу́лі-гу́лі* «йти гуляти», *ходи́*, *ту́пці-ту́пці* «ходити», *то́сі* – *то́сі* «плескати в долоні разом з дитиною, вигук», *ку́сі* «кусати», *герго́сі*, *карко́сі*, «тримати на плечах, гаргошах», *ди́бці*, *ди́бки* «йти», *дзень*, *дзень-дзень* «дзвеніти», *ка́ки* «какати», *ка́кати*, *кі́ть-кі́ть* «котити», *ко́ть-ко́ть* «котити», *ку́пи*, *ку́пці*, *ку́пи-ку́пи* «купатися», *люлі*, а-а, ай, баєньки, паті, спатуні «спати», *ми́й-ми́й* «мити», *мо́нькати* «просити молоко», «плакати», *нюні*, *нюняти*, *пхінькати* «плакати (про дит.)», *пісі*, *пісяти*, *сюсі*, *цюні*, *цюці* «пісяти», *пру́ті* «гуляти», *тпру́ті* «те саме», *цьо́м-цьо́м*, *цьо́мати* «цілувати», *чик*, *чы́к-чы́к* «різати», *ш-ш*, *ша* «перестань плакати».

10. Стани і відчуття, заборона: *бе* «щось погане», *бе́ка* «те саме», *бобо́* «болить», *бу́ба* «болить», *дю́дя*, *зю́зя* «холод(но)», *зи* «обпечешся» (діал.), *ва́ва*, *бу́ба* «боляче; вавка», *во́ва* «щось страшне» (діал.), *зю́зя* «холод(но)», *жи́жа* «гаряче, вогонь», *хо*, *а-а* «гаряче, обережно».

11. Етичні терміни: *бо́зя* «Бог», *ця́ця* «щось хороше», *грі́шка* «гріх», *ка́ка* «щось погане».

12. Екзистенційність, наявність чогось представлена лише одним членом протиставлення, а саме тим, який вказує на відсутність предмета: *ама́* та *ма* «немає».

Виділення цих підгруп певною мірою є умовним, однак важливим для досягнення чіткого й послідовного аналізу досліджуваного матеріалу.

Із спостережень над «дитячою мовою» дорослих дослідники зробили висновок, що найуживанішими є групи для позначення частин тіла та дій дитини, назв свояцтва, їжі, тварин та ігор дітей [3].

Аналіз наявного матеріалу засвідчив, що основою різноманітних типів дитячих номінацій постають такі загальнолюдські мисленнєві операції, як: аналіз, синтез, узагальнення, абстрагування, категоризація, процес засвоєння інформації на основі аналогів. Результати дослідження підтверджують гіпотезу про наявність універсальних типів і стратегій номінації в мовленні дитини.

### Список використаних джерел

1. Асаула М.М. Лексико-семантичні особливості дитячого мовлення Центральної Слобожанщини (Харківщини). *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2009. № 854. Вип. 57. С. 174–178.
2. Ващенко В.С. Фрагменти з українського мовознавства : пропедевтичний посібник молодого науковця. Дніпропетровськ, 1989. 80 с.

3. Линник Т.Г. Специфічно дитячі слова української мови: семантика та морфологія. [URL: https://cutt.ly/uMXmPTu](https://cutt.ly/uMXmPTu)
4. Рудьова О.О. Типологія дитячих номінацій у французькій, грецькій і українській мовах. *Записки з романо-германської філології* / за ред. І.М. Колегаєвої. Одеса : Латстар, 2001. Вип. 9. С. 160–172.
5. Снітко Е.С., Сухан І.В. Типа номінативної діяльності в онтогенезі мови. *Лінгводидактика слов'янських мов як феномен культури* : тематичний збірник наукових праць / за ред. Н.Ф. Зайченко та ін. Київ : ІСДО, 1993. С. 35–39.

**Віктор Косько,**

*здобувач магістерського рівня вищої освіти,  
кафедра української мови та літератури,  
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II  
Науковий керівник: Катерина Маргітич,  
кандидат педагогічних наук, доцент*

### **СЕМАНТИКА І ФУНКЦІЇ МЕТАФОРИ У РОМАНІ М. ДОЧИНЦЯ «ДІТИ ПАПОРОТІ»**

*Подано сучасне трактування метафори. Визначено основні типи метафори у романі М. Дочинця. З'ясовано значення метафор та розкрито функції у тексті твору.*

**Ключові слова:** *метафора, образність, художній текст.*

Метафора – це один із традиційних засобів образності, відомий з античних часів. Проте в останні десятиліття її трактують значно ширше, пов'язуючи з мовою, мисленням, світоглядом. Сучасні дослідники вважають, що метафора розкриває механізми мови і мислення людини, виявляє особливості її світогляду і водночас визначає спосіб сприйняття світу.

Історія вивчення метафори почалася в античні часи і продовжується дотепер. Ключовим напрямком досліджень упродовж тривалого часу була концепція Аристотеля, згідно з якою метафору трактували як згорнуте порівняння. Сучасні теорії метафори репрезентують значно глибше розуміння цього явища (А. Річардс, М. Блек, Д. Девідсон, Дж. Сьорль, П. Рікер та ін.). Цілісне уявлення про метафору як мовний, когнітивний і культурний феномен представляє засаднича в когнітивістиці теорія концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона. За цією теорією, метафора – це не просто поетична фігура, призначена прикрашати мову. Це засіб мислення і пізнання світу.

Теорія концептуальної метафори набула широкої популярної в різних країнах. В українській лінгвістиці вона знайшла різноаспектний розвиток у дослідженнях С. Жаботинської, О. Селівано-

вої, А. Кравець та ін. За словами А. Кравець: «У процесі пізнання світу і творення нової художньої дійсності людина використовує концептуальні метафори, які є своєрідними матрицями національного світогляду і визначають основні напрями руху думки» [3, с. 67]. Дослідниця вважає, що концептуальні метафори є основою художньої творчості, звертаючись до цих мовних форм, митці наповнюють їх іншим змістом та створюють нову художню реальність [3, с. 68].

Метафора є важливим конструктивним елементом художнього світу М. Дочинця – сучасного українського закарпатського письменника, лауреата Національної премії України імені Тараса Шевченка 2014 р. Дослідниця творчості митця О. Іщенко підкреслює: «У своїх романах М. Дочинець майстерно відтворює красу закарпатської природи. Його проза рясніє пейзажними замальовками гір, річок, лісів, луків тощо. Для письменника поняття «краса людини» й «краса природи» – взаємозумовлені. Він часто порівнює персонажів із природними явищами, щоб підкреслити фізичну досконалість і винятковість своїх героїв» [2, с. 57]. Для цього автор використовує різні образні засоби, зокрема соковиті епітети, розгорнуті порівняння, точні метонімії, але чільне місце серед них належить метафорі.

Роман «Діти папороті» розповідає про війну на сході України, кохання, радість творчості і відданість науці, про красу і мудрість природи. Як і попередні твори автора, він пройнятий любов'ю до рідного Закарпаття і повагою до мудрих краян. Так, образ Мукачева творить розлогий асоціативний метафорично-метонімічний ряд: *місто-загадка; місто-фортеця, яка не здається навіть собі; місто – каземат духу і обитель духовних подвигів; місто з купажним ароматом мов, говірок, звичаїв, фітлів* [1, с. 13] тощо. Село в горах автор називає *карпатською Елладою* [1, с. 30], а його мешканців – *дітьми папороті* [1, с. 30].

Природа у романі представлена образами саду: Сад обступив мене, мовчазний, але не чужий. Живий сад [1, с. 22], лісу: Ліс – страшна сила. Якщо не заважати, то він рушить у наступ на вільний простір і скоро візьме його в зелений полон [1, с. 25], різних дерев, наприклад, дуба: зелений вартовий мого двору [1, с. 52], птахів: Птахи якраз затягли свою вечірню месу [1, с. 113] тощо. У творенні образів природи переважає антропоморфна метафора: Високий день засинає стоячи в спекотному мареві достиглої тиші [1, с. 62], Земля дихала [1, с. 113]. Це, з одного боку, виявляє тяглість української традиції, закоріненої в фольклорі, а з другого – акцентує нерозривний зв'язок людини й природи: А поки що я слухав траву, а вона слухала землю. Тим-то ми й діти землі. І діти трави [1, с. 145]. Думка про невіддільність людини від природи неодноразово звучить у романі.

Зв'язок людини й природи виявляється також у мові, як випливає зі слів Олиді – однієї з героїнь роману: Для нашої первинної, ще трипільської, мови властиве строге чергування приголосних і голосних. Тоді слово «слово» звучало як «со-ло-во». З ним пов'язане слово «соловей» – ім'я найспівучішого птаха. Тому «слов'яни» – це ті, що не просто володіють словом, вони володіють солов'їною мовою – солов'їни. Українці називають свою мову солов'їною, а соловей є одним із символів України [1, с. 196]. У метафоричній формі автор часто виражає думку про значення мови в житті соціуму, про красу і важливість слова: Це зернята тисячолітніх засівів неписемної творчості правічної Карпатії, просіяні на ситі часу й побуту [1, с. 116].

Отже, метафора є конструктивним елементом художнього тексту твору «Діти папороті» М. Дочинця. За допомогою цього мовного засобу митець реалізує ключові ідеї твору. Метафора також увиразнює художній текст, сприяє художній комунікації автора з читачем, дає змогу показати нові грані описуваного. Тобто метафора виконує в тексті естетичну, когнітивну, комунікативну та текстотвірну функції.

#### **Список використаних джерел**

1. Дочинець М. Діти папороті. Мукачево : Карпатська вежа, 2020. 328 с.
2. Іщенко О. А. Проза Мирослава Дочинця: проблематика і поетика : дис. ... док. філософії : 035 Філологія. Київ, 2020. 238 с.
3. Кравець Л. Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 416 с.

**Вікторія Крива,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Людмила Починок,  
кандидат філологічних наук, доцент*

#### **НАСТРОЕВО-ЕМОЦІЙНА ПАЛІТРА ПОЕЗІЙ У ПРОЗІ О. КОБИЛЯНСЬКОЇ**

*У статті аналізується психологізм поезій у прозі у контексті творчості О. Кобилянської. Виявлено багатогранну настроєво-емоційну палітру, яка занурює в ментальний простір авторки і глибокі переживання персонажів.*

**Ключові слова:** *поезія в прозі, оригінальні жанрові форми, психологізм, ментальний простір.*

О. Кобилянська осмислювала художню дійсність насамперед як модерна письменниця, тому для реалізації задумів з інструментарієм психологізму використовувала оригінальні жанрові форми. Прикладом такого жанру в її мистецькому доробку є поезії у прозі, що містять у собі низку зображально-виражальних засобів, розкривають сутність духовних послань і допомагають збудувати бачення авторської моделі світу. Це, зокрема, зауважує у своїй студії А. Гуляк: «Широка описовість у її творчості замінюється глибоким психологізмом, епіка поступається витонченому ліризму та сповідальним інтонаціям, реалістичні картини природно поєднуються з романтично забарвленими» [1, с. 12]. Дослідженню специфіки художньої поетики прози О. Кобилянської присвячені праці вітчизняних літературознавців та діаспори (О. Луцький, Л. Білецький, Н. Томашук, Ф. Погребенник, І. Демченко, Л. Поцинок, Я. Мельничук та ін.), попри те жанрові особливості поезій у прозі письменниці цілковито не висвітлені й потребують додаткових студій.

За визначенням літературознавчої енциклопедії, «поезія у прозі – короткий ліричний твір настроєвого характеру, наближений за формою тексту до прози і водночас за мелодикою, підвищеною емоційністю та ліричним сюжетом, навіть з фрагментами спорадичного римування – до поезії» [5, с. 231]. О. Кобилянська називала поезії в прозі «квітами душі» і «краплями крові», які народжувалися у різних станах душі письменниці і репрезентували її внутрішній світ. Особливістю цих замальовок є те, що вони вийшли з-під пера авторки у час спілкування з Осипом Маковеем. В автобіографії «Про себе саму» авторка зізнається: «Всі дрібні поезії в прозі – це каплі моєї крові. Вони повставали з хвилин, де я чула себе понижованою, скривдженою, несправедливо осуджуваною, одним словом... я плакала поезіями в прозі» [3, с. 220]. Поезії в прозі – це яскрава експресія у лаконічній формі, у якій переживання героїв постають у питаннях сутності буття і пошуку гармонії.

Натхненна твором Є. Якобсена, О. Кобилянська пише поезію в прозі «Рожі»: «Мені пригадалась новелка данця Якобсена «Тут повинні би рожі стояти». Ніколи не читала чогось поетичнішого» [4, с. 233]. У цій символічній студії розкривається мотив перенесення жінки в чужий час і простір. У листі до О. Маковея 6 травня 1898 р. Ольга розповідає деталі створення: «Се я одного вчора в пальмову неділю написала, вони одного тону... Се справді річ настрою... Може, я знов щось подібне напишу...» [4, с. 320]. Уся мініатюра наскрізь пронизана душевними переживаннями, що в цілому захоплює своєю довершеністю і глибиною.

Невечерним джерелом ідей для О. Кобилянської завжди була природа. Подорож у Наддніпрянщину до Лесі Українки стала поштовхом до написання етюду «Там зізвіди пробивались». Вражена краєвидами, вона створює оду природі, де відбувається зіт-



кнення різних стихій – з одного боку широкий степ, а з іншого – глибока річка. Тут психологізм розкривається завдяки контрастним деталям, які роблять твір насиченим і «живим». Усі образи мають власне життя, віддзеркалюють красу природи, її барви і динаміку.

Мініатюра «Мої лілеї» ще раз підтверджує лаконізм й образність художнього мислення авторки, її вміння надавати словам музикальності, а образам – глибокого психологізму. Сумний наратив у «Моїх лілеях» письменниці пояснює у щоденниковому записі: «Ви, добрі люди, коли будете все це читати, не думайте про мене погано – що мої думки і почуття сповнені вічним сумом. Чи я тому винна? Коли б ви могли заглянути у моє серце... Чому я не маю спокою? Чому мене оминає веселе буття людське? Моя туга ніколи не втихомириться, я страждаю, як романтики страждають» [4, с. 235].

Поезія в прозі «В долах» розкриває сутність особистості на прикладі нездоланності дерева. Авторка доводить думку, що бути індивідуальністю і вирізатися – це право кожного, але боротьба за це право буває не раз драматичною. О. Кобилянська також все життя доводила, що жінка – рівноправна людина зі своїми талантами і вміннями. Тож цілком логічно, що питання свободи і самоідентифікації займає важливе місце у творчості.

Поезія в прозі вдало відображає внутрішні процеси, які відбуваються в душі людини під час кардинальних змін у її житті. Зміщення акцентів до антропоцентризму зумовило інтерес до внутрішніх переживань особистості, проблеми закинутості в середовищі, у якому не може знайти себе. У листі до Ф. Ржегоржа від 17 січня 1898 р. О. Кобилянська писала: «Держуся засади, що артист повинен описувати «вибрану» дійсність і ніколи не забувати, що всякий артизм любить зніжнення, тонкість і делікатність – ідеться про тактовність осягнення найпотаємнішого в особі – приватної, інтимної сфери – основи ества, адже гармонія з собою через розділеність почуття, певність потреби, не зайвості є насправді особистісним стрижнем» [4, с. 315].

Отже, фрагментарна проза О. Кобилянської відзначається абсолютною інтимністю – особливим ліризмом, сповідальним характером і найвищим ступенем саморефлексії. Мініатюри для письменниці були віддзеркаленням душі: «Я годувалася власними мріями... став мені світ душі тереном моїх студій і уваг» [4, с. 167]. Аналізуючи малу прозу О. Кобилянської, бачимо, як завдяки детальному опису внутрішнього світу героїв і яскравому емоційно-настрійовому забарвленню досягається психологізація її творів. Авторка не лише розкриває свій внутрішній світ, але й вносить помітний вклад у поглиблення психологізму в українській і світовій літературі.

### Список використаних джерел

1. Гуляк А., Науменко Н. Концепт сповідальності у малій прозі О. Кобилянської. Чернівці : Типограф, 2007. 16 с.
2. Кобилянська О. Твори в двох томах. Київ : Дніпро, 1988. Т. 1. 541 с.
3. Кобилянська О. Про себе саму (Автобіографія в листах до проф. д-ра С. Смаль-Стоцького). *Кобилянська О. Твори, у 5 т.* Київ : Держлітвидав України, 1963. Т. 5. С. 206–223.
4. Кобилянська О. Слова зворушеного серця: Щоденники; Автобіографії; Листи; Статті та спогади / упоряд., передм. Ф. П. Погребенника. Київ : Дніпро, 1982. 359 с.
5. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : Академія, 2007. Т. 2. 624 с.

**Лія Куцевол,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
факультет соціально-гуманітарних технологій  
та менеджменту,  
Державний податковий університет*  
Науковий керівник: **Тетяна Сукаленко,**  
доктор філологічних наук, професор

### **ПРОБЛЕМИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

*У дослідженні йдеться про питання культури мовлення в засобах масової комунікації. Висвітлено механізми формування культури мовлення з огляду на стан літературної мови народу. Тексти ЗМІ позиціонуємо як найдоступніший інструмент впливу на масову аудиторію, що здатний формувати світогляд, систему цінностей, а відтак і культуру мовлення.*

**Ключові слова:** культура мовлення, мова ЗМІ, мовленнєвий етикет, літературна мова, мовні норми.

Проблема культури мовлення є однією із суперечливих і не до кінця вивчених питань лінгвістики. Адже про співвідношення понять «культура мовлення» говорять по-різному: одні вчені вважають, що мова належить культурі як частина цілого, інші – що мова є лише формою вираження культури, треті – що мова не є ні формою, ні елементом культури. Розглянемо поняття «мови» та «культури» як два окремих функційних аспекти в житті суспільства.

Мета розвідки – з'ясувати основні проблеми культури мовлення в засобах масової комунікації.

Проблеми культури мовлення засобів масової інформації стали предметом зацікавлення О. Сербенської, Н. Бабич, О. Білецької, С. Богдан та ін.

Становище людини у світі та її ставлення до нього залежить від різних соціальних чинників, передусім від культури. Однак у кожному історичному епоху формуються різні культури. Взаємодія та взаємопроникнення культур є природною особливістю життєвої ситуації людей, їхнього світогляду та сприйняття світу. Коли ми говоримо про культуру, то повинні розглядати не лише витвори мистецтва, а й усю сукупність духовних та матеріальних цінностей та засобів їх створення. Культура мови – рівень володіння усною та писемною літературною мовою, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування [1]. Це й загальноприйнятий мовленнєвий етикет: вітання, прощання, побажання, запрошення тощо. Вони змінюються залежно від ситуації спілкування, від соціального стану, освітнього, вікового рівня комунікантів. Культура мовлення залежить від стилю його застосування. Головні завдання культури мовлення – правильне сприйняття, розташування слів, засвоєння та стабільне використання літературних норм у вживанні, граматичному оформленні мови [4]. Пріоритетним завданням кожного журналіста є створення якісного друкованого чи усного тексту. Саме тексти ЗМІ є найбільш доступними для масової аудиторії, вони здатні впливати, формувати світогляд, змінювати думку читача [2, с. 42].

Останнім часом усе більше уваги журналісти приділяють проблемі культури мовлення в мас-медіа. Традиційно у процесі підготовки матеріалу до друку одним із важливих завдань видання є упорядкування тексту відповідно до мовних норм сучасної української мови, усунення мовних помилок. Кожен медіатекст повинен бути синтаксично адекватним, тобто об'єктивно відтворювати дійсність, мати правильну думку висловлення, позицію, а також мати інформативну цінність для своєї аудиторії.

Під час підготовки тексту до публікації майстерність журналіста виявляється у вмінні відрізнити навмисне відхилення від норми від ненавмисного. До ненавмисного відхилення від норми автори вдаються з метою підвищення виразності й зображальності тексту. Ненавмисні відхилення, навпаки, знижують ефективність процесу [3, с. 5].

Отже, проблема культури мовлення в ЗМІ є надзвичайно актуальною в контексті підготовчих процесів до написання тексту, врахування його специфіки, редагування та написання.

### **Список використаних джерел**

1. Єрмоленко С.Я. Культура мови. *Українська мова* : енциклопедія / НАН України, Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні, Інститут української мови ; ред. В.М. Русанівський [та ін.]. Київ : Українська енциклопедія, 2000. 820 с.

2. Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура : Лекції. Черкаси, 2006. 195 с.
3. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови: підручник. Тернопіль : Навчальна книга. Богдан, 2000. 248 с.
4. Шкуратяна Н.Г., Шевчук С.В. Сучасна українська літературна мова : навч. посібник. Київ : Літера, 2000. 668 с.

**Юлія Кучерява,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка,*

*Науковий керівник: Людмила Марчук,  
доктор філологічних наук, професор*

### **ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ ЖІНОЧІЙ ПРОЗІ**

*Роботу присвячено дослідженню сукупності мовних засобів вираження градаційних ознак як певних проявів модальності.*

**Ключові слова:** *модальність, експресивність, градація, частковий повтор, висловлення.*

Суб'єктивна модальність це вираження ставлення особи мовця до висловлювання: впевненість/непевненість, згода/незгода експресивна оцінка тощо. Вона є факультативною ознакою висловлювання та її семантичний об'єм ширший від семантичного об'єму об'єктивної модальності. Мовними засобами цього виду модальності є порядок слів, інтонація, лексичні повтори, модальні слова і дієслова, вигуки, вставні слова і словосполучення, вставні речення, порядок слів у реченні. До цього ж виду відносимо градацію як один із видів часткового повтору. «*На сонці виблискувала його **асфальто-сіра шерсть, найтемніша серед братів. Колір її помітно густішав ближче до середньої лінії спини і носа***» [1, с. 128].

Градація у перекладі з латини /gradatio/ – це поступове підвищення, посилення чогось, яке в тексті може передаватися як підвищення, так і спад логічного й емоційного. Напр.: «*Ще не так давно це виглядало як **хаотичний хор, спалах какофонії звуків, пробна оркестрова розминка перед концертом, але віднедавна почало нагадувати згуртований спів зграї***» [1, с. 135] (висхідна градація). Пор.: «*Глибинна **потужна неприйнятність** найближчих братів по крові завжди дивувала мене. Вовки й собаки були **більшими ворогами, ніж** вовки й лисиці чи*

вовки та ведмеді. Вовки **відверто зневажали** приручених людинною колишніх братів, а ті, зачувши вовка, **захлиналися гавкотом**, попереджаючи людину: вороги йдуть! Хоча і одні, і другі належали до **родини псових**» [1, с. 135] (спадна градація, спад емоційної оцінки).

Створюючи збалансованість, утворюємо логічно рівне, нульовий ступінь, від якого можливе творення градаційної ознаки.

Вербальна комунікація не вільна від мотивів, потреб та емоцій її суб'єктів – можливі ситуації, в яких емоційно-вольові параметри сприйняття й узагальнення можуть співпадати. Виникають нові конфігурації градації, які вказують нам на збільшення або зменшення позитивної чи негативної енергії.

Отже, емоційне значення градаційної лексеми увиразнено системою семантичних відношень між мовними одиницями градаційного висловлення, яке репрезентує свою функціональну рухливість. Тобто, як реальну лексико-семантичну одиницю, слово зі значенням градації подано у всіх виявах і зв'язках, а, як одиницю функціональну, схарактеризовано суб'єктивно невичерпними можливостями власної віртуальної реалізації в живому мовленні, що є запорукою розвитку системи української мови. Напр.: «Комплекс переслідування у вовків **сильніший за** ситість, байдужість до об'єкта переслідування та навіть безперспективність наздогнати, адже вовк є **найшвидкіснішим** звіром» [1, с. 140].

Таким чином, проблема зв'язку емоційного, або афективного аспекту з раціональним цікавила мовознавців ще з часів Аристотеля та з XIX століття від У. Джеймса. Двокомпонентна структура емоцій підкреслена в багатьох концепціях, у тому числі і психологічних. Окремі психологи вказують, що належність до тієї чи іншої культури приводить через соціалізацію до нормативних моделей у мисленні, емоціях і поведінці, викликаючи певні види модальності в тексті.

### Список використаних джерел

1. Вдовиченко Г. Тамдевін. Вовчі історії замку Гербуртів. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2015. 315 с.

**Дар'я Левченко,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **СИНТАКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ В. ЛИСА**

*У статті здійснено комплексний аналіз синтаксичних одиниць у романах В. Лиса «Соло для Соломії», «І прибуде суддя», «Обітниця», простежено регулярність їх ужитку.*

**Ключові слова:** багатоконпонентні синтаксичні конструкції, безсполучникові складні речення, вставлені конструкції, вставні конструкції, головні члени речення, звертання, однорідні члени речення, синтаксис, складнопідрядні речення, складносурядні речення, уточнювальні члени речення, художній дискурс.

Дослідження наукових розвідок, присвячених аналізу синтаксичного мовного рівня у творчій спадщині митців, засвідчило, що він неодноразово втрапляв у поле зору лінгвістів. Синтаксис як стильову домінанту митців аналізували І. О. Аксьонова, Т. П. Беценко, Ю. С. Богачук, А. В. Голоюх, І. М. Гольтер та ін. Зазвичай вони зосереджували увагу на конкретних складниках (вставних, вставлених й уточнювальних компонентах, парцельованих конструкціях, односкладних, складносурядних, складнопідрядних і безсполучникових реченнях), утім, комплексного дослідження синтаксису (від членів речення до багатоконпонентних синтаксичних конструкцій) у художньому дискурсі того чи того письменника, зокрема Володимира Лиса, сьогодні немає, що й зумовлює актуальність нашої розвідки.

Опрацювання простих речень у романах В. Лиса «І прибуде суддя» [1], «Обітниця» [2], «Соло для Соломії» [3] дає підстави зауважити щодо: 1) способів вираження головних членів речення. Дослідження художнього дискурсу Володимира Лиса засвідчило, що підмети найчастіше виражаються іменниками у формі називного відмінка однини та займенниковими іменниками. Творчий доробок Володимира Лиса характеризується таким найчастотнішим репрезентантом вираження присудків, як прості дієслівні присудки, ужиті у формі дійсного способу минулого та теперішнього часу однини (у романах «Соло для Соломії», «І прибуде суддя»; натомість в «Обітниці» прості дієслівні присудки у формі дійсного способу теперішнього часу використані спорадично); 2) однорідних членів речення. Романи Володимира Лиса засвідчили, що найбільша регулярність ужитку належить однорідним присудкам. Другий щабель з огляду на частоту використання в романах

«Соло для Соломії», «І прибуде суддя» посідають однорідні підмети (в «Обітниці» вони використані спорадично) й додатки. Дещо рідше автор послуговується однорідними означеннями (в «Обітниці» ж вони взагалі вживані зрідка). Випадки використання однорідних обставин у романістиці Володимира Лиса поодинокі; 3) відокремлених та уточнювальних членів речення. Найбільшу частоту вжитку мають відокремлені узгоджені означення, виражені прикметниками, дієприкметниками й дієприкметниковими зворотами, спорадично – числівниками (натомість роман «Обітниця» характеризується трохи нижчою частотою їх використання). Трохи нижчу, але від того не менш вагому регулярність ужитку мають відокремлені додатки з маркером-приймником (*о*)крім, поширені приклади й обставини, виражені дієприслівниковими зворотами. На відміну від зазначених вище творів, у романі «Обітниця» частота використання відокремлених додатків, прикладок та обставин значно менша. Серед уточнювальних членів речення автор надає перевагу обставинам, які вказують на місце дії; 4) звертань, вставних і вставлених конструкцій. У романах «Соло для Соломії», «І прибуде суддя», «Обітниця» вжито величезну кількість звертань, зокрема при прямій мові, у формі кличного відмінка (вокатива), репрезентовані як чоловічим, так і жіночим родом. Із-поміж вставних найбільшу регулярність ужитку мають ті, що виражають оцінку мовленого. Досить значною є частота використання вставлених компонентів, які побудовані за структурною схемою простого речення й уносять додаткові інформативні відтінки. На противагу творам «Соло для Соломії», «І прибуде суддя», у романі «Обітниця» вставлені компоненти вживані рідше, а за своїм компонуванням є еквівалентами простих речень.

Проаналізовано складні речення в художньому дискурсі письменника. Із-поміж складносурядних конструкцій найбільша регулярність ужитку належить єднальним, зіставним і протиставним, натомість в «Обітниці» ці типи речень використані зрідка. Творчий доробок Володимира Лиса досить показово представлений палітрою складнопідрядних речень. Романи «Соло для Соломії», «І прибуде суддя» засвідчують найбільшу поширеність СПР із присубстантивно-атрибутивними й з'ясувальними, з-поміж обставинних – із підрядними частинами способу дії, часу, умови, мети, порівняльними, натомість у романі «Обітниця» автор рідше послуговується конструкціями з підрядними часу. Дослідження безсполучникових конструкцій у художньому дискурсі Володимира Лиса доводить, що з-поміж однофункціональних найбільшу частоту вжитку мають речення із семантико-синтаксичними відношеннями одночасності, натомість у романі «Обітниця» вони трапляються зрідка. Серед різнофункціональних БСР письменник найчастіше послуговується конструкціями зі з'ясувально-об'єктивними семантико-синтаксичними відношеннями. Дослідження

прозового доробку Володимира Лиса засвідчило, що серед багатокомпонентних синтаксичних конструкцій найбільшу поширеність мають речення зі сполучниковим зв'язком – сурядним на зовнішньому рівні членування й підрядним на внутрішньому.

Перспективи наукових пошуків убачаємо в дослідженні синтаксичної організації прозового тексту інших романів Володимира Лиса, що уможливить цілісне сприйняття синтаксичної системи як важливої компоненти ідентичності письменника.

### **Список використаних джерел**

1. Лис В.С. І прибуде суддя. Київ : КСД, 2018. 240 с.
2. Лис В.С. Обігниця. Київ : КСД, 2019. 348 с.
3. Лис В.С. Соло для Соломії. Київ : КСД, 2018. 368 с.

**Єлизавета Лисиця,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Зореслава Шевчук,**  
кандидат філологічних наук, старший викладач*

### **ЛОГОЕПІСТЕМНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИКИ СВІТУ**

*У статті з'ясовано суть поняття 'логоепістема' як базового поняття лінгвокультурології, виокремлено позиції дослідників щодо 'епістем' як знакового коду культури.*

**Ключові слова:** *епістема, логоепістема, культурний код, одиниця.*

За останні півтора десятиліття логоепістемі вивчалися з позиції акумуляції ними культурного знання на просторах казки (Ю. І. Кольцова, Н. В. Татарінова), поезії (А. І. Бондаренко) та прозового художнього дискурсу (Д. В. Майданюк), їх трансформаційні та текстоорганізуючі потенції у дискурсі медіа (А. Р. Габідулліна, Ю. В. Данелян та ін.), їх кореляції з онімним простором (Д. В. Майданюк, А. Ю. Устінов) та гендерними когнітивними моделями (М. А. Піцун) тощо.

Зазначимо, що достатньо широке висвітлення отримала логоепістематика зарубіжного комунікативного простору, у той час як логоепістемний простір інших лінгвокультур залишається дослідженим дотично.

Логоепістематика – це полікультурне та транскультурне явище, яке реалізується в комунікації в межах когнітивної дихотомії



«своє/чуже» та приймає форму мовленнєвої гри між адресатом та адресантом повідомлення. Суть цієї гри полягає у «діалозі між текстами» (концепція М. М. Бахтіна): текстом новим, що породжується «тут і зараз», і текстом прецедентним (термін Ю. М. Караулова) як культурно, гносеологічно та емоційно значущим елементом дискурсу, що відзначається надособистісним та узуальним характером.

Відтак під час комунікації адресат повідомлення з певних міркувань хоче закодувати частину «чужого» (того, що вже існує) у «своє» (нове) повідомлення, додати йому емоційності чи експресивності або ж свого роду «протестувати» адресанта на предмет наявності в нього достатнього рівня фонових культурних знань для декодування сенсу та прагматики повідомлення.

Сучасна термінологічна система лінгвокультурології знаходиться на етапі формування, про що свідчать численні спроби дослідників знайти найбільш точні найменування для ключових понять. Насамперед вимагає чіткого окреслення базова одиниця дослідження, яка б синтезувала елементи мови й культури та стала основою поняттєво-термінологічного апарату дисципліни. Зацікавлення вчених мовними категоріями, в яких закодовано культурно вагому інформацію, сприяв появі великої кількості нових термінопонять, зпоміж яких відносно новим є термін 'логоепістема'.

Логоепістема – це одиниця семіотичної системи опису та заволодіння мови знання, що зберігаються в одиниці мови; знак, що потребує осмислення на рівні мови (те, що означає) та на рівні культури (означуване) (В. Костомаров, Н. Бурвікова., Е. Верещакін). У порівнянні з концептом логоепістема – це мовне відображення закріпленого суспільною культурною пам'яттю сліду відображення дійсності у свідомості носіїв мови внаслідок опанування ними духовних цінностей вітчизняної та світової культури.

Під логоепістевою розуміємо різнорівневі лінгвокраїнознавчі цінні одиниці, знання (смысл) яких може виражатися в слові, наприклад, *Україна!*; *панщина*; *у словосполученні: маленька людина*; *герой нашого часу*; *в афоризмах: Язик до Києва доведе*.

Різнорівневність логоепістем відносять до мовної форми як способу представлення акумульованого логоепістевами знання. Саме ж знання як факт культури відносять до сфери смислів та значень. Логоепістема загалом є знаком, який вимагає осмислення на двох рівнях – на рівні мови та на рівні культури.

Мовознавці називають її різнорівневою одиницею і вважають, що акумульована логоепістевою культурна інформація може бути представлена не лише словом, а й будь-яким іншим знаком, відтворюваним у пам'яті, зокрема фразеологізмом, крилатим висловом, афоризмом, прислів'ям, приказкою, промовистим ім'ям, назвою, рядком із пісні, твору, штампом певної епохи, метафо-

рою, кліше тощо, створюючи невідповідність між номінацією терміна та його дефініцією.

Епістема – як базова одиниця – це основний шар думок, який пронизує текст повністю. Вона є основою думки, тим, що її скеровує і надає їй форму, посилює її чутливість до тих, а не тих проблем. Епістема розкривається через аналіз тексту і одночасно його пояснює. Ідеться тільки про те, щоб належно її розкрити [1, с. 437].

Б. Г. Скарга зауважує, що епістема надто часто становить серйозну інтерпретаційну проблему. Вона, як правило, не має компактної форми, залишається досить хиткою. Не уточненою у своїх елементах, і її інтерпретації можуть відрізнятись [2, с. 182-183].

Епістема, усвідомлена як код культури, вказує на гру анонімної уяви, яка з'являється поміж людей. Вона не є жодною формою пізнання або якимось типом раціональності, який би демонстрував дух цієї епохи, а є лише набором відношень, які існують між науками і які можна виявити на рівні дискурсу. Тобто епістема – це набір співвідношень між тим, що в дискурсі дозволене і що підлягає контролю і винятку, співвідношень між ірраціональністю та раціональністю, хибністю та істинністю, знаннями і наукою [1, с. 435].

Без пізнання епістемі наше розуміння епох та людей, що живуть у ній, було б неповноцінним. Знання її – це, на думку, Б.Скарги, необхідне доповнення до історичних пошуків, бо саме завдяки їй доходимо до людини, до того, що становить серцевину її думок та уявлень [2].

Перехрещення лінгвістичної, філософської та культурологічної площин потребує інтегрованих понять, щоб задовольнили б потреби дослідників мови як найважливішого засобу людського спілкування на сучасному етапі зміни наукових парадигм. Потреба в появі багатоаспектних, різнорівневих, складних одиниць знання, які б відбивали як, власне, мовну специфіку, так і глибокі смисли комунікації як основи свідомості людини, пізнання та суспільного буття загалом, виникає у зв'язку з розширенням меж дослідження сутності мови, переходу від внутрішньо системного аналізу до вивчення мови у середовищі її функціонування, використання її носіями мови.

Логоепістемі – це особливі етноспецифічні одиниці – відголки культури в ідіолекті мовця. Процес їх сприйняття та декодування представниками інших культур може викликати труднощі. Незнання або нерозуміння логоепістемі у процесі діалогу культур перешкоджає адекватній інтерпретації інформації, закодованій у них та призводить до комунікативних невдач.

### **Список використаних джерел**

1. Єгорова О. І., Коломієць Д. В. *Логоепістемний простір американської лінгвокультури: тенеза та розвиток. Наукові записки. Серія: Філологі-*

чні науки. Кропивницький : Видавець Лисенко В.Ф. 2017. Випуск 153. С. 433–438.

2. Скарга Б. Межі історичності. Київ : Аквілон-Плюс, 2002. 224 с.
3. Цінько С. В. Медвідь Н. С. Терміносистема сучасних лінгвокультурологічних досліджень. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, 2021. Вип. 36. Т. 2. С. 147-152.

**Денис Лось,**

*здобувач магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Наталія Дяченко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНУ УКРАЇНСЬКУ МОВУ**

*У статті проаналізовано особливості впливу глобалізаційних процесів на сучасну українську мову.*

**Ключові слова:** глобалізація, глобалізм, мовна норма, перемикання кодів, полікодовість.

Наразі глобалізаційні процеси вивчають у різних галузях, передовсім таких, як культурологія, інформатика, політологія, соціологія, лінгвістика й інші. Науковим терміном глобалізація послугуємося під час досліджень динаміки розвитку сучасного світу.

Поза тим, що вплив глобалізаційних процесів на українську мову є її вагомою складовою, дослідженнями в цій царині займається нечисленне коло науковців. Цінними в цьому контексті є праці Б. Ажнюка, Ф. Бацевича, Л. Булаховського, С. Денисенко та ін.

У Словнику української мови у 20 томах лексема *глобалізація* зафіксована зі значенням «процес всесвітньої економічної, політичної і культурної інтеграції та уніфікації» [4, с. 625]. Отже, процес глобалізації розглядаємо як поширення інформаційних зв'язків, матеріалів, засобів та систем у світових масштабах. С. Денисенко запропонувала називати всі лінгвальні одиниці – слова, словосполучення, вирази, які пов'язані з цими процесами, – глобалізмами.

У працях Б. Ажнюка йдеться про те, що глобалізаційні процеси сприяють поширенню англіцизмів та піднесенню їхньої ролі в різних мовах. Залучення елементів з інших етномовних систем сприяє розвитку української мови, але водночас спричиняє розхитування мовних норм та системи загалом. На думку дослідника, кожна мова рухається в напрямку задоволення потреб того

народу, який нею послуговується. Вона перебуває в стані постійних змін, прагнучи залишатися «конкурентоспроможною».

Глобалізаційні процеси закріплюються в суспільстві в різних виявах. Як зазначив Б. Ажнюк, урізноманітнення мовних контактів відбулося на рівні полікодовості дискурсу, перемикування кодів та запозичень.

Полікодовість простежується в професійному мовленні журналістів. Насамперед вона реалізується в наявності значної кількості дво- або й тримовних газет і журналів. В Україні такою газетою є «Твоє місто». Редакція випустила часопис двома мовами: українською та англійською.

Процес перемикування кодів складний. Умовно його можна поділити на три етапи: 1) на першому етапі змішування кодів іншомовний елемент може залишатися в латиноалфавітній формі (коли йдеться про запозичення з англійської мови); 2) на другому транслітерується; 3) на третьому вже спостерігається адаптація до мовної системи: експлікація категорій множини, роду, відмінка. Завершальним етапом мовної адаптації є розвиток словотвірних ланцюжків.

Для позначення конкретних предметів використовують запозичене неадаптоване слово. Такі лексеми здебільшого називають товарні знаки, знаки обслуговування, фірми, музичні гурти, фестивалі, програми тощо.

Наявність у тексті елементів інших мов називають вкрапленням (за Л. Булаховським). Вкраплення з'являються внаслідок запозичення елементів з іноземних мов. Їхньою особливістю є збереження автентичної графіки, тобто відсутність транслітерації. У засобах масової інформації це явище представлене запозиченнями, оформленими латиноалфавітною графікою. Причиною появи таких запозичень є необхідність номінації нових предметів або явищ. З погляду глобалізації такі чужорідні елементи (наприклад, online, Facebook, Instagram, link, gmail, look, style, backstage та інші) виконують контактновстановлювальну функцію, адже завдяки їх використанню в читача складається враження належності до культури західного світу.

Появі глобалізмів передують, безумовно, процес глобалізації. Уплив останньої має як позитивні так і негативні наслідки. До переваг належать збагачення й прискорення інформаційних потоків, швидкий доступ до необхідної інформації. Натомість, недоліками включення глобалізмів у структуру лінгвального коду є розхитування й «забруднення» мовної системи, оскільки разом з такими змінами відбуваються й зрушення в мовній свідомості носіїв мови реципієнта.

Отже, глобалізаційні процеси впливають на сучасну українську мову як позитивно, так і негативно. З одного боку, наша мо-

ва отримала нові можливості для збагачення й подальшого розвитку, а з іншого – мовознавці застерігають, що полікодовість дискурсу, перемикання кодів, а особливо їх змішування, розхитує мовну норму, знижує поріг чутливості до її порушень, дестабілізує мовне життя.

### **Список використаних джерел**

1. Ажнюк Б.М. Екологія мови і мовна політика в сучасному світі. Київ, 2012.
2. Ажнюк Б.М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації. *Мовознавство*. 2001. №3. С.48–54.
3. Бацевич Ф.С. Філософія мови. Історія лінгвофілософських учень. Київ : Видавництво «Академія», 2008.
4. Словник української мови у 20 т. Том 4. Д – Ж / наук. кер. проекту В.А. Широков. Київ : Наукова думка, 2013. 1010 с.

**Аліна Макарьська,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
Центр післядипломної освіти  
та дистанційного (заочного) навчання,  
Державний податковий університет*

*Науковий керівник: **Тетяна Сукаленко,**  
доктор філологічних наук, професор*

### **ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КАТЕГОРІЇ ГЕНДЕРУ В ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНИХ ЗМІ**

*У роботі здійснено аналіз гендерно маркованої лексики в заголовках сучасних ЗМІ. Увагу звернено на функціонування цієї лексики, її проблематику та актуальність використання у ЗМІ. З'ясовано, що гендерний баланс у медіа є обов'язковою умовою створення журналістського матеріалу.*

**Ключові слова:** *гендер, гендерний баланс, медіадискурс, заголовки.*

Одним із основних завдань журналістики є формування громадської думки. Журналістика виконує цю функцію демократичним шляхом, організовуючи на своїх сторінках обговорення важливих соціальних питань, надаючи можливість усім зацікавленим громадянам виступити з широким колом актуальних питань.

Мета розвідки – дослідити гендерно марковану лексику в заголовках сучасних ЗМІ. Окремі питання гендерно маркованих одиниць у ЗМІ були предметом зацікавлення таких дослідників: Н. М. Григорів, М. П. Дожук, О. В. Лісун, Я. В. Пузиренко, А. В. Советна, Л. О. Ставицька, Т. М. Сукаленко, О. В. Чуєшкова та ін.

Проблема актуалізації гендерних питань у медіадискурсі є недостатньо вивченою, проте має надзвичайний потенціал щодо

дослідження категорії гендеру як засобу відображення соціальних стереотипів.

Сучасні засоби масової комунікації є важливою ланкою в утвердженні, тиражуванні чи руйнуванні гендерних стереотипів, що є фундаментальними і пронизують кожен сферу людського існування. Тому на сьогодні важко протидіяти гендерній нерівності, але важливо усунути нинішні стереотипи щодо ролі жінки в суспільстві. Необхідним є створення умов для реалізації рівних прав, свобод та можливостей для осіб обох статей з боку державної політики. До того ж, роль ЗМІ у висвітленні гендерних питань останнім часом набула популярності серед тем науково-публіцистичних статей.

Поширеним явищем у більшості сучасних ЗМІ є стереотипне висвітлення соціальних ролей та образів жінок і чоловіків [3; 4]. Характери та інтереси осіб можуть бути різними. Журналісти часто використовують такі вислови: «слабка стать», «слабка половина людства», «сильна половина» тощо.

Жінки та чоловіки представлені в різних рубриках новин. Для жінок – рубрики про здоров'я, сім'ю та дітей, для чоловіків – про спорт, політику та економіку.

Поняття «гендер» (англ. – гендер, франц. – жанр) в перекладі з англійської мови означає «рід». Відсутність загально визнаної української термінології ускладнює наближення широкої громадськості до розуміння цієї теми.

Гендер тлумачать як соціально детерміновані відношення між біологічною статтю та соціальною поведінкою людини [1]. На думку АВ. Советної, О. В. Лісун, «гендерний чинник не може бути виключений із аналізу будь-якого дискурсу, але особливий інтерес для академічної спільноти становить сучасний медіадискурс, під яким розуміємо вербальний або невербальний, усний або письмовий текст у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками, виражений засобами масової інформації, узятий у подієвому аспекті, що бере участь у соціокультурній взаємодії і відбиває специфіку свідомості комунікантів» [2, с. 172].

Заголовки медіатекстів є гендерно орієнтованим типом дискурсу, який характеризується іміджево-рекламним та інформаційно-розважальним впливом. Роль заголовків посилюється, тому що великий обсяг інформації часто змушує індивіда вдаватися до відбору під час читання.

Гендерний баланс у медіа – це рівне представлення статей у журналістських матеріалах на рівні героїв/героїнь та експертів/експерток.

Можливості української мови дозволяють нам при згадуванні осіб жіночої статі вживати фемінітиви: *директорка, журналістка, лікарка, поетка, підприємця, соціологиня, філологиня* тощо. Фемінітиви покращують гендерний баланс у медіа через відпо-

відне маркування, котре до недавнього часу було всуціль чоловічого роду (т. зв. «андроцентризм»).

Для сприяння утвердженню гендерного балансу в ЗМІ важливо також ознайомитися з іншими категоріями та поняттями, що роблять мову ЗМІ гендерно нейтральною.

### **Список використаних джерел**

1. Гендер для медій / за ред. Марії Маєрчик (голова), Ольги Плахотнік, Галини Ярманової. Київ : Критика, 2013. С. 133–134.
2. Советна А.В., Лісун О.В. Гендерно марковані одиниці в заголовках жіночих та чоловічих журналів.. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2020. № 45. Том 1. С. 172–174.
3. Сукаленко Т.М. Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ. *Проблеми гуманітарних наук*: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія» / ред. кол. Марія Федурко (головний редактор) та ін. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Випуск 48. С. 174–183.
4. Сукаленко Т.М. Мовні одиниці у формуванні концепту «жінка» у сучасній українській лінгвокультурі. *Проблеми гуманітарних наук*: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія» / ред. кол. Марія Федурко (головний редактор) та ін. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Випуск 47. С. 199–205.

**Тетяна Мельничук,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Наталія Шеремета,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ МІСЯЦЬ У ПОВІСТІ «МІСЯЦЕВА ЗОЗУЛЬКА ІЗ ЛАСТІВ'ЯЧОГО ГНІЗДА» ВАЛЕРІЯ ШЕВЧУКА**

*Подано аналіз наукових публікацій та досліджень в галузі лінгвокультурології; виокремлено основні особливості вербалізації концепту МІСЯЦЬ в українській концептуальній картині світу на прикладі повісті «Місяцева зозулька із ластів'ячого гнізда» Валерія Шевчука.*

**Ключові слова:** *концепт, концептуальна картина світу, лінгвоконцептологія, концептуальна метафора.*

Поняття «концепт» постає головним об'єктом дослідження багатьох сучасних наук, як-от: когнітивна лінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія, лінгвоконцептологія.

Українські науковці розглядають поняття «концепт» різноаспектно, серед них В.В. Жайворонок, О.І. Потапенко, О.О. Селіванова, Ф.С. Бацевич та ін. У лінгвокультурології та лінгвоконцептології проблему виокремлення різного роду концептів у мовній картині світу українців висвітлювали у своїх працях В.І. Кононенко, К.В. Чубенко, В.В. Воробйов, В.І. Карасик, Т.А. Космеда тощо.

Т.А. Космеда та Н.В. Плотнікова визначають лінгвоконцептологію як «нову лінгвістичну галузь, спрямовану на детальний аналіз концептів різних типів та їхніх мовних репрезентацій» і виокремлюють два дослідницькі аспекти в межах лінгвістичної концептології: лінгвокогнітологічний і лінгвокультурогічний [2, с. 20]. Лінгвокультурний підхід до визначення поняття «концепт» полягає в тому, що воно є базовою одиницею культури народу.

Лінгвокультурний концепт є однією з основних категорій в лінгвістичному описі мовного відображення світу.

У свідомості людини відбувається взаємодія мови та культури. В українській концептуальній картині світу виокремлюємо чимало концептів, серед яких широко поширеними є й астральні міфоконцепти: місяць, зірки, небо, планета тощо.

Поняття «місяць» представлено у сучасних словниках як сукупність трьох основних значень:

1. Найближче до Землі небесне тіло, супутник Землі, що світить відображеним сонячним світлом.
2. Супутник будь-якої планети.
3. Проміжок часу, протягом якого це небесне тіло обертається навколо Землі (від 28 до 31 доби) [3, с. 753].

На основі проведеного вільного асоціативного експерименту серед невеликої кількості респондентів (10 осіб) визначаємо такі вербальні компоненти концепту МІСЯЦЬ: іменники: небо (3), зірки (3), хмари (1), вечір (1), ніч (1), лунатизм (1); прикметники: блідий (1), ясний (1), прекрасний (1), довгий (1); прислівники: гарно (1), світло (1), привабливо (1); дієслово вити (2).

Найяскравіше мовне відображення концептів ми спостерігаємо у творах письменників. Валерій Шевчук у повісті «Місяцева зозулька із ластів'ячого гнізда» показує самотність людини, попри те, що навколо дівчини є багато людей.

Поява концептуальних метафор із компонентом місяць пов'язана із зоровими асоціаціями: змінами форми місяця від неповної (молодик) до повної (місяць), а також здатності «освітлювати» ніч.

Діапазон вербалізації концепту МІСЯЦЬ у згаданому вище творі є таким:

1. Прикметники: *круглий, плаский*, а також іменникова конструкція *обличчя дівчини* («Юлька була мала, ... а ще до того і з геометрично **круглим, пласким, як місяць, обличчям...**» [4]),



«... перше, що він побачив, – незнайому особу жіночої статі, що стриміла у вікні, розливши по підвіконню пишні груди, із **крулим, як місяць**, лицем...»[4]);

2. Кольорова семантика: *сірий, блідий* (відсутність кольору), *холодний перламутр, каламутний* («Вона звела на нього очі й облила **холодним перламутром**...» [4], «**Сірі** вуста майже не виділялися на обличчі, а очка були так само круглі, здивовані, **сірі**...», «лице її ... робилося байдуже, ніби то місяць **посірів**, та й сів на підвіконня відпочити» [4], «побачив мимолітне видіння, мале-ньке чудо у вікні: **блідого, сірого**, заснулого місяця ...», «...трохи **каламутний** і ніби **вкритий холодним перламутром**» [4];

4. Дієслова: «... може, цьому **посприяв** місяць, із яким у Шурки виникали відомо які асоціації: круглий пласький, що **не світив, а світився**...Шурка ж був такою людиною, на яку місяць **діяв** узагалі збудливо...» [4];

5. Мовне відображення місяця через частини тіла: «Шурці здавалося, що до нього протягуються **світляні руки**», «Шурка боявся й зав'язнути у цьому **сірому перламутрі очей**», «і обличчя в неї робиться теж **світляне**, вона блідо і ненадійно світить собою в ніч» [4];

7. Концептуальна метафора *місячне світло*: «Темінь його хвилювала, наливалася йому в груди, темінь його п'янила, **місячне світло** збуджувало,.. І їй смутно вже стає під **місячним світлом**» [4];

8. Фази місяця: «Юлька твердо вирішила влаштувати власне гніздо, але не могла придумати, щоб їй тут упорядити; знову настали місячні ночі, але місяць був ще **неповний, бо молодий**» [4].

Отже, через використання концепту МІСЯЦЬ Валерій Шевчук зображує психологічну суть головної героїні твору. При цьому автор використовує різні вербальні компоненти (мовні одиниці, порівняння, персоніфікацію тощо).

### Список використаних джерел

1. Кононенко В.І. Концепти українського дискурсу : монографія. Київ : Івано-Франківськ, 2004. 248 с. URL: <https://cutt.ly/zMKSe9A> (Дата звернення: 12.11.2022).
2. Космеда Т.А. Плотнікова Н.В. Лінгвоконцептологія: мікроконцептосфера СВЯТКИ в українському мовному просторі : монографія. Львів : ПАІС, 2010. 408 с.
3. Словник української мови: в 11 томах. 1973. Том 4. 753 с.
4. Шевчук В.О. «Місяцева зозулька із Ластів'ячого гнізда». URL: <https://cutt.ly/8MKScui> (Дата звернення: 10.11.2022).

**Анна Мироненко,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Миколаївський національний університет  
імені В.О. Сухомлинського  
Науковий керівник: **Світлана Каленюк,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ**

*У статті систематизовано та виокремлено стратегії розвитку рекламного середовища регіону. Висвітлено мовні особливості регіональної реклами.*

**Ключові слова:** реклама, закон України про рекламу, рекламний текст, лінгвістичні прийоми.

Рекламні повідомлення все більше охоплюють аудиторію, читачів і слухачів. Сьогодні компанії, фірми чи організації через постійне бажання будь-яким способом примножити свої статки часто забувають про те, що їхні рекламні звернення мають значний побічний ефект як на окрему людину, так і на певну аудиторію, зокрема дітей, пацієнтів.

Рекламні тексти, їх жанри та класифікація ставали предметом дослідження в наукових роботах українських (С. Блавацький, Л. Дядечко, А. Єлісеєва, В. Зірка, А. Ковалевська, Н. Коваленко, Н. Кутуза, Н. М'яснянкіна та ін.) і зарубіжних (А. Вішмаер, О. Дмитрієв, Н. Копейкіна, А. Коршунова, Ф. Маунтер, К. Хегедус, Б. Мюллер, І. Хантч, К. Шидо та ін.) лінгвістів.

Слово «реклама» латинського походження і спочатку мало таке значення, як «кричати» і «проголошувати». Згодом до нього додалися значення «відповідати», «вимагати».

Основні функції сучасної реклами: поширення інформації про товар (або послугу) з метою залучення покупців та підвищення популярності товару. У зв'язку з розвитком суспільства та економіки суть слова «реклама» змінилася і набуло нового значення. На сьогодні існує кілька визначень реклами, одне з яких звучить так: «Реклама – безособові форми комунікації, що здійснюються за допомогою платних засобів поширення інформації, з чітко визначеним джерелом фінансування». «Знеособлені форми комунікації» означають, що виробник пропонує свій продукт через проміжну ланку, наприклад засоби масової інформації.

Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів нагадує, що з 16 січня 2020 року набирають чинності норми законодавства щодо мови реклами.

Так, запрацював за правилами ст. 32 Закону про українську мову, згідно з якою мовою реклами в Україні є державна мова. Так, мова реклами на телебаченні та радіо є державною.

Діяльність регіональних органів державної влади в Україні у цій сфері знаходиться лише на початковому етапі свого становлення. Вибір стратегії розвитку рекламного середовища регіону має базуватися на таких принципах: системності, що передбачає стратегію єдиного комплексного підходу; складність, що вимагає вирішення всієї сукупності взаємопов'язаних і взаємозалежних проблем, а не окремих, у тому числі першочергових; інноваційна, яка передбачає перехід до інноваційної моделі розвитку економіки; ефективність, яка спрямована на створення відкритої ринкової економіки та сприятливого інвестиційного середовища; гуманність, що передбачає оцінку продукції рекламної індустрії суспільною мораллю та громадською цензурою; стійкість, яка полягає в підтримці програм розвитку, результати яких не ускладнюють поточний і майбутній економічний і соціальний розвиток; екологічність, тобто відповідність критеріям екологічної безпеки та сталості екологічного розвитку.

Існує об'єктивна необхідність розробки моделі регіональної реклами та механізмів її регулювання на засадах соціального партнерства та економічної доцільності для регіонів. Така модель має передбачати створення єдиної дозвільної системи за принципом спрощення примірних процедур.

У рекламному тексті основна роль належить лексиці, яка несе основне змістове навантаження. Загалом лексика реклами поділяється на три загальні групи: назви рекламних об'єктів; загальноприйнята лексика, необхідна для опису рекламованих об'єктів, лексика, переважно оцінна, експресивна тощо; мова управління рекламою – процес і засіб реклами.

Саме при створенні рекламного повідомлення необхідно врахувати не тільки загальні психофізіологічні особливості сприйняття тексту, а й особливості цільової аудиторії, якій адресована реклама.

Отже, можна констатувати, що відсутність цілісної системи державної політики у сфері реклами відображається у слабкості та неефективності механізму регулювання цієї сфери на регіональному рівні. Розвиток реклами як самостійної галузі рекламної індустрії в сегменті національної економіки потребує постійного вдосконалення законодавчої та нормотворчої діяльності, формування прогресивних та ефективних конструктивно-творчих організаційно-функціональних та нормативно-правових напрямків, моделей, технологій та алгоритмів регіонального та національного розвитку. Стратегія України в її орієнтації на найвищу інтеграцію в міжнародне законодавство про рекламу в останніх світових теоретичних і практичних базових прогнозах.

Щодо регіональних рекламних ринків України існує об'єктивна необхідність розробки моделі реклами та механізмів її регулювання на основі принципів соціального партнерства та економічної доцільності для регіону, яка має базуватися на стимулюванні

появи реклами агентства, що інформують суб'єктів господарювання про можливості рекламного ринку.

### Список використаних джерел

1. Баркова А. Реклама під ногами. *Сумщина*. 2015. № 46. 9 грудня. С. 13.
2. Бень М. До питання про роль реклами у сучасному суспільстві. *Зб. наук. пр. НАДУ*. Київ : Вид-во УАДУ, 2016. Вип. 12. С. 573-584.
3. Відтепер мова реклами – лише українська, хоча є й винятки. 16 січня 2020. URL: <https://cutt.ly/11JzUMh>
4. Карпенко Н.В. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2018. 278 с.
5. Роль і значення реклами в сучасному суспільстві. URL: <https://cutt.ly/v1JzZZ4>

**Анастасія Мироненко,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
факультет соціально-гуманітарних технологій та  
менеджменту, Державний податковий університет*

*Науковий керівник: **Тетяна Сукаленко,**  
доктор філологічних наук, професор*

### **МЕТАФОРА В МОВІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

*У роботі здійснено спробу висвітлити специфіку функціонування метафори у мові засобів масової інформації. Увагу звернено на можливості метафори посилювати семантику як окремих слів, так і окремих словосполучень чи речень. З'ясовано, що метафору активно використовують у матеріалах на політичні теми.*

**Ключові слова:** *метафора, інформаційний контент, мова ЗМІ, політичний дискурс, мовні маніпуляції.*

Засоби масової інформації стали одним із основних джерел інформування сучасного користувача медійного простору. Щодня вони несуть безліч інформаційного контенту, формуючи так званий «порядок денний» у житті людей, а також специфіку особистісного мовлення, даючи при цьому приклад, як правильно треба вживати те чи те слово, як взагалі потрібно правильно розмовляти й де доречно застосувати певні засоби мови. Часто в мові ЗМІ застосовують такі стилістичні засоби мови, які можна почути вперше від журналістів. Це ще раз підтверджує багатство української мови.

Дослідженням мови ЗМІ й застосування ними різноманітних засобів мовлення займалось багато вчених, зокрема А. Річардс, М. Блек, С. Ермоленко, А. Супрун, Я. Прихода, К. Булаховський, Т. Космеда, К. Серажим та інші.

Метою нашої розвідки є висвітлення поняття метафори й специфіки застосування її в мові засобів масової інформації.

Загалом поняття метафоризації є семантичним процесом, коли мовна одиниця (певне слово) набуває такого змісту, що один об'єкт мовлення набуває значення іншого об'єкту, це відбувається на їх відносній схожості під час подання інформації й розуміння нею мовцем [2, с. 334]. У когнітивних дослідженнях застосування метафори засобами масової інформації в медійній сфері є джерелом побудови нових гіпотез, яке показує її ментальним явищем і веде до категоризації та концептуалізації мислення, робить її своєрідним засобом для маніпулювання людською свідомістю [1, с. 42], допомагає пояснити досить суперечливі питання суспільно-політичного життя, проінформувати людей нестандартним чином та писати оригінальні тексти з метафоричними заголовками.

Метафора в ЗМІ може підсилювати значення певних слів, висловлювань. Активне її застосування притаманне матеріалам на політичні теми. Наприклад, часто можна спостерігати, як значення слова «політика» ототожнюють метафорично з «театром» («Надто тому, що ця політика час від часу нагадує театр Абсурду» («Націоналістичний портал». 24.09.2018)), а політиків, які безпосередньо є учасниками політичного процесу – з акторами («Надто тому, що ця політика час від часу нагадує театр Абсурду»). Яскравими зразками метафор у ЗМІ є воєнні метафори (*поле для політичного маневру ...Але уряд пішов на українське книговидання в атаку з іншого боку*), спортивні метафори (*президентська гонка, політичний футбол, Невтаємниченому у парламентські пристрасті спостерігачеві могло б здатися, що саме праві були основними гравцями «парламентського регбі»*), метафори зі сфери мистецтва (*хіт політичного сезону, російська політична драма*), транспортна метафора (*опинитися за бортом на виборах*) тощо. Використання таких видів метафор дозволяє підсилити значення слів, емоційно піднести інформування про події та мотивувати асоціативні міркування людей.

Завдяки такій грі слів, можна говорити про керування людською підсвідомістю й маніпулюванням поведінкою та ставленням людини до певної події чи особи. Кожен самостійно розтлумачує певну метафору залежно від життєвого досвіду й рівня обізнаності.

Отже, засоби масової інформації активно застосовують метафору як засіб підсилення виразності мови й дієвий інструмент збагачення мовлення. Особливо це простежується в політичній публіцистиці й у матеріалах, які змістовно пов'язані з соціально-політичною сферою людського життя.

### **Список використаних джерел**

1. Кравець Л.В. Метафора у лінгвофілософських теоріях ХХ століття. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 6. С. 42–45.
2. Українська мова. Енциклопедія. Київ: Укр. енцикл. ім. М.П. Бажана, 2000. 820 с.

**Марина Ничипорук,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ВІДАНТРОПОНІМНІ ПОЗИВНІ В ПОВІСТІ ВАСИЛЯ ШКЛЯРА «ЧОРНЕ СОНЦЕ»**

*Розвідку присвячено дослідженню позивних імен українських військовослужбовців, учасників російсько-української війни, зокрема акцентовано увагу на утворенні мілітарних псевдонімів від антропонімів.*

**Ключові слова:** антропонім, позивний, псевдонім.

Позивний є своєрідним різновидом прізвиськ. Майже кожне століття славиться сумними, переломними й буремними військовими подіями. Учасники бойових дій були змушені приховувати свої імена, тому й виникло таке поняття, як позивні. Позивні – це «невіддільний компонент військової особової номінації, який має давню традицію використання», «антропоніми порівняно вузької сфери вживання» [3, с. 342]. Ю.Копитко виділяє чотири групи позивних за мотивацією утворення: 1) номінація за ознакою «людина в суспільстві»: (за професією / видом занять / хобі; етнічно-національною належністю; статусом у суспільстві, званням, титулом; спорідненістю / стосунками між людьми); 2) номінація за характерними рисами носія: за рисами характеру; зовнішністю; кольорами; зброєю, військовою технікою; частинами тіла; знаряддями праці; відчислівникові псевдоніми; конотоніми на позначення акторів, співаків, знаменитостей; конотоніми на позначення відомих історичних постатей; конотоніми на позначення героїв кіно- та мультфільмів, фольклору й міфів; за моральними і політичними переконаннями; 3) номінація за ознакою «реалії навколишнього світу» (звірі, плазуни, комахи; птахи; флора; топоніми; риби; речовини, матеріали, суміші; явища природи; назви топографічних об'єктів); 4) відіменні номінації (назви осіб від прізвища; від імені; від по батькові; від власне особових імен / прізвиськ) [1, с. 15].

Сучасні письменники останнім часом дуже часто використовують у творах такий вид оніма, як позивний. Український автор, журналіст і політичний діяч лауреат багатьох літературних премій (Коронація слова, Золоте Перо, лауреат Шевченківської премії) Василь Шкляр дуже часто зображує в романах історичні події. Таким є його знаменитий твір «Чорне сонце» – подяка воїнам «Азову» за їхній символічний подарунок із російсько-української війни (2014). У цій повісті відзначаємо 125 позивних псевдонімів. Із-поміж зазначеної кількості понад чотири десятки – позивні,

утворені від антропонімів, зокрема від прізвищ, особових власних імен та іншомовних імен, прізвищ історичних осіб, літературних героїв, культурних діячів.

У повісті відзначаємо 17 відпрізвищевих позивних, причому для більшості з них у тексті навіть не названо справжнього прізвища носія: *Аксьон, Бонов, Буба, Гюрза, Єрмолей, Зоян, Кліма, Кузя, Ліс, Малеза, Муртень, Роло, Руна, Севас, Сліп, Тол, Чавур*: «...пішла перша чота першої сотні – *Змій, Джигун, Петюня, Молдаван, Босяк, Лисий, Редіс, Кліма, Ліс, пішли Тол, Мокрий, Картман, Рижий, Колізей, Солдат і Ліфтер...*» [2, с. 22]; «*Хома й Аксьон – друзи-нерозливвода та однокурсник Хоми Сократ*» [2, с. 25].

8 назв позивних утворено від особових власних імен їхніх носіїв: *Вітальо, Вовчик, Макс, Олежка, Петюня, Сидор, Хома, Ярик*: «...мене тут усі називають *Вовчиком*, я ще не встиг обрати собі позивний» [2, с. 6]; «*І стояли перед ним «мужики» це ті – вісімнадцятирічний Хома з Волині, дев'ятнадцятирічний ультрас Аксьон із Луганська...*» [2, с. 11].

Позивних, утворених від прізвищ історичних постатей, літературних героїв, культурних діячів, зафіксовано 10: *Байда, Гонта, Гризло, Кривоніс, Ленін, Моцарт, Нечай, Палій, Сократ, Шухевич*: «...повів нашу чоту *двадцятирічний Гризло з декалогом націоналіста під броником...*» [2, с. 22]; «...це не хто інший, як наш балакучий донецчанин *Ленін*, з такою ж куценькою борідкою, як у того більшовицького негідника...» [2, с. 22].

В основі 8 позивних – західноєвропейські імена *Біл, Боб, Борман, Гал, Картман, Кельт, Мілан, Піт*: «*У нас є свій Біл, харків'янин*» [2, с. 52]; «...поруч із ними – *чистокровний Кельт і Метро*, який упивався боем, як медом, пішов з найдовшою бородою *Буба...*» [2, с. 22]; «...це йшли *Гал, Хімік, Ковбой, Сокира, ішли Бендер, Ярик, Глядач, Руна, ішли Піт, Борода, Муха, Леший, Бонов...*» [2, с. 22].

Отже, проаналізувавши позивні в повісті Василя Шкляра «Чорне сонце», утворені від прізвищ або власних особових імен, зокрема й іншомовних, можемо зробити висновок, що, на відміну від прізвищ, псевдоніми не належать до спадкових найменувань. Воїни їх отримують від інших побратимів, незважаючи на те що корінь творення позивного – часто власне особове ім'я, яке видозмінене у зв'язку з конспірацією. Усі мілітарні псевдоніми у творі мають свої ознаки, лексико-семантичні особливості, а також функції.

### **Список використаних джерел**

1. Копитко Ю. Псевдонім як маркер взаємодії понять мова-війна (на матеріалі неофіційного іменника воїнів АТО). Львів, 2019. 109 с.
2. Шкляр В.М. Чорне сонце. Київ : Книжк. клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 304 с.

3. Шульська Н. Номінативна характеристика позивних імен бійців АТО, уживаних у мові ЗМІ. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство* / відп. ред. Т.П. Вільчинська. Тернопіль : Терноп. націон. педаг. ун-т імені В. Гнатюка, 2017. Вип. 1 (27). С. 342 – 347.

**Анастасія Нінадовська,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Зореслава Шевчук,  
кандидат філологічних наук, старший викладач*

### **РОЛЬ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ГУМАНІТАРНОЇ ПАРАДИГМИ ЗНАЇЬ**

*У статті з'ясовано роль лінгвокультурології в системі суміжних галузей, виокремлення ключових напрямів лінгвокультурології.*

**Ключові слова:** *культура, лінгвокультурологія, етнос, цінність, складник*

Мовна культура, як одна з констант формування етносу, є ключовою ознакою нації. Свого часу І. Огієнко писав: «Мова – це наша національна ознака, в мові – наша культура, ступінь нашої свідомості. Мова – це форма нашого життя, життя культурного й національного, це форма національного організування. Мова – душа кожної національності, її святощі, її найцінніший скарб... Звичайно, не сама по собі мова, а мова, як певний орган культури, традиції. В мові – наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання» [3, с. 102]. Отже, мова – не лише самоорганізована система мовних одиниць, а національний мовний організм, що розвивається, взаємодіючи з різними сторонами життя культурної спільноти.

Ключем до розуміння культурних цінностей народу крізь призму мовленнєвих моделей художніх творів стають лінгвокультурологічні дослідження. Їхнім філософсько-методологічним підґрунтям є теоретичні положення вчених про зв'язок мови і культури, концепції антропологічної парадигми в сучасній лінгвістиці та міждисциплінарних лінгвістичних напрямках, зокрема лінгвокультурології як самостійної галузі дослідження.

Ідеї вивчення культури крізь призму мови (В. фон Гумбольдта, О. Потєбні, Е. Сєпіра, Б. Лі Уорфа) були покладені в основу нової галузі лінгвістики, яка сформувалася наприкінці



XX ст. на межі лінгвістики та культурології. У дефініції поняття 'лінгвокультурологія' акцентовано увагу на синтезуювальному характері науки, яка дає змогу вивчати взаємодію культури й мови в процесі їхнього функціонування, досліджувати вияви культури народу, зафіксовані в мові. Терміном «лінгвокультурологія» послуговуються відомі лінгвісти (Ф. Бацевич, П. Гриценко, В. Жайворонко, В. Кононенко, М. Кочерган, Н. Сологуб та ін.) та вносять свої корективи у його визначення.

Вважають, що лінгвокультурологія виникла в останній чверті XX століття як продукт антропологічної парадигми в лінгвістиці. Широку популярність отримали твердження про те, що «різні мови за своєю суттю, за своїм впливом на пізнання і почуття є в дійсності різними світоглядами», і що «своєрідність мови впливає на сутність нації, тому ґрунтовне вивчення мови повинно включати все, що історія і філософія пов'язують із внутрішнім світом людини» [1, с. 57]. Новизна такого підходу була в тому, що за різними мовними формами В. фон Гумбольдт бачив різницю в способах мислення і сприйнятті дійсності і зробив висновок про те, що в мові втілюється своєрідність культури.

У середині XX століття в США виник ще один напрям дослідження «людина в мові»: Д.Хаймз розробив теоретичні і методологічні основи лінгвістичної антропології – «вивчення мови і мовлення» в контексті антропології [1, с. 58]. Науковець стверджував, що «завдання лінгвістики – збагачувати знання про мову з позиції мови, тоді як завдання антропології – збагачувати знання про мову з позиції людини» [2, с. 112].

Визначальними у дефініції 'лінгвокультурологія' є поняття 'мова' та 'культура', які відповідно розглядають як систему репрезентацій культурних цінностей, що відображає їх мовну та позамовну семантику, та як спосіб репрезентації дійсності. Взаємозв'язок мови та культури вивчається і в інших суміжних галузях досліджень, зокрема етнолінгвістиці, лінгвокраїнознавстві тощо. Тому розвідки вчених характеризуються суперечливими поглядами щодо місця лінгвокультурології у парадигмі лінгвістичних наук.

Лінгвокультурологія ґрунтується на науковому потенціалі різних лінгвістичних галузей, проте має певні відмінні від них риси. Так, з огляду на суть етнолінгвістики, лінгвокультурологія також спрямована на аналіз етносвідомості, але під кутом зору культурно значущих відбитків у мові знань і пізнавальних процесів (не лише певного етносу, а й цивілізації загалом). На відміну від лінгвокраїнознавства, лінгвокультурологія орієнтована на створення цілісної картини культурного впливу на мову з огляду на глибинні семантичні рівні культурної репрезентації. Дослідники виокремлюють такі напрями сучасної лінгвокультурології: 1) фразеологічно орієнтований, що вивчає культурно маркований зміст фразеологічних одиниць різних мов; 2) концептологічний, представ-

лений описом наявних у відповідній культурі концептів на текстовому матеріалі різних сфер спілкування, встановленням культурних домінант різних етносів; 3) лексикографічний, що має прикладну спрямованість на укладання різних словників, які несуть культурну інформацію; 4) лінгводидактичний, орієнтований на методику викладання мови як іноземної під кутом зору культурних розбіжностей носіїв різних мов; 5) етнопсихологічний, спрямований на вияв авто- і гетеро стереотипів різних народів під впливом їхніх культур [4, с. 303-304 ].

Отже, виникнення лінгвокультурології – закономірних результат розвитку філософської і лінгвістичної теорії XIX – XX століття. Аналіз основних підходів до виокремлення лінгвокультурології демонструє, що, з одного боку, дослідження культурного складника в мові є закономірним результатом розвитку мовознавства . Зацікавлення багатьох учених лінгвокультурологією свідчить про її перспективність. З іншого боку, теоретико-методологічна база цієї науки сьогодні знаходиться на стадії внормування. Загальноприйнятим щодо лінгвокультурології є визначення лінгвокультурологічного дослідження в аспекті вивчення мови в нерозривній єдності з культурою.

#### **Список використаних джерел**

1. Крижановська Т.Б. Лінгвокультурологічний аспект концепту мудрості в українській мові. *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. праць. Харків, 2005. Вип. 17. С. 57-61.
2. Левченко О. Лінгвокультурологія та її термінна система. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. 2003. № 490. С. 105-113.
3. Огієнко І. Українська культура. Київ, 1991. 272 с.
4. Рибачок С.М. Культурологічні аспекти терміновикористання. *Мова і культура*: наукове видання. Київ : Видавничий Дім Бмитра Бураго, 2002. Т. 2. Ч. 2. Вип. 5. С. 97-100.

**Роман Олексійчук,**

*здобувач магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: **Жанна Горіна,**  
кандидат педагогічних наук, доцент*

#### **INSTAGRAM-БЛОГ ЯК ЖАНР МЕРЕЖЕВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

*Автор досліджує феномен віртуальної літератури на прикладі такого популярного жанру діалогової комунікації як мережевий щоденник Instagram-блогу. Розглянуті засоби віртуальної самопрезентації української Instagram-блогерки, письменниці Олени Рижко.*

**Ключові слова:** віртуальна література, мережевий щоденник, блог.

Сьогодні масовий читач фактично перейшов у віртуальний простір, який виявився зручним й загальнодоступним ресурсом для користування як оцифрованими художніми текстами, що спочатку були видані поліграфічним шляхом, а згодом викладені в Інтернет (напр., сайти ukrlib.com.ua, md-eksperiment.org), так і витворами віртуальної літератури, безпосередньо створюваними за допомогою комп'ютерних технологій, що «можуть існувати виключно в мережевому форматі: це блоги, відеопроєкти, особливості яких є візуалізація та наявність гіперпосилань. Такі тексти складно перенести на папір, оскільки зникає інтерактивність, яка полегшує їх розуміння» [2, с. 76]. Ці тексти, створені в мережі і повністю від неї залежні, в науковому обігу отримали назву «мережева / інтернет / віртуальна / гіпертекстова / інтерактивна література (Ю. Завадський, Л. Дербеньова, А. Кісельова, Н. Кетрін Хейлс, В. Маркова, Р. Семків, Т. Цепкало). Зокрема до цього жанру віртуальної літератури належить так званий «мережевий журнал або щоденник подій» – персональний блог. Відомо, що жанр публічних щоденників існує з давніх часів, однак мережевий щоденник досі не втрачає своєї популярності, адже більшість інтернет-користувачів надають перевагу оперативним й інтерактивним формам спілкування, зокрема блогам, а «особливістю блогосфери є не лише інформативна функція текстової частини, а й вплив на погляди, емоційно-чуттєвий світ адресата повідомлень», – доходять висновку дослідники віртуальної комунікації Ж. Горіна, М. Іскова, М. Одинець.

Для аналізу було обрано Instagram-блог української прозаїки, літературознавиці, членкині Національної спілки письменників України – Олени Миколаївни Рижко, кандидатки філологічних наук і докторки наук із соціальних комунікацій – це інформація офіційних джерел, А ось, як вона пише про себе:

– *«То хто ж я? Офіційно – доктор наук і викладач. Але коли приїжджаю до мамі і збираюсь, приміром, у ліс, то вона, зважаючи на моє вбрання, завжди лагідно величає "бомжиком"».*

– *«Є й особлива роль. Письменниця. Вона вистраждана й виборена. Був час, коли з огляду на обставини, я залишала письменство. На десятиліття. Мало це чи багато – не знаю. Знаю, що, відмовившись від покликання, втратила себе. І тільки тоді, коли знову взялася за писання – себе повернула. І пообіцяла собі дві речі: більше ніколи не відмовлятися від тексту і від власного прізвища».*

– *«Вічний підліток. Вік – це тільки цифра. Працюю зі старшими підлітками, залюбки з ними спілкуюся, часом граю в їхніх п'есах (є у нас чудова студентська театральна студія «Склянка*

води»), люблю читати й дивитися все, їм адресоване. Може, саме тому мені так комфортно в сегменті підліткової літератури?».

Як бачимо, такий доволі невимушений виклад інформації у вигляді самопрезентації дуже нагадує сторінки особистого щоденника, дозволяючи підписникам самим змоделювати віртуальний образ блогерки-письменниці, яка, до речі, головною темою своєї творчості вважає «взаємини в добу технологій», про що зокрема проголошує на своїй Instagram-сторінці від початку її створення : «Ось, приміром, у "Мишоловці" йдеться про переваги й пастки інету, нейронні мережі, розумні годинники, гейміфікацію новин, які стали тлом для розгортання драми, в основі якої засадничі цінності – любов, дружба, спілкування, задрість, зрада. Технології так всеохопно й легко увійшли в наше життя, що ми помічаємо власну залежність лише тоді, коли, приміром, у місті вирубається електрика».

Віртуальний діалог Олени Рижко з читачами зазвичай охоплює тематику, як:

– **розповідь про своє життя та життєвий досвід:** «Я народилася в селі й прожила там перших 17 років. У місті мешкаю вже 26. Тому мені не складно писати про героїв, які почувуються «переміщеними особами», бо сама була такою досить довго...»;

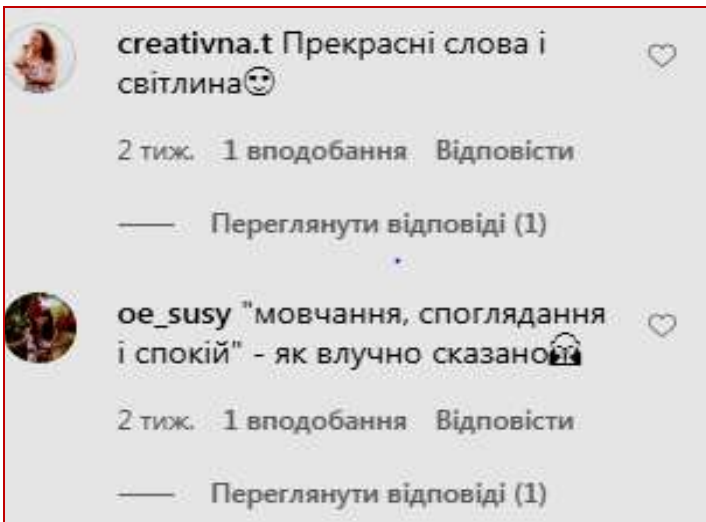
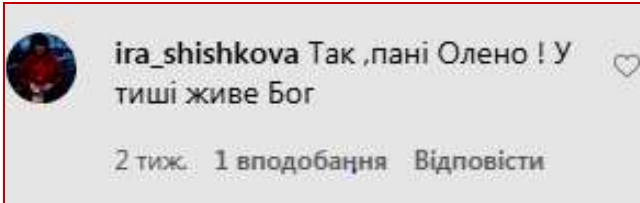
– **про «письменницькі фішки», які використовує при написанні творів:** «За допомогою дій героїв показую, що трапляється, коли робиш той чи той вибір. Тож вони – герої, (а з ними й читачі) мають обмірковувати, за наслідки яких своїх вчинків і зроблених виборів готові нести відповідальність. Крім того, намагаюся писати так, щоб кожен читач міг знайти в повістях щось важливе саме для нього: пригодницький чи романтичний експірієнс, орієнтири для власного життя, щось для розуму і для серця, або ж – просто паузу, можливість перепочити, «перезавантажитися». Але повчання... Ні! У жодному разі! Ні!»;

– **про літературні роздуми:** «Я обожнюю всі вияви магії постановки тексту. Всі його етапи. Від теми/ідеї/центрального конфлікту через схеми розгортання сюжету, виписування персонажів до смакування слів, стилю й редагування. Це розбирання на пазлики, змішування, вагання, вибір варіантів. Подобається, як усі ці інгредієнти киплять, булькаючи й розливаючи духмяний аромат у чарівнім казанку текстотворення 🍷»;

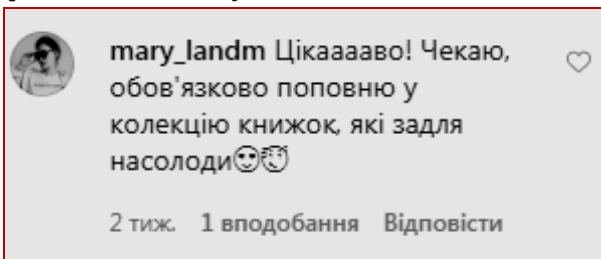
– **про свої уподобання:** «У мене лише дві пристрасті – тексти і квіти. Саме тому Макс із "Дівчини з міста" захоплюється садівництвом, а найважливіші розмови героїв "Ще однієї історії про..." відбуваються в домашній оранжереї. Зараз моя кімната нагадує оранжерею. І я радію цій красі, як умію. І ділюся нею з ва-

ми. Та все ж – сумую за квітами, що їх посадила, але цвітіння цього разу не побачу»;

– а також гру з читачами у рубриці «Можливості для тих, хто пише»: «Виберіть одну з добірок слів і напишіть пару абзаців, використавши їх усі. Але! Не можна вживати прислівників. Ну і має бути весело 😊».



А про наявність зворотного зв'язку свідчать схвальні відгуки, миттєві репости й уподобання, сприяючи залученню активних учасників мережевої спільноти до дискусії щодо обговорення нагальної проблеми або обміну цікавими ідеями:



Так само Олена Рижко активно використовує популярні паралінгвістичні елементи віртуального діалогу, зокрема емодзі, смайлики (👩, 😞😞😞, 🙄), вживає хештеги, які автоматично вводять повідомлення до єдиного реєстру структуривання інформації й пов'язують пропоноване зображення із певним ключовим словом або топіком, завдяки чому, як відомо, спрощується пошук потрібної інформації або світлини, як наприклад, хештеги: #дівчиназміста, #тижписьменник, #порадиписьменника тощо. Найчастіше гіперпосилання з активним хештегом #Repost, які письменниця час від часу розміщує на сторінці свого мережевого щоденника подій, стосуються читацьких відгуків щодо якості оформлення книг, ілюстративного матеріалу, обговорення перекладів українською мовою або змісту цікавих художніх творів, а також анонсів книжкових подій, проєктів, у яких сама письменниця бере активну участь ([@akademiapc](https://www.instagram.com/akademiapc)).

Отже, відсутність редакційної цензури, можливість стати віртуальним співавтором або візуалізувати чи вплинути на сюжет художнього твору (як, скажімо, фанфіки, комікси), можливість розповісти про свої враження іншим й отримати миттєву реакцію – все це робить інтернет-літературу привабливою для читача XXI століття, а використання мультимедіа, графічних позначень, демократизація мережевих платформ, полікодовість тексту активно сприяють появі нових оригінальних жанрів віртуальної літератури, нових засобів впливу на користувача, популяризації творчості письменників.

### Список використаних джерел

1. Горіна Ж.Д., Іскова М.А., Одинець М.П. Про віртуальну комунікацію в мережі Instagram. *Молодий вчений*. 2018. № 9.1 (61.1). С.32-35. URL: <https://cutt.ly/jlJvOo0> (дата звернення 15.10. 2022)
2. Завадський Ю. Віртуальна література. Нарис типології та поетики : монографія. Тернопіль, 2009. 130 с.
3. Кісельова А. Соціальні мережі як тема та платформа мережевої літератури. *Українська словесність у полікультурно-освітньому просторі сьогодення* : збірник тез доп. Міжнар. конф. Одеса, 2021. С. 73-78. URL: <https://cutt.ly/71JvHmY> (дата звернення 15.10. 2022)

**Анастасія Отвіноєвська,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Ірина Насмінчук,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В ЕПОХУ ПІДВИЩЕНОЇ АКТУАЛІЗАЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM**

*У статті авторка робить спробу проаналізувати український бізнес в епоху підвищеної актуалізації в соціальній мережі Instagram. Розглянуто основні цілі, які можна досягти для просування бізнесу за допомогою рекламної кампанії мережі.*

**Ключові слова:** просування, цільова аудиторія, клієнт, бізнес, мета бізнесу.

Український бізнес кожного року трансформується під впливом сучасності. Відтепер бізнесмени стежать не лише за якістю свого продукту, але й на скільки в потенційних користувачів є бажання відслідковувати вас у соціальних мережах та на скільки ваш бренд є на «слуху». Це важливо для будь-якого бізнесу, оскільки так набагато легше просувати свій бренд, товар та послуги. Соціальні мережі – це ефективний канал впливу на велику аудиторію, тому тут діють принципи маркетингу впливу [4, с. 166]. Найкраще та найлегше просувати свої товари чи послуги в одній із соціальних мереж Instagram, яка є одним з найбільш високоперспективних соціальних сервісів для ведення бізнесу.

Instagram нараховує один мільярд користувачів, а це майже восьма частина населення світу. Бізнес в епоху підвищеної актуалізації просуває свої товари та послуги саме за допомогою Instagram. Пройшли ті часи, коли Instagram був просто додатком для обміну фотографіями з найближчими друзями. Сьогодні платформа є потужним інструментом як для малого, так і для великого бізнесу.

Цілі, які можна досягти за допомогою сервісу, багато в чому ідентичні тим, що ставляться в стандартній маркетинговій кампанії в соціальних мережах, а саме: впізнаваність, лояльність, управління репутацією і зворотний зв'язок, лідогенерація (отримання цільових звернень в компанію) [2].

Українська молодь стежить за брендами різних цінових категорій, оскільки в них є зацікавленість в цих товарах, на них справляє вплив також і візуальна сторона. Візуалізація в Instagram відіграє важливу маркетингову роль, бо спонукає привабливістю товару, як його подають, рекламують. Найкраще

спонукає до покупки, коли є рекламна інтеграція з улюбленим лідером думок, який так круто рекламує вашу бажану річ і ви вже на порозі покупки. Так створюється маркетингове навіювання, що ця річ необхідна саме вам. Це відбувається через рекламну пропозицію, через больові точки потенційного читача, проте не завжди все легко так спрацьовує та інста-магазин отримує своїх клієнтів не з першого разу. Важливо займатися ще таргетованою рекламою, яка дає змогу знайти вашого потенційного покупця за допомогою фільтрів: за віком; за уподобаннями; за геолокацією; за останніми переглядами в Google пошуку; за ціною спроможністю; за гендером.

Для просування бізнесу за допомогою рекламної кампанії можна вирішити такі цілі:

1. Збільшення продажів.
2. Залучення трафіку на сайт.
3. Підвищення впізнаваності бренду.
4. Збільшення числа конверсій на сайті.
5. Просування каталогу продуктів.
6. Залучення людей, що знаходяться поруч з вашою компанією.
7. Стимулювання інтересу до пропозиції.
8. Збільшення кількості передплатників на Facebook.
9. Збільшення кількості лайків і репостів [1, с. 78].

Починаючи бізнес в Instagram, варто аналізувати ринок, вміти виділяти себе серед інших для того, щоб досягати потрібних цілей. Соціальна мережа Instagram дає змогу перейти від масового маркетингу до особистісного маркетингу, тобто спеціальних маркетингових пропозицій окремому клієнту, індивідуальних звернень та стимулів придбання товару. Основними інструментами, за допомогою яких бізнес може спілкуватися з користувачами мереж і які варто використовувати під час просування вважаються такі: візуальний контент (вимогами є висока якість зображень, естетичні малюнки тощо); реклама (таргетована реклама є налаштуванням реклами саме на цільову аудиторію бізнесу); співпраця з лідерами думок (долучення авторитетних осіб до реклами послуги чи товару бренду), окрім цього варто звернути увагу постійне ведення сторінки і не забувати включати особистий бренд, щоб потенційні покупці бачили, що з ними спілкується жива людина, яка має свої цінності, бачення і яка йде на контакт з своїми підписниками та потенційними клієнтами [3].

Отже, українському бізнесу в епоху підвищеної актуалізації треба завжди розуміти мету, яку необхідно досягти. Завдяки соціальній мережі Instagram у брендів є можливість спілкування з цільовою аудиторією, знайомства з продуктом і командою творців.



### Список використаних джерел

1. Барден Ф. Код зламано, або Наука про те, що змушує купувати. Харків : КСД, 2017. 304 с.
2. Бізнес в Instagram: з чого почати, як продавати послуги. URL: <https://cutt.ly/Y1Jbwwu> (дата звернення 1.10.2022).
3. Просування бізнесу в Instagram для магазинів. URL: <https://cutt.ly/01JbiQP> (дата звернення 1.10.2022).
4. Семененко К.Ю. Маркетингова діяльність в соціальних мережах «FACEBOOK» ТА «INSTAGRAM». *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2019. Т. 30 (69). №2, С. 164–168.

**Олександра Погребняк,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,*

*Миколаївський національний університет  
імені В.О. Сухомлинського*

*Науковий керівник: **Лілія Рускуліс,**  
доктор педагогічних наук, доцент*

### **МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ ІНФОГРАФІКИ ЯК ЗАСІБ СТРУКТУРУВАННЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ**

*У роботі розглянуто поняття інфографіки як методу навчання; досліджено принципи та етапи створення інформаційної графіки; описано процес створення інфографіки за допомогою Інтернет-сервісу – Canva.*

**Ключові слова:** *інфографіка, візуалізація, структурування, навчальний метод, сервіси інформаційної графіки.*

Інфографіка (інформаційна графіка) – це форма графічної візуалізації інформації, даних, фактів, статистики і знань у вигляді інтуїтивно зрозумілої та лаконічно оформленої схеми, графіка або рисунка [1]. Це метод візуалізації наукового й навчального матеріалу, що може використовуватися під час лекційних, лабораторних і практичних занять із метою підвищення темпу опанування інформації, створення проблемної ситуації та організації самостійної й пошукової роботи студентів. Важливим навчальним аспектом є практична діяльність студента в процесі виготовлення інфографіки: діаграм, мап, схем, моделей тощо.

Створення інфографіки є досить складним та творчим процесом, що полягає в структуруванні схем, таблиць, інформаційних розповідей та ін. за допомогою різноманітних елементів. Щоб зробити інформаційну графіку високоякісною та корисно подати матеріал, потрібно дотримуватися низки принципів виготовлення її: лаконічність інформації та простота її репрезентації (необхідно відібрати та залишити найважливіше); організація та точність

змістового комплексу (структурованість); використання яскравої візуалізації та образності (фігури, символи, зображення тощо); естетична привабливість (грамотно розміщена пропорційність) [2].

Процес створення інфографіки є нелегким, тому складається з декількох покрокових етапів, які відбуваються від аналізу й збирання матеріалу до його кінцевого оформлення. Зупинимось детально на цих етапах:

- 1) визначити призначення навчальної інфографіки, на яку розраховане зображення, оскільки від цього залежить вид інфографіки, що буде обраний;
- 2) зібрати дані за навчальною темою (дані можуть бути представлені в різних форматах: графіка, текст, відео тощо; дані залежать від теми, детальності та вірогідності відтворення фактів);
- 3) систематизувати дані (зібрана інформація подається у вигляді плану, структури або схеми-зображення майбутньої інфографіки. Потрібно замалювати на чернетці певні блоки зі слів, покликань, зв'язків для згрупування даних та візуалізації інформаційних потоків за допомогою блок-схеми) [2];
- 4) визначити кольорову гаму, що допомагає відокремити матеріал та структурувати;
- 5) створити інформаційну графіку, використовуючи комп'ютерні засоби та Інтернет-сервіси (на цьому етапі потрібно обрати сервіс, на якому буде створюватися навчальна інфографіка);
- 6) зберегти остаточний варіант інформаційної графіки.

Інформаційну графіку можна створити в будь-якому редакторі Microsoft Windows: Power Point, Office World, Paint та інші. Одна для розробки не однотипної та різноманітної інфографіки, використовують сервіси в усережжі. Опишемо методику створення інфографіки за допомогою одного з Інтернет-ресурсів – Canva:

1. Зайти на сервіс Canva та зареєструватися. Зазвичай для реєстрації потрібно ввести свої дані або зайти за допомогою електронних адрес Gmail.

2. Натиснути на іконку «Інфографіка» та вибрати потрібний шаблон для створення інформаційної розповіді, таблиці або схеми.

3. Самостійно створити інформаційну графіку або редагувати вже існуючий шаблон за допомогою інтерфейсу: додати власні зображення або з ресурсу ілюстрацій (кнопка «Фото»); скористатися графічними елементами (кнопка «Елементи»); прикріпити на робочій основі фон (кнопка «Фон»), текст (кнопка «Текст»), аудіо (кнопка «Аудіо») або відео (можна вставити за допомогою покликання або кнопки «Відео», після чого завантажиться обраний відеоролик); завантажити на особистий акаунт власні зображення, відео чи аудіо, натиснувши кнопку «Передані»; кнопка «Більше» дає можливість обрати інші ресурси («Стиль», «Діаграми», «Папки» та інші).

4. Кожну додану деталь можна редагувати за допомогою кнопок «Ефекти», «Фільтр», «Налаштувати», «Обрізати», «Відобразити». Існує можливість форматування тексту: обирати шрифт, розмір, колір й накреслення, вирівнювання, міжрядковий інтервал, використання списків.

5. Для збереження готової інфографіки слід натиснути кнопку «Завантажити» та обрати варіант формату (PDF, PNG, GIF тощо).

Отже, інфографіка дозволяє передати складний навчальний матеріал у стислій та простій формі, що допомагає студентам краще засвоїти або узагальнити навчальний матеріал. Створення інформаційної графіки є непростим процесом, але, використовуючи редактори та Інтернет-сервіси, можна отримати якісний та інформаційний засіб передачі знань.

### **Список використаних джерел**

1. Дмитренко Т.А., Деркач Т.М., Дмитренко А.О. Використання інфографіки в навчальному процесі : дис. / Харківська академія неперервної освіти. Харків, 2019. С. 82-84.
2. Логвіненко В.Г. Використання технології інфографіки для візуалізації навчального контенту. *Фізико-математична освіта*. 2018. № 2 (16). С. 80-86.
3. Онлайн-сервіс Canva. URL: <https://www.canva.com/>

**Жанна Горіна,**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін, Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

**Ганна Поп,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти, історико-філологічний факультет, Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

### **ЛЕКСИЧНІ ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ НАЗВ УКРАЇНСЬКОГО МОРОЗИВА**

*Розглянуто основні прийоми і способи створення популярних назв на позначення українського морозива в аспекті загальної маркетингової стратегії виробника. Визначено маркери комерційного успіху рекламного імені бренду.*

**Ключові слова:** ономастикон, неймінг, прагматоніми, комерційна назва.

Різноманіття рекламної продукції і сфери послуг, удосконалення PR – технологій зумовили збільшення уваги дослідників до її багатоаспектного аналізу, а саме: рекламна діяльність як різновид маркетингової комунікації (Д. Бернет, Р.Д. Блекуел, О. Єгорова-Гантман, Г. Картер, Ф. Котлер, С. Моріарті, У. Уеллс) або як різновид масової комунікації з соціально-психологічними закономірностями її сприйняття та технологіями впливу (І. Аренс, І. Вікентьєв, А. Дейан, В. Зазикін, І. Крилов, Н. Кутуза, О. Лебедев, О. Медведева, В. Музикант, Д. Огілві, Г. Почепцов, Є. Ромат, Ч. Сендідж, О. Феофанов), лінгвальні особливості рекламного тексту (О. Анісімова, А. Баранов, С. Гузенко, О. Зелінська, В. Зірка, А. Кромптон, О. Никанорова, П. Паршин, Ю. Пирогова) або специфіка його структурних елементів й композиційних ознак (Л. Винарська, В. Волкова, І. Морозова, Ю. Шатін) тощо.

Для продукту, фірми чи компанії вдала комерційна назва відіграє надзвичайно важливу роль, оскільки вона є іноді чи не єдиним, що споживач запам'ятовує одразу після першого знайомства, а рекламодавець зацікавлений передовсім у тому, щоб саме його товар чи послугу запам'ятав клієнт, тобто ідентифікував і виокремив з-поміж інших подібних товарів чи послуг. Рекламне ім'я уналежнюємо до штучної номінації, в межах якої найменування створюються спеціально з певною метою, зокрема для просування об'єктів реклами шляхом розповсюдження потрібної інформації, створення іміджу, формування відповідного емоційного ставлення. До того ж від рівня незвичності рекламного імені залежить ступінь його ефективності, здатність виділятися на тлі інших найменувань, привертати увагу адресата і виконувати рекламну функцію. Досліджуючи питання функційної значущості рекламного імені і визначаючи параметри ефективності тих чи інших комерційних назв із залученням широкого ілюстративного матеріалу, науковці дійшли висновку, що рекламні назви поєднують прагматична спрямованість і приналежність мові реклами. Як зазначають Ж. Горіна, І. Леонтєва: «Вдале рекламне ім'я того чи того українського бренду слугує маркером і важливим компонентом його комерційного успіху, адже в арсеналі самого імені вже закладена значна кількість засобів впливу. Рекламне ім'я – фундамент комунікативних і маркетингових зв'язків між рекламодавцем і споживачем. Саме вдале ім'я стає відправною точкою для створення того чи того бренду, а отже, служить фундаментом для подальшого позиціонування торгової марки на ринку: на ньому ґрунтується розроблення так званого фірмового стилю виробника загалом і проведення самої рекламної кампанії зокрема» [2, с. 27].

Мета дослідження полягала у визначенні структурно-семантичних особливостей популярних комерційних назв українського морозива. Джерельно-ілюстративна база охоплювала понад 80 одиниць, узятих для аналізу з рекламних каталогів, прайс-

листів топових українських торгових марок «ТМ Рудь», «ТМ Ласунка», «ТМ Лімо» і регіональних підприємств чи фірм – виробників морозива («ФМ Ласка», «ФМ Хладопром»), текстів зовнішньої реклами (етикеток морозива з акційними пропозиціями у вітринах супер-маркетів) чи прикладів контекстної реклами на веб-сайтах ТМ, чи фрагментів телевізійної реклами. Семантико-мотиваційний аналіз комерційної назви морозива з метою уточнення мотиваційної бази вторинної номінації виявив з-поміж найбільш поширених способів і лексичних прийомів створення нових рекламних імен такі:

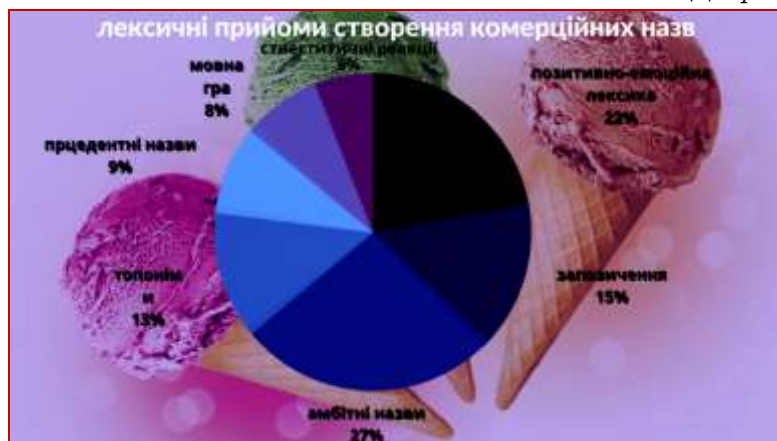
- назви з використанням позитивної емоційно-оцінної лексики: «Улюблене», «Солодке життя», «Забава», «Веселка», «Ласунка», «Ласка», «Сніжинка», «Корівка»;
- амбітні або нестандартні найменування: «Шок», «Вибуховий апельсин», «Фрутсік», «Be cool!», «Вінтаж», «Велетень-ріжок», «Магнат»;
- назви з використанням іншомовних слів або транслітерація запозичень: «Делюкс» (фр. de luxe – «вищої якості», «комфортний», «вишуканий») «Happy Berry», «Ice», «Velvet», «Le jour», «Па-де-де» (фр. pas de deux – танець двох), «Тірамісу» (італ. Tiramisu – підбадьор мене), «Vintage» (фр. – «витриманий», «виноградний збір»), «Choco Milk»;
- назви, що містять прецедентні найменування: «Дика орхідея», «Пташине молоко», «Три горішки», «Три ведмеді», «Золотий ключик», «Білосніжка», «Король – лев», «Тедді», «Теремок»;
- назви, що акцентують увагу на географічному найменуванні: «Пломбір зі Львова», «Віденський вальс», «Хрещатик», «Каліфорнія», «Монако», «Білоруський пломбір», «San Marino»;
- назви, що ґрунтуються на синестетичних асоціаціях: «Райдуга», «День і ніч», «Світлофор» (зорові), «Шоколадні мелодії», «Рондо» (слухові), «Хладик» (тактильні);
- назви з елементами мовної гри й каламбурного обігравання слів: «Малюк-ам», «Люба-буба», «Как – Тусім?», «Корівка Му-ууу».

Відсоткові пропорції, узагальнені нижче на діаграмі «Лексичні прийоми створення комерційних назв морозива», свідчать: з метою забезпечення комерційного успіху номінатори вдаються до найрізноманітніших мовних засобів залучення цільової аудиторії, а найбільші можливості для реалізації рекламної функції комерційної назви пропонує саме лексичний рівень.

Як бачимо, оцінювальна, частіше зменшувально-пестлива, лексика в назвах солодоців, типу «Солодке життя», «Улюблене», «Дракоша», «Хладик», «Пустунчик» наповнює рекламне ім'я експресивним змістом і, відповідно, таким, який здатен психологічно впливати на адресата, викликаючи позитивні емоції або асоціації. Для посилення престижності об'єкта найменування так

само найбільшу популярність мають назви, які асоціюються або з розкішною («Гран-прі», «De luxe», «Люкс», «Імперіум», «Тріумф», «Люкс-полуниця», «Магнат», «Шербет султана»), або амбітні назви («Вінтаж», «Шок»). У таких випадках вживаються лексеми, які підкреслюють якість самого виробу чи репутацію й професіоналізм кондитерської фабрики і фірми – виробника морозива або добираються слова з яскраво вираженою семантикою винятковості й унікальності, як, наприклад, у випадках з компонентом слова «гран-», «люкс-», який наділений позитивною конотацією в мовній свідомості українських споживачів і є певним соціальним атрибутом високого статусу. Так само високий статус кондитерського чи молочного виробу або статусність вітчизняного виробника чи адресата-покупця підкреслюють найменування морозива з використанням прецедентних імен відомих або історичних постатей, або міфологічних персонажів, або елітних і фешенебельних топонімів, як наприклад, «Король-лев», «Монако», «Магнат», «Каліфорнійський апельсин», «Імперія смаку». Така ж семантика передається за допомогою числівника, графічних цифрових комбінацій або слів, що містять смисловий компонент зі значенням великої кількості і якості: «Пломбір 100%», «Велетень-ріжок», «Три горішки», «Три ведмеді», «100% морозиво», «Велетень», «Пів-кіло щастя», «Grandi» (італ. – «пречудово») тощо.

Діаграма



### Список використаних джерел

1. Горіна Ж., Леонтьєва І. Рекламне ім'я як об'єкт наукової рефлексії. *Лінгвістика й лінгводидактика: здобутки і перспективи розвитку* : матеріали Всеукр. наук.- практи. конф. молодих науковців. Одеса, 2021. С. 23-28. URL: <https://cutt.ly/H1JnEBs>

**Ліліана Прокопенко,**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української  
філології і методики навчання фахових дисциплін,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

**Юлія Куковинець,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

### **ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСОБІВ НАОЧНОСТІ У ФОРМУВАННІ НАВИЧОК ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО ДИСКУСІЙНОГО МОВЛЕННЯ**

*У статті проаналізовано особливості й роль засобів наочності для формування навичок професійно орієнтованого дискусійного мовлення майбутніх філологів. Особливу увагу автори акцентують на основних етапах роботи з відеоматеріалами, пропонують комплекс вправ для розвитку комунікативно-мовленнєвих умінь у сфері дискусійного спілкування. Зроблено висновок про те, що з розвитком нових технологій використання засобів унаочнення стає одним із сучасних й ефективних способів інтенсифікації процесу навчання дискусійного спілкування.*

**Ключові слова:** *засоби наочності, дискусійне мовлення, мультимедійні (аудіовізуальні) засоби наочності.*

Професійно орієнтоване навчання комунікативно-мовленнєвої взаємодії майбутніх учителів-словесників передбачає оволодіння ними важливими навичками й вміннями дискусійного мовлення. Особлива роль у досягненні цієї мети належить засобам наочності, які сприяють підвищенню ефективності навчання шляхом цілеспрямованої опори на різні канали сприйняття. Якщо раніше наочність переважно використовувалась як ілюстровані зображення, зокрема фотографії, плакати, схеми, таблиці, малюнки для досягнення окремих дидактичних завдань, то з розвитком інформаційних технологій і мультимедійних засобів з'явилися нові можливості реалізації принципу наочності, що відповідають вимогам часу. В «Українському педагогічному словнику» поняття *наочність* потлумачено як провідний дидактичний принцип, що враховує зв'язок чуттєвого сприйняття й абстрактного мислення здобувачів як необхідної умови ефективного навчання [2]. У контексті проблематики започаткованого дослідження принцип наочності розглядаємо як один з основоположних у формуванні дискусійного мовлення майбутніх філологів. У вітчизняній методиці питання лінгводидактичного потенціалу засобів наочності в організації навчання дискусійного спілкування залишається мало дос-

лідженим й потребує окремого теоретичного осмислення. Отже, метою пропонованої розвідки є опис практичного досвіду використання різних видів наочності в процесі формування комунікативно-мовленнєвих умінь майбутніх філологів у сфері дискусійного спілкування.

Необхідно зазначити, що в методичній науці дискусію прийнято розглядати або як один з видів діалогічного (полілогічного) спілкування, або як засіб навчання. У межах пропонованої статті під *дискусійним мовленням* ми розуміємо різновид усного публічного мовлення аргументативного типу, яке виникає під час обговорення, диспуту, дебатів, суперечки, коли зіштовхуються протилежні або різноманітні погляди.

Опанування навичок професійно орієнтованого дискусійного мовлення – це тривалий процес, який розпочинається на першому курсі цілеспрямованою роботою з навчання аргументованого діалогічного та монологічного мовлення в межах дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням». Результативність цього процесу забезпечується системністю й послідовністю роботи, безпосередньо залежить від якості освітнього контенту, доцільності обраних методів і засобів навчання. Особливий інтерес викликає розширення спектру лінгводидактичних можливостей наочних засобів навчання з огляду на активне впровадження в освітній процес сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Аналіз наукової літератури з проблем наочності (А. Молибог, Ю. Овакімян, Н. Талізїна, С. Шаповаленко та ін.) засвідчує наявність різних підходів до опису її видів. Зокрема, на основі змісту й форми представлення інформації виокремлюють предметну (предмети навколишньої дійсності), експериментальну (досліди, експерименти), ілюстративну (картини, фотографії, малюнки), звукозображальну або мультимедійну (відеофільми), звукову (аудіо записи), умовно-графічну (схеми, графіки, мапи) та внутрішню (образи, створювані мовленням педагога) наочність [1]. Вибір засобів наочності залежить від навчальної мети, яка стоїть перед викладачем, та конкретних умов навчальної ситуації.

До дидактичної бази експериментальної методики навчання дискусійних умінь студентів-філологів входять різні види візуалізації навчального матеріалу, назвемо й охарактеризуємо найбільш значущі. До таких насамперед відносимо засоби когнітивної візуалізації, які дозволяють формувати вміння працювати з інформацією, аналізувати й узагальнювати:

а) графічні схеми («Діаграма Вена», «Кластер») та когнітивні карти є не лише відмінним способом фіксації почутої інформації (на етапі сприйняття нового матеріалу дають можливість здобувачам візуально структурувати інформацію про різноманітні види діалогічно-дискусійних форм, різновиди педагогічної аргумен-



тації, композиційні особливості аргументативних жанрів тощо), а й дозволяють відобразити власне бачення теми чи проблеми дискусії (асоціативна карта уявлень, схема «Fishbone»), допомагають проаналізувати хід думок або аргументацію учасників дискусії (карта міркувань, логічних зв'язків).

б) інформаційні таблиці (таблиці із навмисно зробленими пропусками спонукають студентів до їхнього заповнення задля здійснення пошукової роботи та / або систематизації вивченого матеріалу, активізації уваги здобувачів освіти) таблиці із критеріями оцінювання («Протокол судді / модератора / слухача»), таблиці-листи самооцінювання зазвичай заповнюють наприкінці заняття, залучаючи студентів до рефлексії.

в) інструкції і пам'ятки (дидактичний роздатковий матеріал у вигляді інструкцій та принципів проведення дискусій/дебатів виконував інформативну функцію для подальшого втілення теоретичних знань на практиці та регулював діяльність учасників дискусій/дебатів).

Зупинимось докладніше на лінгводидактичних можливостях використання мультимедійних (аудіовізуальних) засобів наочності з метою навчання студентів-філологів дискусійного мовлення. До таких передусім належать неігрові відеоматеріали: документально-публіцистичні передачі, освітні та науково-популярні відео, публіцистичні передачі у формі дискусій і дебатів, відеофрагменти уроків та студентських дискусій. Як правило вони представляють фактичну інформацію й/або різні погляди щодо одного питання, розрізняючись за формою, змістом, метою створення й впливу. Спільним ланцюжком для цих відеоматеріалів є дискусійна проблематика, фахове спрямування, наявність у змісті відеотексту лінгвістичних й екстралінгвістичних особливостей дискусійного дискурсу.

Під час відбору й використання відеоматеріалів ми керувалися загальноприйнятими дидактичними й психолінгвістичними критеріями, які склалися в сучасній методиці навчання мови й мовлення з використанням засобів наочності, серед яких: інформативність і пізнавальна цінність (відповідність змісту відео професійно-особистісним інтересам майбутніх філологів, його сучасність, актуальність); відповідність інформаційного змісту відеоматеріалу навчальній темі, стадії формування умінь дискусійного мовлення й сфері професійної комунікації (вибір має бути виправданий навчальною ситуацією й відповідати вимогам методичної доцільності). Зупинимось на описі використання відеофрагментів у процесі нашої роботи.

1. Відеофрагменти телевізійних передач (ток-шоу «Дебати PRO»), науково-популярні та освітні відео (відеоконтент каналу «Твоя підпільна гуманітарка», зокрема відеоролики «Філолог: Чи

має мова значення?» «Пам'ятник Пушкіну: зносити чи ні?») відео-випуски сучасного україномовного YouTube, насамперед довкола-літературні та культурні канали (проект «Палає», відеоролики «Фемінітиви: чому вони необхідні?», «Мова єднає», «Єфросиніна: чому мова важлива вчора, сьогодні, завжди», «Хейт vs Дискусія: етичні дилеми срачів»), відеоматеріалу каналу «Культуртригер», блогу письменниці Євгенії Кузнецової, Ірини Фаріон та ін. було використано як ідеальні середовища функціонування елементів дискусійного мовлення на рамках актуальних та зрозумілих молоді тем для обговорення.

2. Відеофрагменти записів дискусій у студентській аудиторії підлягали обговоренню-аналізу особливостей мовленнєвої поведінки учасників, визначення помилок та успішно застосованих прийомів і тактик аргументативного мовлення.

Робота з відеоматеріалами проводилася поетапно (перед-демонстраційний, демонстраційний і постдемонстраційний етапи), кожен із яких містив комбінацію завдань (аналітико-конструктивні, мовленнєві, комунікативно-мовленнєві завдання), які, з одного боку, були спрямовані на сприйняття й осмислення особливостей дискусійного дискурсу, а з іншого – на цілеспрямоване формування умінь дискусійного мовлення. У такій системі відеофрагменти, тематично пов'язані з темою майбутньої дискусії, використовувались і як зразок для спостереження, і як джерело інформації для продукування власних аргументативних висловлювань. Таким чином, з розвитком нових технологій використання аудіовізуальної наочності стає одним із сучасних і ефективних способів навчання комунікативно-мовленнєвої взаємодії у ситуації дискусійного спілкування. Демонстрація відеоматеріалів значно підвищує мотивацію здобувачів, спонукає до діалогу за змістом відеоматеріалу, обміну думками, ілюструє основні стратегії дискусійного спілкування, акцентує увагу на важливих деталях й допомагає визначитись з особистим ставленням із запропонованої проблематики.

Отже, у результаті проведеного дослідження ми переконалися в методичній доцільності й ефективності використання сучасних засобів наочності для оволодіння здобувачами вищої освіти навичок професійно орієнтованого дискусійного мовлення.

### **Список використаних джерел**

1. Волкова Н.П. Педагогіка: посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. 576 с.
2. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. С. 224-225.

**Софія Радзівон,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Інна Беркещук,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **ЕМОТИВИ У ТВОРЧОСТІ ВОЛОДИМИРА ЛИСА**

*У тезах окреслено емотиви творчості В. Лиса, зокрема емоційні компоненти, які вони виражають, описано їх функції та засоби з допомогою яких визначаємо ці лексеми.*

**Ключові слова:** *емотив, емотивна лексика, лексема.*

Емотив – це термін, що позначає емоційні структури, що закодовані мовними засобами в тексті. Емотивність – це емоційний компонент будь-якого типу контактування, чуттєва оцінка об'єкту. Саме тому лінгвісти починають привертати все більше уваги до різних типів дискурсу як об'єкту дослідження емотивності, зокрема до її текстуальної, інтерперсональної, жанрової, та риторико-герменевтичної специфіки [1, с. 279–280]. Основними емотивами у творчості Володимира Лиса виступають: *радість, сором, сум та страх*. Розглянемо їх детальніше.

Емотив *радісті* представлений в авторському мовленні або прямою номінацією або репрезентацією за допомогою описувальної лексики. Головний тип номінації даного емотиву здійснюється за допомогою вживання вставної конструкції прислівникової сполуки, що складається з прийменника та іменника *на радість, на щастя*. В літературних творах письменника концепт радості репрезентується через сміх та стан очей [2, с. 182]. Емотив *радісті* часто переплетиний з емотивами *суму*, наприклад: *на радість чи на біду, гірка радість, болячка і радість, пісня суму й болю і водночас радості і щастя*.

Тепер розглянемо вираження емотиву *сором*. Необхідною умовою для реалізації даного емотиву є пряма вказівка на емоцію. Зазвичай емотив *сором* експліцитно називається вже у розпалі емоційної ситуації. Маркерами концепту найчастіше виступають лексеми: *безсоромниця, геть засоромлені, сороміцький*. Для репрезентації емотиву *сором*, опис цієї емоції дуже часто здійснюється з одночасним описом вербальної поведінки [2, с. 182].

Наступним емотивом є *сум*. В авторському мовленні для маркування печалі вживається лексика, яка позначає емоції. Одна й та сама лексема може повторюватися кілька разів. Синтаксичними маркерами емотиву *сумток* виступають риторичні питання, вставні конструкції, ввідні слова, звернення, які здійснюють

контактовстановлюючу функцію між автором та читачем. В мовленні персонажів емотив репрезентується не лише за допомогою лексики, яка позначає емоцію, а й номінативною лексикою [1, с. 283].

Для вираження даного емотиву важливі також лексичні одиниці, які вказують на зміну стану очей. Ключовими для вираження емотиву суму є *очі сумні, блекнуть очі, очі дивляться з мукою, осоловілі очі, вигаслі очі, погаслі очі*. Прикметники *суму* та його варіації використовуються для позначення очей в пригніченому стані [2, с. 181].

Частою лексемою у романах Володимира Лиса є *любов*. Лексема повторюється не малу кількість разів і може бути у складі фразеологізму. Суб'єкт емоції суму найчастіше отримує характеристику через прикметники: *дивна, остання, дурна, нещаслива*.

Також вживається оціночна лексика та полісемантичний вигук *Боже мій*, який у більшості виступає маркером смутку та печалі. Редуплікація даного вигуку передає душевну реакцію персонажа на ситуацію. Вигуки у реченнях виконують емотивну та комунікативну функції, що свідчить про їх не менш важливо роль у акті мовлення [2, с. 183].

Особливе місце займає емотив *страху*. Репрезентація цього концепту вирізняється особливою різноманітністю. Даний концепт головним чином номінується через прийменниково-іменникові словосполучення (*від страху, з острахом, з жахом, з переляком*). Лексика, яка виражає емотив *страху* поділяється на три групи:

- кінеми, які позначають будь-який рух тіла на місці;
- кінеми, які репрезентують рух від об'єкта;
- кінеми переховування [3].

Отже, найчастіше маркерами емотивів виступають іменники, доміантними серед яких виступають емоції та стани які вказують на певні стани героїв роману. Для репрезентації окремих емотивів вживається також ряд словосполучень, які найчастіше складаються з прийменника та іменника.

### Список використаних джерел

1. Чайковська Є.Ю. Поняття «емотивність» та «експресивність» у мові науки. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ, 2010. С. 279–287.
2. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки*. 2003. №11. С. 181–183.
3. Блажко М. І. Емотиви у відображенні картини світу ( на матеріалі короткого оповідання П. Зюскінда «Die taube»). URL: <https://cutt.ly/T1JQdFh> (дата звернення:18.11.2022).

**Володимир Рижик,**  
здобувач бакалаврського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Миколаївський національний університет  
ім. В.О. Сухомлинського  
Науковий керівник: **Світлана Каленюк,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **АНАЛІЗ ЛІНГВОКУЛЬТУРЕМИ РОСІЯНИ ТА ЇЇ СИНОНІМІВ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ У КОНТЕКСТІ ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

*Проаналізовано лінгвокультуру РОСІЯНИ та її синоніми-неологізми. Закцентовано увагу на унікальності лінгвокультури та її належності до культурного фонду українського народу.*

**Ключові слова:** лінгвокультура, мовна картина світу, лінгвокультурний концепт, синонім, неологізм.

Історичні події обов'язково впливають на народ, змінюють його – народ же виражає всі свої переживання та досвід у культурі, що є рефлексією цього самого досвіду. Разом із тим культура неможлива без мови: саме вона виражає культуру.

Російсько-українська війна (із 2014 р.) – це кривава незагоєна рана на тілі української нації. Як і на кожній війні, є різка поляризація на своїх —українців, жертв агресії, оборонців, визволителів та їх – росіян, ворогів, агресорів.

В українській культурі історично сформувався, існує й доповнюється посьогодні концепт *РОСІЯНИ*. Визначення лінгвокультури *РОСІЯНИ* як такої справедливе тому, що це «сукупність форми мовного знаку, його змісту та культурного смислу, що супроводжує цей знак... містить не лише сегменти мови (мовного значення), але й культури (позамовного культурного смислу)... акумулює як власне-мовне уявлення («форму думки»), так і... стійку мережу асоціацій, межі якої є досить рухомими» [2, с. 36]. Також можна погодитися щодо поняття «концепт»: це «найбільш загальна та абстрагована «ідея» предмета... представлена у свідомості як сукупність усіх своїх зв'язків» [2, с. 95].

У процесі збирання фактологічного матеріалу було зафіксовано 26 синонімів, конотативів, пейоративів, дисфемізмів, неологізмів та етнофолізмів: *ватники, зелені чоловічки, іхтамнети, кацапи* (зокрема деривати *кацапня, кацапва*), *лаптеногіє, мобіки, мокшани, мордор, москалі, московити, окупанти, ординці, орки, путіністи, рашисти, власне росіяни, росня, русня, русняві, рюзкі, руззкі, свинособаки, чмобіки, зомбі*). Нашу ж увагу звертають ті слова, що утворилися й/або стали активно вживаними після 24 лютого 2022 року (*мобіки, орки, рашисти, руззкі, свинособаки, чмобіки, зомбі*). Усі інші лексеми є суспільним надбанням і до початку так званої «Вели-

кої війни». Зауважимо, що перелік наведених неологізмів може бути продовженим: війна триває, як і її вербалізація.

Пейоратив *свинособаки* – це калька з німецького *Shweinehund*, причому українським відповідником є *шеволюга* [с. 89]. Значення цього українського пейоратива широке, але, на нашу думку, є найкращим визначення *дрань, мерзавець* [3, с. 1000]. Лексема *свинособаки* не є новотвором 2022 року, проте став популярним у суспільстві саме після повномасштабного вторгнення РФ в Україну. *Свинособака* – це російський військовий. Цим словом підкреслюються його жалюгідність, огидність, потворність (як відомо, собаки і свині вважаються нечистими тваринами).

*Рашисти* – це один неологізм і термін. *Рашисти* – це прибічники рашизму. Насамперед *рашистами* називають російських військових і частіше за все це слово стилістично функціонує у ЗМІ. Цей термін акумулює в собі приблизно ті ж значення, що й «фашист» (власне, від нього й утворене), «нацист»: убивця, ненависник, ворог, нелюд і т.п.

*Орки* – це первісно вигадані персонажі спочатку в германській мітології, а потім у літературному доробку Дж. Толкіна. Узагалом, це *жорстокі воїни*. Росіян ототожнювали з орками ще у ХХ столітті. Під час повномасштабної війни *орки* – це конотат російського військового – жорстокого, неотесаного, потворного тощо.

Після оголошення президентом РФ В. Путіним часткової мобілізації 21 вересня 2022 року нового значення набула лексема з військового сленгу *мобіки* – мобілізовані особи. Невдовзі з'явився варіант цього сленгізму – *чмобіки* – скорочення від «частково мобілізовані»: в цьому неологізмі є натяк на жаргонізм ЧМО, у зв'язку з чим зустрічаються варіанти тлумачення лексеми *чмобік* як «військово недовідготовлена, недосвідчена, молода, дурна людина, що викликає зневагу та глузливість».

Одним із символів вищезгаданого рашизму є латинська літера *Z*. Спочатку нею маркували російську військову техніку. З огляду на вплив пропаганди ця літера є ненормативно вмонтованою в російську орфографічну систему на заміну кириличній *з* (*Za Россію!, Za дітей!* тощо). Ця тенденція поширилась і на українську мову, але з іншими смислами. Наприклад, лексеми *рузкі, зомбі* означають глузливе, насмішкувате ставлення до росіян, а також насміхання з рашизму, тоді як у новітньому російському суспільно-культурному просторі *Z* надає всій семантиці структурної одиниці (слову, виразу, реченню) ідеологічного навантаження патетики, поваги, величі, сміливості. Отже, можна стверджувати про полярні емоційні спектри у ворожих культурах відносно одного ідеологічного символу.

Отже, тривалі українсько-російські відносини й по сьогоднішній час сформували й збагачують надалі лінгвокультуру

*РОСИЯНИ*. У ній акумулюється частка української культури, виражена в численних синонімах і конотативах до неї. Можна побачити частину мовної картини світу українського народу у ставленні до російського народу. Воно виражається палітрою здебільшого негативних емоцій і ставлень. Яскрава й широка синонімія вкорінює цей концепт в українську ментальність і свідомість.

### **Список використаних джерел**

1. Грінченко Б. Словарь української мови. Украинско-русский словарь [Електронна копія]. Електрон. текст. дані. Берлін : Укр. слово, 1924 (Київ: НБУ ім. Ярослава Мудрого, 2018). (Словарі «Українського слова»). [Т. 2] : О—Я. Електрон. текст. дані (1 файл : 807 Мб). 1924 (Київ: НБУ ім. Ярослава Мудрого, 2018). URL: <https://cutt.ly/z1JQFiW> (Дата звернення: 28.10.2022).
2. Загнітко А.П. Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / А.П. Загнітко, І.В. Богданова; за ред. А.П. Загнітка. 3-є вид., перероб. і доп. Вінниця : ДонУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с. URL: <https://cutt.ly/D1JQ41h> (Дата звернення: 25.10.2022).
3. Німецько-український словник лайливих слів / укладач О. Гаврилів. Львів : Апріорі, 2005. 144 с.

**Людмила Рокіщук,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Зореслава Шевчук,**  
кандидат філологічних наук, старший викладач*

### **ЕКСПРЕСИВИ В МОВІ СУЧАСНИХ ЗМІ**

*У статті розглянуто мовні засоби вираження експресії в мові сучасних ЗМІ – лексико-фразеологічні одиниці та побудовані на їх основі тропейні засоби – з функціонально-стилістичного та комунікативно-прагматичного погляду.*

**Ключові слова:** *експресивність, лексикон, перифраз, фразеологізм, ідіома.*

Сьогодні в просторі ЗМІ чітко усвідомлюється когнітивно-комунікативний характер взаємодії учасників спілкування. Класифікація знань, ідей, поглядів виявляються як чітко спрямована комунікативна дія, спрямована на викликання різноманітних почуттів, психологічних реакцій та емоцій. Тому в мові мас-медіа ми спостерігаємо пошук засобів виразності, прагнення опосеред-

ковано впливати на читача, адже виразні засоби є конкретними актуалізаторами тексту, відкривають ширші перспективи сприйняття повідомлення через асоціації, його інтерпретації та суб'єктивне осмислення.

Експресивність, як властивість тексту, прагне до максимального мовного різноманіття, до нейтральної номінації з метою найбільшого впливу на адресата повідомлення. Загальна експресивність тексту є інтегральним результатом реалізації емотивності, оцінності, інтенсивності, стилістичного маркування, структурно-композиційних властивостей тексту, підтексту. Рушійними силами формування експресивності тексту є мотиви автора, значимість для нього комунікативного завдання, уявлення про адресата, ставлення автора до зображених в тексті об'єктів і подій. Головним чинником сучасного трактування категорії експресивності є функціональний чинник, який пов'язаний із виконанням як стилістичних, так і прагматичних функцій.

Одиниці всіх мовних рівнів беруть участь у багатогранному процесі експресивізації тексту. Лінгвістичний аналіз новинних текстів демонструє, що емоційно-експресивна оцінка забезпечується та посилюється використанням різних фонетичних, дериваційних, морфологічних, лексичних та фразеологічних засобів, а також синтаксичних та стилістичних конструкцій, які є досить продуктивними в сучасному мас-медійному дискурсі. Ці одиниці відіграють значну роль у формуванні прагматичної сфери новинних матеріалів, пов'язаних із вираженням авторського ставлення до предмета мовлення, з оцінкою змісту висловлювання, зі створенням суб'єктивної модальності тексту.

Аналізуючи сучасний публічний інформаційний простір ЗМІ, з'ясуємо, що найбільш експресивно й емоційно навантаженими є лексико-фразеологічні одиниці та побудовані на їх основі тропейні засоби, які допомагають створити позитивний чи негативний оцінний ефект.

Заголовок – перше й основне джерело інформації для читачів, які передивляються головну сторінку сайту. За даними дослідників, 60 – 80% користувачів узагалі не читають тексту новин чи статей, а отримують необхідну інформацію саме у такий спосіб [4, с. 215]. Саме заголовок формує емоційне ставлення до тексту. Поєднуючи інформативну та емоційноекспресивну функції, заголовок посилює прагматичну функцію мови як одну із найважливіших для мас-медіа, які впливають на суспільну свідомість [4, с. 216].

У ЗМІ суспільно-політичне, економічне, культурне життя держави, світу, політичні лідери тощо представлені через призму метафори. Метафоричне моделювання ґрунтується на залученні реалій із різних поняттєвих сфер. Одна із них – військові дії. Відзначаємо метафоричне переосмислення батального лексикуна.



Наприклад: *У парламенті йде війна за перерозподіл посад і впливів – експерт; Боротьба за НАЗК. Як Порошенко і Яценюк воюють за сфери впливу; Україну роздирають дві війни – огляд ЗМІ [5]; Бізнес російських олігархів в Україні – таємна зброя Кремля, – брат Немцова [5].* Більшість таких метафор – стереотипні образні структури, оновлені в нових контекстуальних умовах.

За допомогою морбальної метафори, у структурі якої є медична лексика, журналісти доносять інформацію про актуальні політичні, суспільні події, подають їх з додатковою експресією. Наприклад, *Вірус страху. Чому ми поступаємось в інформаційній війні; Терапія президентської партії; «Клінічна смерть» Революції Гідності.*

Показова для інтернет-ЗМІ експресивна функція перифрастичного заголовка, що містить лексичні індикатори, маркери сучасної доби. Наприклад: *Люди сцени Майдану, Справи з «гучними прізвищами», Печерна еліта, Промоутер «русского міра» в Україні тощо.* Перифрази – дієвий засіб конденсації думки з ефектом непередбачуваності, емоційноекспресивної оцінки повідомлюваного.

Найпоширенішими засобами експресивізації дослідженого мас-медійного дискурсу є фразеологізми та ідіоми: *А коли ти сім років б'єшся як головою об стіну й одержуєш відповідь, що ми підтримуємо бажання...[6], Це і є головний розкол – інформаційна війна, інформаційне витирання своїх ніг об нашу країну [7]. У той же час відзначаємо широке використання емоційно-оцінної лексики як засобу експресивізації українських текстів новин: *Після жакливого обстрілу під Шумами, в результаті якого загинуло 4 українських захисників, президент країни Володимир Зеленський намагався зв'язатись з Владіміром Путіним.* [5].*

Яскравою особливістю мас-медійного дискурсу є наявність великої кількості кліше: *По-перше, законопроект не передбачає звільнення від сплати у випадках, відповідним чином передбачених щодо земельного податку, а також у разі фактичного невикористання земельної ділянки чи неодержання прибутку від такої. Хочете бути титульними власниками, платіть, відсутня можливість – продавайте [1].*

Увійшовши до глобального інформаційного простору, українські інтернет-медіа із засобу інформатизації перетворюються на важливий інструмент маніпулювання суспільною свідомістю. Експресиви сучасних ЗМІ характеризуються прагматичним потенціалом, оскільки експресивність у комплексі з іншими мовними засобами підсилює емоційний вплив на адресата: привертає увагу читача до матеріалу й змушує його прочитати, передає імпліцитну авторську оцінку на порушену проблему, закладає її у свідомість реципієнта і таким чином бере участь у формуванні громадської думки.

### Список використаних джерел

1. День. Україна. URL: <http://day.kyiv.ua/uk>
2. Дзеркало тижня. Україна. URL: <https://zn.ua/ukr>
3. Коулз М. Хороший заголовок + SEO: це реально [Електронний ресурс]. URL: <http://www.osvita.mediasapiens/>
4. Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. Вип. 86. С. 214–221.
5. Моя освіта. URL: <https://moyaosvita.com.ua>
6. Новинарня. URL: <https://novynarnia.com>
7. Офіс Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/news>

**Христина Сагайдак,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Зореслава Шевчук,**  
кандидат філологічних наук, старший викладач*

### **ВЕРБАЛЬНЕ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ЖИТТЯ» В ПРОЗІ МАРІЇ МАТІОС**

*У статті окреслено понятійно-образне ядро концепту ЖИТТЯ в прозі Марії Матіос, проаналізовано концепт ЖИТТЯ у дихотомії ЖИТТЯ/СМЕРТЬ.*

**Ключові слова:** *концепт, лексема, сегмент, життя, смерть.*

Українська модерністична проза ХХІ ст. відображає зміни психічних станів героїв, зумовлені соціальними обставинами. Її мова як вияв ідіоетнічної культурно-ціннісної інформації насичена лінгвокультуремними одиницями, які відображають внутрішній світ особистості в національному соціокультурному середовищі.

Гострі соціальні проблеми ХХІ ст. у взаємозв'язку з психологічними зрушеннями у свідомості героя часу широко представлені через базові концепти у творчості Марії Матіос.

Сьогодні лінгвоконцептологія продовжує виконувати поставлені перед науковою спільнотою завдання, досліджуючи досі не вивчені об'єкти, що презентують зріз лінгвосвідомості в її поняттєвих та асоціативно-образних конструктах, сформованих у надрах тієї чи тієї культури. До таких коцептуальних об'єктів належить *життя* як основна онтологічна сутність, як найбільша цінність у вимірі аксіологічних координат. І хоча концепт ЖИТТЯ одним із перших був описаний у багатьох національних лінгвістичних практиках, його феноменальність, смислова невичерпність і

різнорівнева мовна репрезентація в кожній з національних лінгвокультур спонукає дослідників до глибшого, поліаспектного аналізу цього концепту з огляду на оновлення дослідницьких парадигм і пошукових ідей.

Тексти Марії Матіос – і в цьому вони беззастережно суголосні майже всій українській прозі, насамперед явленій концепціями й колізіями XIX та XX століть – по-різному, проте з неухильною настійливістю абсорбують, акумулюють, асимілюють життя в усіх його сферах. «Власне, прозові тексти Марії Матіос презентують, моделюють, віртуалізують історії, що відбувалися з людиною, людьми й подані густими, нерідко запашними шматками соціумного життя» [2, с. 45].

Реальний час, що пливе крізь живі людські долі, і реальні люди, що плывуть крізь плинний час, – такими є основні мотиви прози Марії Матіос. Уже перші сторінки творів письменниці описують концепт ЖИТТЯ невіддільно від поняття СМЕРТІ крізь призму безпосереднього сприйняття часу і простору: «*Ви будете зашпортуватися. В іменах, подіях і датах. Бо тут є життя... Велика частина мого життя – це цілковита гойданка, що злітає-падає під одним девізом: «Або на палю, або на гак»* [3, с. 3], «*А життя я знаю з Життя. І більше ні з чого*» [3, с. 75].

Життя – «...це існування всього живого; період існування чогонебудь...» [1, с. 276] Семантичним показником якості життя є маркери релятивності: нове життя: «...ТАК ПОЧАЛОСЯ нове Северинине життя на новому місці» [36, с. 20]; тяжке життя: «*А Северині Бог дав тяжке – сирітське вкупі із наймитським – життя*» [4, с. 20].

Життя невіддільне від смерті, перебуває у тісному взаємозв'язку та окреслює циклічність існування людини. Смерть – «...це 1) припинення життєдіяльності організму і загибель його; припинення біологічного обміну речовин в організмі або його частині. 2) Припинення існування людини, тварини; прот. життя; кончина...» [1, с. 1153]. Час як абстракція має місце під час опису поняття смерті: «*То як їй складати руки і покірно чекати? Перед смертю складе. А тепер – це зарано*» [5, с. 21]; «...в Тисовій Рівні на повен голос і пошепки іншої бесіди, ніж про те, що або зачнеться нова війна, або на край упаде яка інша кара, а спокійна година встановиться людям хіба що по смерті, – не було й не могло бути» [5, с. 36].

Часом вимірюється життя, у просторі воно протікає. Життю відповідає певний проміжок часу між народженням і смертю. Воно сповнене подій, що розгортаються в часі й просторі: «*Бо воно, коли на смерть, – то на смерть, а хоч би'сь на життя, то на життя*» [4, с. 21]; «*Ая! Як жив, так умер. Такі й останні його години на цім світі, хай Бог милує!*» [4, с. 18]; «*Грабар просив Грищука уступити метр землі коло своїх батьків, але той не хоче. Каже, воро-*

гували за життя, а по смерті миритися не будуть» [4, с. 15]; «Теперішні часи – не для життя, не для веселости, хіба лиш для ду-мання та смерти... – хитав головою Танасій» [5, с. 134].

Концепт ЖИТТЯ вимірюється за часовим критерієм. Життя порівнюється зі шляхом, що його людина проходить від народження до смерті: «А загалом життя в містечку Мишин текло собі без особливих потрясінь, розкоші чи неспокою. Хтось **умирає**, хтось **народжувався**» [4, с. 5].

Аналізуючи образно-оцінний сегмент концепту ЖИТТЯ, зауважимо, що він ґрунтується на перцептивних образах і відбиває різні характеристики об'єктів, виокремлює базові образи, що є константами для формування мовної картини світу Марії Матіос.

### **Список використаних джерел**

1. Великий таумачний словник сучасної української мови: 170 000 слів / [ред. В. Бусел]. Київ; Ірпінь : Перун, 2002. 1428 с.
2. Голобородько Я. Соціумний інтер'єр чи психологічний дизайн? (Художні дилеми Марії Матіос). *Слово і Час*. 2008. № 12. С. 45.
3. Матіос М. Вирвані сторінки з автобіографії. Львів : ЛА «ПІРАМІДА», 2011. 368 с.
4. Матіос М. Москалиця; Мама Маріца – дружина Христофора Колумба. Львів : ЛА «Піраміда», 2008. 64+48 с.
5. Матіос М. Солодка Даруся. Львів : ЛА «Піраміда», 2007. 188 с.

**Юлія Сердюк-Атаманська,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Людмила Починок,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **УКРАЇНЬСКА ВЕРСІЯ «ДОНЖУАНІВСЬКОГО» МОТИВУ В ДРАМІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «КАМІННИЙ ГОСПОДАР»**

*Стаття присвячена проблемі реценції образу Дон Жуана у світовій та українській літературі, зокрема інтерпретації Лесею Українкою «донжуанівського» мотиву в стилізовому полі раннього модернізму.*

**Ключові слова:** *реценція, літературна інтерпретація, художній образ, «вічний мотив», фемінізм.*

«Донжуанівський» мотив є, безперечно, одним із найпопулярніших традиційних мотивів світової літератури і одночасно найупізнаванішим через стереотипність своїх сюжетних колізій та

характерів. Попри те, що цей «вічний» сюжет переходить від епохи до епохи, модифікуючись і наповнюючись новим сенсом та розумінням (Т. де Моліна, Ж.Б. Мольєр, Дж.Г. Байрон, О. Пушкін), у ньому яскравими маркерами прозирають наперед задані ролі та маски, що проводять героїв традиційними шляхами до традиційного фіналу – появи містичного «камінного гостя», символу справедливої помсти і відплати.

Українську версію «донжуанівського» мотиву презентує Леся Українка в добу розвою естетики раннього модернізму на українських літературних теренах з його синкретичною палітрою художніх стилів, і насамперед, найближчих письменниці – неоромантизму та неокласицизму. Творчість Лесі Українки загалом, і чи не найбільше – її драматургія, нерозривно пов'язана зі світовою літературною спадщиною, тому проблема рецепції творів світової класики у творчому просторі української письменниці завжди приковувала увагу літературознавців та критиків і найбільш плідний період студій припадає на помежів'я ХХ–ХХІ століть. Особливий аспект у цій площині досліджень – творча інтерпретація Лесею Українкою світової «донжуніани» (Я. Розумний [3], В. Агеева [1], А. Криловець [2] та ін.). У пошуках нового ракурсу студій зробимо спробу розкрити і осмислити своєрідність бачення і сприйняття Лесею Українкою архетипного образу Дон Жуана крізь призму української модерної естетики. Адже, працюючи над драмою «Камінний господар», авторка поставила за мету інтерпретувати давній сюжет по-українськи, відобразити крізь свої національні та філософські ідеї, відтворити образ Дон Жуана так, як підказує їй потенціал «новоромантика».

У драмі Лесі Українки Дон Жуан функціонально відмінний від своїх попередників у творах світового письменства – тема аморального гульвіси, вочевидь, не зацікавила авторку і вона надає іншого змісту й іншого значення його образу. У листі до Агатагела Кримського від 6 червня 1912 року письменниця визначає загальний задум твору «Камінний господар», принципів намірів, у її словах відчувається спалах законної національної гордості: «Боже, прости мені і помилуй! Я написала «Дон Жуана»! Отого-таки самого, «всесвітнього і світового», не давши йому навіть ніякого псевдоніма. Правда, драма зветься «Камінний господар», бо ідея її – перемога камінного, консервативного принципу, втіленого в Командорі, над роздвоєною душею гордої, егоїстичної жінки Донни Анни, а через неї і над Дон Жуаном, «лицарем волі»... В сій темі є щось диявольське, містичне, недарма вона от уже хутко 300 літ мучить собою людей. Кажу «мучить», бо писано на неї багато, а доброго написано мало... Так чи інакше, але от уже і в нашій літературі є «Дон Жуан», власний, не перекладений, оригінальний тим, що його написала жінка (се, здається, вперше трапилося сій темі)» [4, с. 396].

Варто звернути увагу насамперед на феміністичну тенденцію, якій, на відміну від інших авторів «донжуанівських» сюжетів, слідує Леся Українка при написанні драми. Авторка, яку так переймала жіноча доля у суспільстві, велику увагу приділяє Донні Анні і Долорес. Порівняно з жіночими характерами образ Дон Жуана постає у драмі контрастною їх протилежністю, яку Леся Українка використовує для поглиблення психологічної характеристики персонажа. Безумовно, цей образ відзначається багатогранністю, динамізмом характеру, але, співвідносно з представницями т. зв. «слабкої» статі, Дон Жуан виявляється нижчим щодо їхніх вольових рис, а тим більше – вчинків.

Письменниця підкреслює відчайдушність героя, що, як стверджує Я. Розумний [3], зробило його «банітом», але ця відчайдушність асоціюється із слабкістю людини, що у пориві біологічних бажань породжує безповоротні вчинки, яких не може пробачити йому суспільство. Дон Жуан, позбавлений дворянських прав і звання, поставлений владою і церквою поза законом, зневажає суспільні традиції та закони. Його дотепність, демонстративна незалежність та зухвалість подобається жінкам. Інфанта, циганка, дочка рабина, абатиса – жодна з них не встояла перед відчайдушним, красномовним спокусником. Проте у Лесі Українки Дон Жуан і сам стає жертвою жінки, навіть не стільки жінки, як кар'єри, жага якої призводить його до «скам'яніння». Дія розгортається у руслі занепаду героя, де простежується деградація особистості сильного чоловіка. Спочатку Дон Жуан не поділяє прагнень Анни і вірить, що її «камінний» сон зможе розбудити вогнем любові, та дарма – Анна одержима становищем і владою, а Дон Жуан їй потрібен лише для досягнення цілі, адже скрізь панівними визнані чоловічі пріоритети.

Але в інтерпретації Лесі Українки патріархальні цінності постають не такими вже й визначальними, письменниця надає перевагу психологічним аспектам поведінки героїв. Головним для авторки є якраз «оте магічне», про що говорить Леся Українка у листі до А. Кримського [4] і що однаково приваблює і чоловіка, й жінку та урівнює їх, – спокуса, без якої не існувало б добра і зла, й жодних протилежностей взагалі. Можливо, у тому і криється особливість інтерпретації Лесі Українки, що вона по-жіночому переосмислила образ Дон Жуана і надала іншого змісту гріховній спокусі людства. Її Дон Жуан постає не чоловіком-спокусником, а звичайною людиною, яка «кам'яніє» душею, піддавшись спокусі. Однак висловлені у нашому дослідженні міркування далеко не вичерпують порушеної проблеми і потребують подальших ґрунтовних студій.

### **Список використаних джерел**

1. Агеева В. Чому торжествує камінний господар? *Слово і час*. 1996. № 8–9. С. 42–49.

2. Криловець А. Проблема самототожності в «Камінному господарі». *«Камінний господар» Лесі Українки та феномен середньовіччя*: зб. наук. пр. 1998. С. 84–89.
3. Розумний Я. Від «Севільського ошуканця» до українського Дон Жуана. *Слово і час*. 1993. № 6. С. 25–29.
4. Українка Леся. Лист до Агатангела Кримського від 6 червня 1912 року. *Українка Леся. Зібрання творів у 12 т.* Київ: Наукова думка, 1979. Т. 12. С. 395–397.

**Анастасія Сич,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: Галина Гримашевич,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЇЖИ ТА НАПОЇВ У КНИЗІ НАДІЙКИ ГЕРБІШ «ТЕПЛІ ІСТОРІЇ ДО КАВИ»**

*У розвідці охарактеризовано однокомпонентну та багатокомпонентну структуру лексем на позначення їжі та напоїв, ужитих у книзі Надійки Гербіш «Теплі історії до кави».*

**Ключові слова:** *лексика, лексема, структура, глутоніми.*

У книзі «Теплі історії до кави» Надійка Гербіш здебільшого вживає лексику на позначення їжі та напоїв іншомовного походження, але є незначна кількість глутонімів українського походження. Як і українська лексика, так і запозичена має різну структуру. Ми поділяємо зафіксовані номени на однокомпонентні, які складаються з однієї лексеми, та багатокомпонентні, до складу яких входить понад дві лексичних одиниці. Опрацювання тексту засвідчило, що іншомовні лексеми на позначення їжі й напоїв, ужиті в тексті, здебільшого мають однокомпонентну структуру, морфологічне вираження якої супроводжується іменниковою лексемою: *мате, лате, капучино, глінтвейн, какао, рістретто, еспресо, тост, бекон, струдель, круасан, банани, бутерброд, кекс, бурітос*. Наприклад: *«Там зазвичай виставляли струделі й рога-лики, а тут, несподівано, кекс!»* [1, с. 104].

Водночас у творі авторка переважно послуговується багатокомпонентними лексемами на позначення їжі й напоїв, оскільки за допомогою таких конструкцій описує не лише іншомовну глутонімну лексику, а й власне українську. Вибірка досліджуваного матеріалу з указаної вище книги дає підстави виокремити кілька груп лексики:

1. Назви, що мають залежний іменник із прийменником - з/зі- (із) в орудному відмінку: *коржики з горіхами, вареники зі шкварками, кава з веселковою пінкою, кава з вершковим морозивом, кава з молоком, лате зі спеціями, какао з імбирним пряником, грінки із часником, круасани із шоколадом, вареники з вишнями*. Наприклад: «Я саме круасанів із шоколадом із горя напекла» [1, с. 76]; «І грінок із часником» [1, с. 57]. Усі названі лексеми маніфестують важливість залежного елемента, що вказує на унікальність страви, а також описує інгредієнт або начинку.

2. Назви, що мають залежний іменник із прийменником - з/зі- (із) у родовому відмінку: *узвар із яблук, чай з м'яти (шипшини, бузини), варення з персиків*. Наприклад: «Чай – з м'яти, шипшини, бузини...» [1, с. 89], «...омивала узваром із яблук брудні патьоки від внутрішніх сліз...» [1, с. 6–7]. Залежний елемент конкретизує головне слово, описуючи додатковий інгредієнт.

3. Назви, що мають залежний іменник із прийменником -у-, -в-, -на- в місцевому відмінку: *липовий мед на сирниках, груші у фартушку*. Наприклад: «...липовим медом на сирниках склеювала шматки розчавленого серця...» [1, с. 6]; «...щоби повернутися з порцією запаших грушок у фартушку» [1, с. 7].

4. Назви, що складаються з відносного прикметника та іменника, тобто являють собою атрибутивне словосполучення: *гарбузовий пиріг, мускатний горіх, мигдалеве печиво, сирний пиріг, волошковий чай, маковий струдель, шоколадно-горіхове лате, чорничний пиріг, кленовий сироп, яблучний струдель, мандариновий плячок, полуничний смузі, полуничний пиріг*. Наприклад: «На останнє бабуся сине Різдео Олеся спекла мандариновий плячок» [1, с. 149], «Ваші яблука, чорничний пиріг із волошковим чаєм...» [1, с. 99].

5. Назви, що мають складну поширену структуру: *печені яблука з солодким сиром та цинамоном, кава з вершковим морозивом / із кленовим сиропом / із цвітом ружі, цикорієвий напій зі згущеним молоком, капучино з густою пінкою, шоколадними розливами й горіховою посипкою*. Наприклад: «...робила собі капучино з густою пінкою, шоколадними розливами й горіховою посипкою, а тоді сідала й дивилася у вікно» [1, с. 54]. «Ти любиш сирні пироги з шоколадною поливкою і полуницями?» [1, с. 109].

Зауважимо, що поодинокі описано іменниково-прикметникові найменування страв та напоїв, супровідні елементи яких вказують на смакові рецептори або на подачу страви чи напою: *смачний чай, гарячий шоколад, міцна кава, гірка кава, гіркий шоколад, гіркувато-солодка кава*. Наприклад: «Пухка пінка, наче хмаринки із запахом гіркою шоколаду, гіркувато-солодка кава з яблучним струдлем смакували чудово» [1, с. 122], «Її збиралася на язичі гіркота, хотілося гарячого й солодкого-солодкого какао...» [1, с. 142].

Варто зазначити, що на кожній сторінці книги авторка вживає сполуку присвійний займенник (рідко – особовий та зворот-



ній) + іменник поряд із назвами їжі та напоїв: *допила свою каву, заварити тобі чаю, готувати собі какао, забираю твої чай, замов мені чаю з лимоном, пий свій чай, його чай і моя кавка*. Наприклад: «У нас на столику лише його чай і моя кавка...» [1, с. 127], «Кавка – твоя улюблена, м'яка, без усіляких кислотинок і гірчинок. Турка – теж твоя улюблена, глиняна й пузата» [1, с. 71]. Таке функціонування глутонімів у мовній тканині художнього тексту Надійки Гербіш засвідчує частоту використання представлених назв їжі та напоїв і їхню важливість для щоденного життя персонажів.

Отже, на позначення їжі та напоїв у прозовому дискурсі Надійки Гербіш фіксуємо низку власне українських та іншомовних лексем, причому авторка однокомпонентні елементи вживає значно рідше, передовсім це стосується питомої лексики. Водночас запозичені номени функціонують переважно в багатокомпонентних структурах, у яких залежний елемент доповнює, уточнює, конкретизує головний.

### **Список використаних джерел**

1. Гербіш Н. Теплі історії до кави. Київ : Брайт Стар Паблішинг, 2013. 168 с.

**Валерія Соєнко,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Леся Яцук,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ОДНОСКЛАДНІ РЕЧЕННЯ В ЗБІРЦІ О. КЛИМЕНКА «SUPRAPHON»**

*У тезах розглянуто типи односкладних речень, часто використуваних О. Клименком у новелах і повістях збірки «Supraphon».*

**Ключові слова:** синтаксис, просте речення, односкладне речення.

У сучасній мовознавчій науці не викликає сумніву своєрідність синтаксичного рівня художнього твору, який реалізує загальнонародні особливості мовлення та власні (індивідуальні) особливості мовленнєво-естетичного освоєння навколишньої дійсності автора. Дослідження синтаксичної організації художнього твору набуває в українській мові дедалі більшого значення й наукового опрацювання, що зумовлено входженням вітчизняного текстотворення в постмодерний простір, який, окрім нового прочитання традицій, передбачає активне використання різних форм вираження думки (речень) у нових текстах. У студіях І. Вихованця, С. Ярмоленко, К. Городенської, А. Загнітка, Н. Гуйванюк,

К. Шульжука, М. Степаненка висвітлено загальнотеоретичні проблеми стилістичного синтаксису.

Речення з одним головним членом здавна привертала увагу вчених (О. Синявський, Ю. Шевельов, Л. Булаховський, Б. Кулик, І. Вихованець, П. Дудик, А. Грищенко, В. Брицин, К. Шульжук, А. Загнітко та ін.). Односкладними називають такі речення, котрі, не маючи окремого граматичного вираження для суб'єкта або предиката, представлені лише одним головним членом (поширеним чи непоширеним), який сам або разом із другорядними членами називає предмет, явище, стан, дію й за допомогою граматичних форм слів та інтонаційних засобів установає їх відношення до дійсності.

Для називання імен, місцевості, предметів, дій, фактів, для створення певного художнього образу Олександр Клименко в збірці «Supraphon» часто використовує номінативні речення: «Джузеппе...» [3, с. 8]; «П'ятниця», «Неділя», «Понеділок» [3, с. 13]; «Бі та маленьке лоша» [3, с. 8]; «Хмари etcetera» [3, с. 16]; «Суцільне, абсолютне мерехтіння» [3, с. 18].

Такі синтаксичні структури автор уживає як окремо, так і поряд з іншими конструкціями: «Све. Де. Нбо» [3, с. 27]; **«Старезна казка про потвору зі смертю у голці»**. Доки не знаєш про це, доти не маєш спокою, а коли знаєш, маєш спокій, та настає час боротьби» [3, с. 12]. Вони можуть бути на початку чи в кінці абзацу або ж виконувати роль зв'язку, готуючи нас до того, про що мовитиметься в абзаці. Вони займають особливе місце в мистецтві текстів – створюють видимі образи: «Острів, капітан Немо» [3, с. 16]. У цьому реченні автор для опису місцевості використовує знайомі образи з твору Ж. Верна. Необхідно наголосити, що тут і в інших синтаксичних конструкціях письменник передає іншомовну лексику латиницею для виділення її з контексту, увиразнення мовлення.

Автор номінативними реченнями окреслює контури картини, які читач доповнює відповідно до своєї особистої уяви. Їхнє вживання не випадкове, воно створює тло, де відбувається основна дія: **«Maena and Smirnoff. Я відкрив очі й побачив жест нашого Господа: дорожній знак, а на ньому білою крейдою – «Maena and Smirnoff». Це був зрозумілий жест: нічого складнішого я не збагнув би. А це откровення я зрозумів і впав на коліна. Я був знесилений, з моїх очей котилися сльози»** [3, с. 17].

У творах збірки «Supraphon» О. Клименка використані й означено-особові речення, які сприяють стислості й динамічності оповіді: «Відклади книжку» [3, с. 44]; «Не вірю цим розмовам» [3, с. 47]. Часто перша частина складнопідрядних речень побудована за схемою таких односкладних речень: **«Зафарбовую скельця окулярів, аби почути реміксування фата-моргани»** [3, с. 37]; **«Не думаю, щоб я чогось з часом не наплів»** [3, с. 40].

Безособові конструкції, маючи у своєму складі головний член, що виражає не діяльність суб'єкта, а його психічний чи фізичний стан, настрій, волевиявлення, прагнення, бажання, також стан природи, оточення, якийсь процес, увиразнюють, роблять акцентованими дію або стан, відображаючи їхню самовільність та існування незалежно від діяча: «Треба багато часу» [3, с. 74]; «Треба кричати і – пательнею, пательнею!» [3, с. 80]. Трапляються й інфінітивні односкладні речення: «Зруйнувати поетичне середовище, зламати новобудови!» [3, с. 64].

Отже, Олександр Клименко поряд із простими двоскладними речення вживає в повістях і новелах збірки «Supraphon» різні типи односкладних, насамперед номінативні, означено-особові та безособові. Зокрема, односкладні номінативні, головний член яких, виражений іменником у називному відмінку, стверджує буття предмета або явища. Такі синтаксичні структури, маючи значний стилістичний потенціал, увиразнюють емоційні стани персонажів.

### **Список використаних джерел**

1. Брицин В.М. Односкладні речення в українській мові: до питання методології їхнього дослідження. *Мовознавство*. 2001. № 3. С. 81–87.
2. Грищенко А. П. Номінативне речення. *Українська мова: енциклопедія / редкол. В.М. Русанівський, О.О. Тараненко, М.П. Зяблюк та ін. Київ : Українська енциклопедія, 2000. 752 с.*
3. Клименко О.І. *Supraphon: новели, повість*. Луцьк : ПВД «Твердиня», 2006. 136 с.

**Аліна Соколюк,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: Анжеліка Попович,  
доктор педагогічних наук, доцент*

## **СИСТЕМА ВПРАВ ЗІ СТИЛІСТИКИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В 11 КЛАСІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

*У статті проаналізовано теоретичні аспекти виокремлення  
вправ зі стилістики української мови.*

**Ключові слова:** *стилістика, стилістичні вправи, урок української мови.*

Для формування в здобувачів загальної середньої освіти стилістичних умінь і навичок велике значення має вдале застосування стилістичних вправ. Питання використання стилістичних

вправ на уроках української мови віддзеркалено в працях Н. Бондаренко, П. Кордун, І. Кучеренко, М. Пентилюк, А. Попович, С. Омельчука та ін. Корисними є методичні поради О. Гопик, І. Дацюк, О. Дрик, Н. Карман, С. Коваленка, Т. Кучми, А. Мамаєвої, Д. Семчук, А. Тургай.

Лінгводидакти твердять, що стилістичні вправи – особливий вид завдань, які виконують учні в процесі засвоєння шкільного курсу української мови. Ці вправи допомагають глибше зрозуміти закономірності розвитку української мови, пізнавати її красу й багатство та навчитися ним користуватися. Необхідним для стилістичних вправ є неперервне ускладнення завдань, урахування попередніх знань здобувачів, взаємозв'язок між типами вправ, рівномірне чергування різних видів тощо.

Стилістичні вправи пов'язані з основним програмовим матеріалом з української мови і використовуватись ізольовано від нього не можуть. Адже це призведе до штучного відокремлення стилістичних засобів від загальномовних явищ і до порушення принципу системності. Наприклад, не можна потлумачити стилістичне багатство української мови, пов'язане з прямим і переносним значенням слів, не пояснивши суті явища переносності, як не можна на уроках лексики у процесі вивчення цієї ж теми не продемонструвати стилістичної функції цього явища.

По-друге, стилістичні вправи якнайтісніше пов'язані з піднесенням загальної мовленнєвої культури здобувачів. Система стилістичних вправ – це струнка, чітко окреслена послідовність розумових дій і операцій, що ґрунтується на поняттях загальномовних явищ, їх стилістичній диференціації і впливає з життєво необхідних потреб удосконалення комунікативних умінь і навичок.

Принципи побудови системи стилістичних вправ віддзеркалюють зміст, місце, структуру вправ у процесі їх застосування. До таких принципів зараховують змістовність тексту; здійснення міжпредметних зв'язків і порівняння текстів різних стилів; відповідність змісту вправ матеріалові програмових розділів; перспективність, наступність і систематичність вправ; диференційований підхід до знань учнів у доборі вправ; підпорядкування змісту вправ роботі над типовими помилками в мовленні учнів; добір видів вправ залежно від методів та прийомів їх реалізації. Система стилістичних вправ ґрунтується на єдності та взаємодії перерахованих вище принципів [3, с. 329-330].

М. Пентилюк зауважує, що плануючи використання певного стилістичного завдання на тому чи тому уроці, учитель повинен дотримуватися основної мети – засвоєння, повторення або закріплення програмової теми, оскільки завдання зі стилістики на уроках української мови в 11 класі є основними, а не супроводжувальними. Кількість стилістичних вправ коригує вчитель за-

лежно від особливостей граматичного матеріалу, складності теми уроку та ступеня підготовки учнів.

Основи класифікації стилістичних вправ розробила М. Пентилюк. Вона переконувала в потребі виокремлювати вправи зі стилістики за такими критеріями: 1) форма виконання: усні й письмові; 2) місце виконання: класні й домашні; 3) зміст програмового матеріалу: лексично-стилістичні, фонетично-стилістичні, граматично-стилістичні; 4) роль в освітньому процесі: супровідні, спеціальні, вправи на закріплення й поглиблення знань і вмінь, або тренувальні; 5) методика виконання: колективні й індивідуальні [5; 6].

В українській лінгводидактиці в цьому аспекті відомі праці З. Бакум, Н. Баранник, Г. Глазков, Г. Дідук, Л. Кратасюк, О. Кучерявої, О. Кулик, І. Кучеренко, Т. Ліштаби, В. Луценко, В. Новосьолової, О. Попової, А. Попович та ін. Так, О. Кулик пропонує вирізняти аналітичні, репродуктивні, конструктивні й продуктивно-творчі вправи [1]. В. Луценко поділяє вправи на комунікативно-репродуктивні, аналітичні, комунікативно-креативні [2]. На думку А. Попович, стилістична підсистема зреалізовується через такі види вправ:

1) за етапами стилістичної підготовки: супровідні й спеціальні;

2) за змістом програмового матеріалу: загальностилістичні й рівневостилістичні: лексично-стилістичні, фонетично-стилістичні, граматично-стилістичні (словотвірні-стилістичні, морфологічно-синтаксичні, синтаксично-стилістичні);

3) за видами стилістичних умінь і навичок: стилістично-мовні, стилістично-мовленнєві, стилістично-комунікативні (стилістично-інформаційні, стилістично-інтерактивні, стилістично-перцептивні) [7].

Ефективність вправ зі стилістики залежить від знань і умінь учнів, одержаних у молодших та середніх класах, тобто від урахування принципу перспективності і наступності. Адже основним завданням, яке стоїть перед одинадцятикласниками, є повторення і систематизація основних відомостей із синтаксису й стилістики, а також формування відповідних практичних умінь і навичок; поглиблення найважливіших лінгвістичних знань [4, с. 4].

Вагомим у створенні системи вправ зі стилістики в 11 класі має різноманітність їх змісту і видів. Правильний добір вправ забезпечить посилення інтересу учнів до виучуваного матеріалу, допоможе оволодіти мовою і сприятиме розкриттю стилістичного багатства української мови.

### **Список використаних джерел**

1. Кулик О.Д. Стилістичний аналіз складних синтаксичних конструкцій як засіб удосконалення граматичного ладу мовлення учнів 7–9 класів :

- дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 «Теорія та методика навчання (українська мова)». Київ, 2005. 236 с.
2. Луценко В. І. Методика вивчення повнозначних частин мови на функціонально-стилістичних засадах в основній школі : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 «Теорія та методика навчання (українська мова)». Херсон, 2009. 252 с.
  3. Методика навчання української мови в середніх освітніх закладах: підручник для студентів філологічних факультетів університетів / колектив авторів; за ред. М.І. Пентиліюк. Київ : Ленвіт, 2005. 400 с.
  4. Навчання української мови в 10-11 класах / О. Біляєв, Л. Скурратівський, Л. Симоненкова, Г. Шелехова. Київ : Освіта, 1998. 143 с.
  5. Пентиліюк М.І. Робота з стилістики в 4–6 класах. Київ : Рад. школа, 1984. 136 с.
  6. Пентиліюк М.І. Робота із стилістики в 8–9 класах. Київ : Рад. школа, 1989. 112 с.
  7. Попович А.С. Методика навчання стилістики майбутніх учителів української мови і літератури в закладах вищої освіти. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин Я.І., Абетка, 2018. 376 с.

**Любов Солодун,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Миколаївський національний університет  
імені В.О. Сухомлинського*

*Науковий керівник: **Лілія Рускуліс,**  
доктор педагогічних наук, доцент*

## **МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ МЕНТАЛЬНОЇ КАРТИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ МОВознавчих ДИСЦИПЛІН У ЗВО**

*У роботі окреслено особливості ментальної мапи, її застосування на заняттях з мовознавчих дисциплін у ЗВО, описано методику створення інтелект-карти на прикладі одного онлайн сервісу.*

**Ключові слова:** *майндмепінг, наочність, візуалізація, метод навчання.*

Майндмепінг або ментальна карта – це зручний спосіб наочного відображення будь-якої інформації [3]. За допомогою мапи думок (асоціативної, інтелект-карти, мапи пам'яті, розуму) можна структурувати великий обсяг інформації.

Дослідники вважають, що вперше ментальну мапу як метод візуалізації інформації використав філософ Порфирій Тирський в III ст. н. е., щоб осмислити концепції Аристотеля. Поява теорії інтелект-карт датується кінцем 60-х – поч. 70-х рр.. XX ст., автором методики Mind-Map є відомий британський психолог, професор Вестмінстерського університету Лондона Тоні Б'юзен.

Аналіз наукових джерел дозволяє виокремити такі особливості інтелект-карти:

- лаконічне, чітке та послідовне викладення думок;
- посилене використання графічних образів, зображень для подальшого аналізу інформації;
- робота як мінімум з трьома і більше розгалуженнями;
- варіанти розмірів шрифтів, товщини ліній, масштабу графічних елементів;
- використання стрілок для підкреслення зв'язків між гілками мапи;
- окреслення частин важливої інформації за допомогою ліній [3].

Ментальні карти є ефективним методом під час вивчення мовознавчих дисциплін у ЗВО. Вони допомагають фіксувати великий обсяг інформації, структурувати та аналізувати матеріал, формулювати власну думку [2]. Студенти не просто запам'ятовують матеріал, а осмислюють його. Доцільно використовувати мапу розуму з метою: візуалізації змісту теми заняття; створення різних за складністю презентацій та проєктів, адже інтелект-карти мають очевидні переваги перед класичними презентаціями, оскільки студенти цілісно та всебічно опрацьовують матеріал [3].

Розглянемо методику створення ментальної карти на прикладі онлайн сервісу Simple Collaborative Mind Maps & Flow Charts – Coggle [1].

Це безкоштовний онлайн додаток, який підтримує групову роботу над проєктами. Інтерфейс програми має безліч функцій, однак простий у роботі. Програма підтримує використання зображень, індивідуальні колірні схеми й можливість перегляду історії документа. Mind-map, створені в програмі Coggle, можуть експортуватися в форматі PNG або PDF.

Отже, визначаємо такі особливості Coggle для створення ментальних мап:

- особливе управління. Нові гілки, наприклад, з'являються подвійним натисканням, колірна схема виникає при натисканні правою кнопкою.
- експорт у форматах PNG, PDF.
- працювати над картою може декілька осіб із різних пристроїв. Є чат і коментарі;
- історія змін. За шкалою рухається бігунок, повертаючи карту на потрібний відрізок редагування;
- більше 1600 іконок;
- доступна галерея чужих карт;
- синхронізація з Google Диском.

Для створення інтелект-карти потрібно:

1. Увійти в додаток Simple Collaborative Mind Maps & Flow Charts – Coggle, зареєструватися за допомогою профілю Coggle. Відкривається кабінет, де будуть зберігатися створені ментальні карти.

2. Натиск на вкладку «Створити діаграму» уможливає відкриття діалогового вікна для створення ментальної мапи. У центральній частині сторінки розміщується фігура – це і є ключове поняття майбутньої карти.

3. Із ключового поняття будуються відгалуження. Для цього, виділивши поле від якого буде відходити відгалуження, слід натиснути на значок «+». Таким же способом можна створити другорядні відгалуження, й, відповідно, створити «дерево» карти знань.

Крім тексту, на карту знань можна додавати зображення, гіперпосилання, змінювати оформлення, типи шрифтів (зробити текст жирним, курсивом, вирівняти). Можна переміщати гілки так, як зручно тому, хто створює карту.

Отже, інтелект-карта – це сучасний спосіб викладення навчального матеріалу, який зробить будь-яке заняття цікавим і пізнавальним. Використання майндмепінгу в процесі вивчення української мови у ЗВО є дієвим способом викладання та засвоєння матеріалу.

### **Список використаних джерел**

1. Онлайн сервіс Simple Collaborative Mind Maps & Flow Charts – Coggle. URL: <https://coggle.it> (дата звернення: 14.11.2022).
2. Погребенник І. Ментальні карти при викладанні української мови і літератури у закладах професійно-технічної освіти. *Українська професійна освіта*. 2018. № 4.
3. Шахіна І.Ю., Медведєв Р.П. Використання ментальних карт у навчальному процесі. *Наукові записки. Серія: Проблеми методики фізико-математичної і технологічної освіти*. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2015. Вип. 8. Ч. 3. С. 75.



**Уляна Соломонова,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка,  
Науковий керівник: **Людмила Марчук,**  
доктор філологічних наук, професор

### **УЖИВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В ТЕКСТАХ ЛЮКО ДАШВАР**

*Вивчення мовного вираження запозичених феноменів уможли-  
вляє простежити певні тенденції в постмодерністській прозі.*

**Ключові слова:** іншомовні слова, експресивні конструкції, ме-  
тафора, індивідуальний стиль, іншомовізм.

Сучасні вчені, досліджуючи художній ідіостиль, зазначають, що його опис залежить від художньо-образного аналізу твору і від того, з якими позамовними явищами дійсності співвідносяться ці одиниці. Залежно від індивідуальної естетики слова позамовний світ набуває різних мовно-виразових форм в ідіостиі, підпорядковується естетичним законам творення і сприймання художнього тексту, через що утворюються образні словесні ряди (епітети, метафори, порівняння). Різні компоненти художнього тексту можуть сприяти функціональній активізації слів із звуковою або колірною семантикою. В енциклопедії «Українська мова» індивідуальний стиль трактується як «сукупність мовно-виражальних засобів, які виконують естетичну функцію і вирізняють мову окремого письменника з-поміж інших» [2, с. 604].

У новітній період з'являються праці українських мовознавців, присвячені функції запозичень, оскільки вони також займають певне місце в структурі мовної картини світу українців [1]. Іншомовні слова в текстах Люко Дашвар беруть участь в механізмі утворення метафори, який діє в мінімальному словосполученні, що складається з двох компонентів: такого, що метафоризує і метафоризованого. Вони являють собою мінімальний метафоричний контекст, необхідний для реалізації семантичних відношень переносної ознаки. Напр.: «Голодний лютий шлунок давно залишив постійне місце проживання. Залишив там лише хронічний **SOS**: «Їсти! Їсти!» (Макс, 162).

Часте використання іншомовного слова в структурах на позначення психічної діяльності уможливило створення такого метафоричного вислову, як от: «Життя перетворилося на дурний **кросворд**: напишеш слово по горизонталі, вертикаль утратиш. Новий рік радить радіти, а Ліда досі намагається всі клітини свого **кросворда** без утрат заповнити» (Мати все, с. 83-84).

Метафори цієї семантичної групи можуть бути простими за будовою, але надзвичайно місткими за значенням: «...знекровлена бідю Іветта Андріївна Вербицька повернулася з **консиліуму**» (Мати все, с. 36).

Крім того, іншомовні слова беруть участь у творенні оцінної функції, яка полягає у відтворенні за допомогою іншомовізму ставлення оповідача до людей, предметів та явищ, що його оточують. «Усміхнулася знічено, наче побачила справжнє життя, яке спромоглося відмитися від бруду, **стереотипів** і пліток» (Добити свідка, с. 445).

Таким чином, лексичних засобів та способів для вираження авторського стилю в тексті існує багато, вони виконують різну стилістичну функцію та по-різному впливають на читача. Уміння та здатність унікально та влучно використовувати лексичні засоби для досягнення мети автора визначають його майстерність та професіоналізм.

### **Список використаних джерел**

1. Сімонок В.П. Семантико-функціональний аналіз іншомовної лексики в сучасній українській мовній картині світу. Харків: Основа, 2000. 331 с.
2. Українська мова: енциклопедія / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О.О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В.М. Русанівський [та ін.]. 2-е вид., випр. і допов. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Вахана, 2004. 820, [2] с.

**Оксана Кучерява,**

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

**Вікторія Туршу,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

### **ІНТЕРНЕТ-МЕМИ У ФОРМУВАННІ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ 5 КЛАСІВ ЗЗСО**

*У статті розглянуто інтернет-меми як новітній візуальний засіб навчання та його роль у формуванні лексичної компетентності учнів. Проаналізовано вимоги до оновлення змісту освіти й розкрито методику роботи з інтернет-мемами під час вивчення розділу «Лексикологія» у 5 класах.*

**Ключові слова:** лексична компетентність, візуальні засоби навчання, інтернет-меми, соціокультурний підхід, українська мова.

Сьогодні, як відомо, система освіти перебуває на шляху оновлення й модернізації. З'являються нові вимоги до змісту освіти, які відображені у нормативно-правових документах, зокрема Законі України «Про повну загальну середню освіту», Державному стандарті та програмах НУШ. Тенденція осучаснення освітньої системи ЗЗСО характеризується тим, що знання перестають бути основною метою навчання. Натомість пріоритет надається розвитку здатності в школярів користуватися отриманими знаннями та застосовувати їх у різноманітних життєвих і комунікативних ситуаціях. У зв'язку з посиленням діяльничого компонента змісту освіти виникає потреба у формуванні в учнів ключових та предметних компетентностей, необхідних для їхньої життєдіяльності, зокрема йдеться про формування лексичної компетентності, яка, як зазначає О. Кучерук, «становить мовну основу їхнього мовленнєвого розвитку» [4, с. 48].

Як відомо, лексична компетентність є базовою предметною компетентністю. Вона передбачає дотримання норм у виборі мовленнєвих засобів, володіння словниковим запасом у різних ситуаціях спілкування, попередження лексичних помилок. Проте процес її формування є тривалим і кропітким. Учні мають не лише постійно поповнювати власний словниковий запас, а й уміти коректно використовувати лексеми у процесі мовленнєвої діяльності, зважаючи на контекст та ситуацію, для вираження власної позиції або думок, оригінально добираючи вербальні асоціації. Зазначимо, що сучасна методика вивчення розділу «Лексикологія» пропонує широке використання новітніх візуальних освітніх засобів, які є одним із найефективніших способів передавання інформації. Вони, безперечно, сприяють кращому запам'ятовуванню навчального матеріалу, розвитку уваги, креативного мислення учнів 5-го класу. Одним із таких сучасних візуальних засобів навчання є інтернет-мем.

Останнім часом мем як новітня інформаційна інтернет-одиниця набув надзвичайного поширення. Він є популярним засобом комунікації в соцмережах і, як зауважують дослідники Ж. Горіна й О. Олійник: «Віртуальний комунікативний простір сьогодні заповнили інтернет-меми, гіф-анімація, зображення в поєднанні з різними приписами або з іронічно-гумористичним ухилом, або з відвертими висміюваннями, знуцанням, пародіюваннями, або ж заряджені позитивною мотивацією до рішучих дій, що здатні швидко множитися і миттєво поширюватися» [3, с. 54]. Усі ці картинки з короткими текстами, в більшості своїй, користувачі називають інтернет-мемами. Але насправді вони мають наукову класифікацію належать до певного типу, маючи чіт-

ко виражені структурно-семантичні риси, що відрізняють одні від інших. Зокрема дослідженню мемів присвячені праці зарубіжних і вітчизняних дослідників, зокрема С. Блекмора, Р. Броуді, М. Годвін, Д. Деннета, О. Дзюбіної, Ч. Ламсдена, А. Лінча, О. Нежури, Ю. Щуріної та ін., які доводять, що поєднання в мемах візуальних і мовних параметрів дозволяє «в максимально стислій формі передавати глибокі смисли і кодувати цілі висловлювання. Активно поширюючись у соцмережах, меми стали одиницями крос-культурної передачі інформації» [7, с. 800].

Мем, або інтернет-мем, – це «будь-яка дотепна коротка інформація (фраза, зображення, звукоряд, відео) іронічного характеру, яка відтворює певне ставлення до якихось подій чи обставин, та поширюється в інтернеті» [2]. Є. Анісімова виокремлює такі їх типи: візуальні: зображення у вигляді цілісної картинки або коміксу; аудіальні: меми у вигляді пісень, девізів, коротких аудіо; текстові: словесний твір, що виник без візуального супроводу, різноманітні неологізми. Текстові меми можуть мати ряд-асоціацію візуального супроводу, яка пов'язана з джерелом походження (наприклад, TikTok і YouTube) [2].

На нашу думку, інтернет-меми найдоцільніше використовувати для закріплення та узагальнення знань з лексикології. Наприклад, під час вивчення теми «Лексична помилка. Суржик» можна використати мем, поданий на рис. 1.



Рис. 1. Мем «**Calvin Candie laughing**», використаний під час вивчення теми «Лексична помилка. Суржик»

За допомогою цього мему з аристократичним актором Леонардо ді Капріо, який чи не найкраще підійде для опрацювання учнями 5 класів теми «Суржик», ми наочно роз'яснюємо те, наскі-

льки вишуканою стане мова без суржикю. Людина, уникаючи вживання подібної лексики, стає також, нібито «мовним аристократом», який усіяко дбає про чистоту власного мовлення.

Наступний мем з Дрейком, представлений на *рис. 2*, пояснює правильне вживання слів української мови, максимально уникаючи й «закриваючись» від суржикових «бабочка» (нормативний відповідник – «метелик»), «бессрочний» (нормативний відповідник – «безстроковий») або «осмотр» (нормативний відповідник – «огляд»).



*Рис. 2. Мем «Drake» (тема «Лексична помилка. Суржик»)*

Можна створити багато мемів для закріплення та узагальнення знань з теми «Лексична помилка. Суржик». Проте ми не обмежилися лише нею. Під час вивчення з учнями теми «Синоніми» доцільно буде використати мем, який показує синонімічне різноманіття дієслова «дивитись».



*Рис. 3. Мем «Expanding Brain» у рамках вивчення теми «Синоніми»*

Його ми можемо розшифрувати наступним чином: «маленький мозок» знатиме лише поширене слово «дивитись», а «мега-мозок» розумітиме і використовуватиме навіть такі рідковживані

дієслова, як «глипнути» і «бликнути». Мем з мозком дозволяє дібрати максимально можливу кількість різноманітних синонімів до певних слів і в такий нестандартний спосіб допомагати учням створювати синонімічні ряди.

Під час вивчення теми «Групи слів за походженням: власне українські й запозичені (іншомовного походження) слова» ми рекомендуємо учням 5-х класів ознайомитися з інтернет-мемом, зображеним нижче на рис. 4.



Рис. 4. Мем «SaltBae»

Суть створеного нами мему на основі популярного «SaltBae» з турецьким кухарем Нусретом Гьокче полягає в тому, що українська мова настільки багата, що всі іншомовні відповідники можна замінити питомо українськими словами. І вони, неначе сіль, приправляють нашу мову, роблячи її більш «смачною» та милозвучною. Якщо учні не знатимуть значення поданих слів, учитель має пояснити їх й подати приклади вживання в реченні, як-от: «герць» – це боротьба між противниками, поєдинок, дуель. Приклад речення: «Скільки ж полягло славних воїнів у важкому герці!».

Дуже важливим для формування україномовної особистості учня є застосування соціокультурного підходу під час вивчення тих чи тих лексичних тем. Розглянемо це на прикладі мему, поданого на рис. 4. П'ятикласники мають розкрити значення поданих слів безпосередньо на уроці й виконати таке домашнє завдання: дібрати уривки з творів української літератури, де будуть зустрічатися означені слова.

Подаємо нижче приклади уривків з художніх творів, які можуть дібрати учні зі словом «герць».

1. «Тоді будеш, вражий ляше,  
Вдачею хвалиться,  
Коли спробуєш зі мною  
Та й на **герці** биться.  
Гей, гей, гей, гей,

*Та й на герці биться!»* (уривок з народної пісні «*Цвіте сад-виноград, терен розцвітає*») [5].

У цьому уривку лексема «герць» вживається у значенні «окремі сутички, поєдинки українських козаків з ворогами перед боєм». Учні доходять висновку, що це слово, відповідно, є історизмом, тому що воно не має сучасних відповідників в українській мові. Або розглянемо інший приклад:

2. «Воріженьки» таки були милі й безобидні, а війни, власне, ніякої й не було, був тільки «**герць**», така парада, гулянка. «Козаченьки» йшли на «герць погуляти» з «воріженьками» (уривок з роману Івана Багряного «Огненне коло») [1, с. 243]. Порівнюючи другий й третій уривки з творів, п'ятикласники доходять висновку, що тут слово «герць» автори вжили у значенні «двобій, боротьба між противниками; поєдинок», й це значення з-поміж усіх можливих найбільш близьке розумінню для нас, сучасників.

3. *«І від тоді на всіх панів*

*Нетайний і завзятий гнів*

*Комісар мав у своїм серці.*

*На панський не ступав поріг,*

*За те з панами де лиш міг*

*Зводив він юридичні **герці***» (уривок з поеми Івана Франка «*Панські жарти*») [6, с. 45].

Тут лексема «герць» вживається в переносному значенні й трактується як «боротьба поглядів, думок». Учні, порівнюючи три лексичних значення слова, зазначають, що стрижневим компонентом буде слово «боротьба». Запропонуємо ще такий варіант домашнього завдання: створити власний текст на вільну тему, використовуючи слова, які написані в мемі. Таким чином, ми розвиваємо в учнів творче мислення, логіку, увагу, любов до рідної мови, збагачуємо словниковий запас учнів. Також доречним, на наш погляд, буде створення учнями вдома власних інтернет-мемів до будь-якої теми з розділу «Лексикологія» з подальшим поясненням їх значення на уроці.

Як покаже практика, інтернет-меми роблять процес навчання легшим та цікавішим, а їх створення вдома сприяє розвитку креативного мислення п'ятикласників. Проте найголовніше – учні краще сприймають і швидше запам'ятовують лексеми української мови.

Отже, інтернет-мем – це сучасний візуальний засіб навчання і вивчення лексичних тем, який заохочує, зацікавлює учнів будь-якого віку. Дослідження мемів є важливим у парадигмі оновлення змісту шкільної освіти, формування в учнів соціокультурних знань, адже ці інформаційні одиниці швидко поширюються і ретранслюються, а відтак – впливають на комунікативну поведінку підлітків. Їх можна створити дуже багато, на будь-який смак для закріплення й узагальнення знань з будь-якої теми української

мови. Вони допомагають формувати важливу для учнів лексичну компетентність.

### Список використаних джерел

1. Багрянний І.П. Огненне коло. Харків : Фоліо, 2009. 441 с.
2. Використання мемів для кращого запам'ятовування найбільш проблемних тем із української мови та літератури. URL: <https://cutt.ly/J1JTVpj> (дата звернення 20.10.2022)
3. Горіна Ж., Олійник О. Інтернет-меми в боротьбі проти Covid-19. *Українська словесність у полікультурно-освітньому просторі сьогодення* : збірник тез доп. Міжнар. наук. конф. Одеса, 2021. С. 49-54. URL: <https://cutt.ly/O1JT7Jd> (дата звернення 20.10.2022)
4. Кучерук О.А. Формування лексичної компетентності учнів засобами комп'ютерних ігор у навчанні української мови. *Українська мова і література в школах України*. Київ, 2018. С. 47-55.
5. Українські народні пісні. URL: <https://cutt.ly/k1JYhiY>
6. Франко І. Панські жарти: поема з остатніх часів панщини. Нью-Йорк : Укр. Книгарня Т. Шевченка, 1919. 156 с.
7. Klerkx J., Verbert K., Duval E. Enhancing Learning with Visualization Techniques. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. 2014. P. 791-807.

**Надія Токарчук,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Леся Яцук,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ІЗ СПОСТЕРЕЖЕНЬ НАД ЛЕКСИЧНОЮ БАЗОЮ ПРИЗВИЩ РІВНЕНЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ ПАМ'ЯТІ ЛІКВІДАТОРІВ ЧОРНОБИЛЬСЬКОЇ КАТАСТРОФИ М. КУЗНЕЦОВСЬКА «ПОКЛИКАНІ ЧОРНОБИЛЕМ»)**

*У тезах проаналізовано семантику твірних основ прізвищ книги пам'яті ліквідаторів Чорнобильської катастрофи м. Кузнецовська «Покликані Чорнобилем» (2014 р.).*

**Ключові слова:** антропонім, прізвище, твірна основа, семантика.

Прізвища як окремих клас антропонімів найповніше відображають колишні реалії життя народу. У їхньому складі збережені саме ті українські лексеми, що сформувалися ще два століття тому, відтак містять цінний історичний і лінгвістичний матеріал. Щодо цього справедливо зауважує І. Єфименко: «прізвища – своєрідний код для розкриття значної інформації про вірування, заняття, культуру, побут, міграції наших предків» [1, с. 18].



Антропонімію Рівненщини студіювали Я. Пура, Н.Мандрик, В. Шульгач і С.Шийка. Мета нашого дослідження полягає у вивченні лексичної бази прізвищ Рівненщини, вибраних з книги пам'яті ліквідаторів Чорнобильської катастрофи «Покликані Чорнобилем» [2, с. 18].

Питання генези прізвищ цілком закономірно передбачає їхню певну лінгвістичну систематизацію. На думку сучасних мовознавців, найбільш обґрунтована та вдала в українській антропонімії класифікація прізвищевих назв М. Худаша [4, с. 96–160]. У своїй праці ми також послуговуємося нею.

Значну частину досліджуваного нами матеріалу становлять прізвища, утворені від антропонімів. Найбільша кількість тих прізвищ, твірною основою яких слугують християнські імена. До того ж, прізвища, утворені від чоловічих імен, значно переважають над тими, які походять від жіночих. Серед них виділено декілька груп відповідно до структури твірного імені:

а) прізвища, похідні від повних чоловічих християнських імен: *Гаврилук* (с. 117)<sup>1</sup>, *Гавриленко* (с. 116), *Давидов* (с. 182), *Демид* (с. 202), *Льїн* (с. 164), *Карпович* (с. 123), *Карпук* (с. 202), *Кондратюк* (с. 127), *Кононов* (с. 127), *Кузьмич* (с. 129), *Лазаренко* (с. 130), *Максимов* (с. 199), *Матвієнко* (с. 166), *Миколаєнко* (с. 134), *Мина* (с. 167), *Мініч* (с. 167), *Нестерук* (с. 137), *Охремов* (с. 139), *Павленко* (с. 168), *Павлов* (с. 139), *Павлюк* (с. 140), *Пилипук* (с. 178), *Самойлов* (с. 169), *Семенов* (с. 179), *Трифонов* (с. 153), *Хомич* (с. 171), *Яким* (с. 160) та ін. Сюди зараховуємо й ті імена, які в період адаптації до української мови зазнали апокопи **-ій**: *Антонюк* (с. 173), *Власюк* (с. 115), *Корнілов* (с. 127), *Макаренко* (с. 199), *Оксенюк* (с. 167), *Супрунюк* (с. 180), *Тарасюк* (с. 151) і под.;

б) прізвища, похідні від суфіксальних іменних варіантів: *Андросов* (с. 162), *Васильчук* (с. 114), *Веремчук* (с. 114), *Герасимчук* (с. 182), *Гриньків* (с. 119), *Демчук* (с. 120), *Дмитруха* (с. 120), *Єфимчук* (с. 198), *Зінчук* (с. 164), *Ігнатченко* (с. 123), *Костюкевич* (с. 128), *Костюченко* (с. 202), *Лавренчук* (с. 176), *Левков* (с. 183), *Матюхін* (с. 166), *Мирончук* (с. 134), *Наумчук* (с. 178), *Никончук* (с. 138), *Нікітчук* (с. 138), *Оніщук* (с. 139), *Онофрійчук* (с. 139), *Панченко* (с. 168), *Панчук* (с. 178), *Савчук* (с. 145), *Сергійчук* (с. 196), *Фещенко* (с. 180), *Фомченко* (с. 155), *Юхимчук* (с. 200), *Якимчук* (с. 160), *Янковий* (с. 161), *Яцина* (с. 172) та ін. Ця група прізвищ містить поліфункційні суфікси **-к(о)**, **-ік / -ик**, **-ець**: *Верешко* (с. 114), *Кіришко* (с. 165), *Масько* (с. 166), *Мисько* (с. 134), *Пашко* (с. 196), *Степанко* (с. 150); *Андрусік* (с. 109),

---

<sup>1</sup> Тут і далі вказуємо номер сторінки за виданням: Покликані Чорнобилем: книга пам'яті ліквідаторів Чорнобильської катастрофи м. Кузнецовськ / кер. роб. гр. В.Ю. Магдич, Ю.М. Кравець; редкол. В.М. Босик (голова редкол.) [та ін.]. Рівне : Волинські береги, 2014. 280 с.

*Вакулік* (с. 162), *Василік* (с. 114), *Грицик* (с. 119), *Євтушик* (с. 121), *Касьянчик* (с. 175), *Костючик* (с. 128), *Процик* (с. 169), *Салівоник* (с. 179); *Михайлець* (с. 134), *Ніконець* (с. 138), *Омельянець* (с. 178), *Петровець* (с. 200) і под.;

в) прізвища, мотивовані усіченими варіантами імен: *Вітлюк* (с. 115), *Гарас* (с. 117), *Климук* (с. 124), *Кузін* (с. 166), *Савлук* (с. 169) та ін.;

г) прізвища, утворені від усічено-суфіксальних іменних варіантів: *Івашин* (с. 175), *Масюк* (с. 166), *Мацюк* (с. 177), *Сахнюк* (с. 146), *Фесенко* (с. 171) і под.

Деякі повні чоловічі християнські імена та їхні варіанти слугують базою для цілої низки прізвищ: *Романчук* (с. 144), *Романов* (с. 169), *Романицак* (с. 169), *Романюк* (с. 144), *Ромашко* (с. 169); *Федіна* (с. 185), *Федіник* (с. 185), *Федінчик* (с. 180), *Федоренко* (с. 180), *Федорець* (с. 197), *Федорук* (с. 200), *Федчук* (с. 155) та ін.

Крім того, чоловічі імена наявні в прізвищах, що походять від андронімів: *Василишин* (с. 114), *Марчишин* (с. 133), *Якубишин* (с. 161) і под.

Жіночі християнські імена лягли в основу прізвищ *Матрунчик* (с. 133), *Солошенко* (с. 149), *Ульянов* (с. 171), *Хрестін* (с. 156) та ін.

Група давньослов'янських автохтонних власних імен і прізвищ пізнішого походження також досить широко представлена в складі досліджуваного антропонімікону. Виокремлено прізвища, мотивовані:

1) давньослов'янськими іменами-композицями: *Богдан* (с. 162), *Тихомиров* (с. 170) та ін.;

2) відкомпаративними дериватами: *Браташ* (с. 113) < *Браташ* < *Брат* < *Братомиль*, *Желибратъ*, *Сулибратъ* [5, с. 79–80]; *Будько* (с. 173) < *Будько* < *Будимир*, *Жизнебуд* або < *Буд* / *Буда* < *Добробудъ*, *Жизнебудъ*, *Хотебудъ* або *Будивой*, *Будиславъ* [5, с. 86–88]; *Любченко* (с. 177) < *Любко* < *Любомир* або *Боголюб* [5, с. 222]; *Ярута* (с. 161) < *Ярута* < *Ярослав* [5, с. 372]; *Ярченя* (с. 200) < *Ярко* < *Ярослав*, *Яромір* чи *Ярополк* [5, с. 370] і под.;

3) антропонімами, що можуть бути пояснені як відкомпаративні імена або як деривати християнських імен чи апелятивів: *Борисик* (с. 113), *Борисюк* (с. 113), ім'я *Борис* < *Бориславъ*, або < *Богорис* (ім'я болгарського царя, який хрестився 864 р. і поширив християнство в Болгарії), або < від фракійського прикметника *boris* / *buris* 'мужній, великий' [5, с. 74]; *Кривко* (с. 129), *Кривчук* (с. 129) < *Кривко* < *Кривосудъ* або < від прикметника *кривъ* 'горбатий' [5, с. 210]; *Лютко* (с. 131) < *Лютко* < *Лют*, пор. серб. *Лютотрахъ*, пол. *Lutobor*, *Lutogniew*, *Bolelut* або < від прикметника *лють* 'суворий, гострий' [5, с. 224–225]; *Рудчук* (с. 145) < *Рудко* < *Руд-* < *Rudomysl*, *Rudomir*, *Rudoslav* або < від прикмет-

ника рудий [5, с. 310]; *Стасюк* (с. 150) < *Стась* < *Євстахій* (через стадію варіантів *Остан*, *Стах*) або < *Станислав* [5, с. 331]; *Ярошик* (с. 181), *Ярощук* (с. 161), ім'я *Ярош* < *Ярослав*, *Яромир* або < *Єрофей* чи *Ярохвей* [5, с. 371–372] та ін.;

4) відапелятивними іменами та прізвиськами розрядів:

а) «*nomina personalia*» (назви людей за зовнішніми характеристиками, фізіологічними особливостями, а також за внутрішніми рисами, особливостями поведінки, мовлення тощо): *Безушко* (с. 111), *Головач* (с. 174), *Гузоватий* (с. 163), пор. *гудзоватий* діал. 'нерівний, з гулями, з вузлами' [3, II, с. 189], *Рябов* (с. 196), *Усатий* (с. 154), *Черевач* (с. 156), *Чернюк* (с. 157), *Шульга* (с. 160); *Бігун* (с. 111), *Глушук* (с. 163), *Гуляев* (с. 163), *Мовчанюк* (с. 134) і под.;

б) «*nomina impersonalia*» (назва тварин, рослин, предметів побуту, продуктів харчування тощо): *Бугай* (с. 113), *Вовчик* (с. 115), *Волик* (с. 116), *Воробей* (с. 201), *Ворон* (с. 116), *Гребенович* (с. 198), *Дятел* (с. 121), *Жук* (с. 122), *Зозуля* (с. 123), *Котович* (с. 202), *Крук* (с. 129), *Лебедюк* (с. 130), *Медведев* (с. 133), *Орлов* (с. 168), *Пугач* (с. 143), *Усович* (с. 184), *Сокол* (с. 170), *Сорокін* (с. 170), *Чмиль* (с. 181), *Шершень* (с. 159), *Щур* (с. 197); *Березюк* (с. 111), *Калинка* (с. 199), *Корень* (с. 127); *Глечик* (с. 118), *Дудка* (с. 121), *Квач* (с. 175), *Кожухов* (с. 126), *Кошель* (с. 128); *Кисельов* (с. 124), *Кисляк* (с. 124), *Книш* (с. 125), *Корж* (с. 202) та ін.

Ще одна група прізвиська – це ті, в основі яких лежать апелятивні назви людей:

1) за родом їхньої діяльності чи професії: *Бондар* (с. 112), *Винничок* (с. 115), *Вінокуров* (с. 115), *Войтович* (с. 173), *Гонтаренко* (с. 163), *Ковалець* (с. 125), *Коновальчук* (с. 175), *Коробейніков* (с. 127), *Кравець* (с. 175), *Кравцов* (с. 165), *Кравченко* (с. 128), *Кушнірук* (с. 176), *Мельник* (с. 167), *Мельничук* (с. 203), *Муляр* (с. 136), *Огородник* (с. 178), *Олейніков* (с. 167), *Пасечніков* (с. 140), *Пасечник* (с. 196), *Рибак* (с. 144), *Рибачик* (с. 179), *Римарчук* (с. 144), *Седлер* (с. 147), *Стельмах* (с. 197), *Столярчук* (с. 150), *Стрельчук* (с. 150), *Ткач* (с. 170), *Ткачук* (с. 152), *Токарець* (с. 153), *Токарчук* (с. 153), *Цирульніков* (с. 156), *Чабан* (с. 200), *Чиботар* (с. 157), *Швець* (с. 158), *Шевченко* (с. 172), *Шевчук* (с. 172) і под.;

2) за їхнім соціальним, майновим, військовим станом і релігійною ознакою: *Голота* (с. 117); *Гетманов* (с. 118), *Дейнека* (с. 163), *Драгунов* (с. 164), *Козак* (с. 126); *Дяков* (с. 121), *Попович* (с. 142) та ін.;

3) за місцем походження або проживання: *Заруцький* (с. 122), *Нагорний* (с. 178), *Новак* (с. 138), *Новіков* (с. 178), *Новожилов* (с. 167), *Осадчий* (с. 139), *Поліщук* (с. 141), *Ясинський* (с. 161) і под.;

4) за етнічною ознакою: *Литвин* (с. 130), *Ляшик* (с. 131), *Мазур* (с. 132), *Москаленко* (с. 135), *Москалик* (с. 136), *Турчин* (с. 153) та ін.

Отже, лексичною базою прізвищ книги пам'яті ліквідаторів Чорнобильської катастрофи м. Кузнецовська «Покликані Чорнобилем» слугують різні групи чоловічих християнської імен, давньослов'янські автохонні власні імена та прізвиська пізнішого походження, а також апелятиви. Перспективним є подальше вивчення словотвірної структури досліджуваних прізвищ.

### **Список використаних джерел**

1. Єфименко І. В. Українські прізвищеві назви XVI ст. : монографія. Київ, 2003. 168 с.
2. Покликані Чорнобилем : книга пам'яті ліквідаторів Чорнобильської катастрофи м. Кузнецовськ / кер. роб. гр. В.Ю. Магдич, Ю.М. Кравець; редкол. В.М. Босик (голова редкол.) [та ін.]. Рівне : Волинські обереги, 2014. 280 с.
3. Словник української мови : в 11 тт. / за ред. І.К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980.
4. Худаш Л.М. До питання класифікації прізвищевих назв. *З історії української лексикології*. Київ : Наукова думка, 1980. С. 96–160.
5. Чучка П. П. Слов'янські особові імена українців : історико-етимологічний словник. Ужгород : Ліра, 2011. 432 с.

**Анастасія Туганашева,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка*

*Науковий керівник: **Олександр Волковинський,**  
доктор філологічних наук, професор*

### **СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ У ПЕРІОД РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ**

*Наприкінці 2013 – на початку 2014 р. у медійному просторі розпалюється справжня інформаційна війна, що поступово переходить у фазу інформаційної експансії. Інформаційне протистояння у період революції Гідності доводить нагальну потребу вироблення інформаційної стратегії з активним залученням усіх вітчизняних засобів масової інформації.*

**Ключові слова:** *інформаційна атака, інформаційна війна, інформаційна експансія, революція Гідності, ЗМІ.*

У різноманітних проявах інформаційної війни велися ще в давні часи, коли існувала тільки пражурналістика. На теренах нашої країни, коли розвивалася держава Київська Русь, ще літописці фіксували різноманітні прояви інформаційного впливу. До та-

ких відносили неповноту інформації, її приховування і часткове подання, перебільшення наслідків певних подій, поширення відомостей у задалегідь визначеному ракурсі. Історія зберегла стійку пам'ять про поїздку київської княгині Ольги до Царь-Града (Константинополя). Однак ані руські, ані візантійські джерела не висвітлювали причини і цілі таких давеских мандрів. Войовниче налаштований князь Святослав завчасно інформував супротивників про свої походи. Проте у таємниці залишались відомості про кількість сил і напрями їх пересування. Це ще більше наводило панічного страху на супротивників, що дозволяло їх нищівно розгромити [1, с. 18].

Ледь не одним з перших про специфіку інформаційних воєн почав писати М. Макдуен. Завдяки його працям вже в 1960-х роках стало зрозумілим, що ведення «холодної війни» відбувалося за допомогою різноманітних інформаційних технологій. Дослідник загострив увагу на тому, традиційні («гарячі») війни минулих часів використовували летальну зброю для знищення ворогів. За допомогою засобів масової інформації (на той час головне – радіо, телебачення, кіно) усе земне населення переводилося в уявний світ, підпорядковуючись загально глобалізацій ним процесам: «земна куля тепер – не більше, ніж село» [4, с. 7].

З кінця ХХ століття інформаційні війни набувають надзвичайних масштабів, стають тотальними. Р. Чирва переконана в тому, що інформаційні атаки на Україну з боку РФ розпочалися ще задовго до подій на Майдані в 2013 – 2014 роках. Велися вони іноді досить примітивно. «Показують на каналі ОРТ, як українці покидають Україну і шукають притулку в південних областях Росії – Брянській, Курській, Вологодській. Називають число 140 тис. біженців, показують колони автівок і навіть не прибирають з картинки назву пункту, розташованого за 80 км від Львова на кордоні з Польщею» [5, с. 9].

Події на Майдані 2013 – 2014 рр. призвели до того, що російсько-українські війну почали вести відкрито [3, с. 58]. Доследниця також вказує на кращу ситуацію в Україні, оскільки в медіа існує атмосфера плюралізму, а громадянам забезпечується доступ до інформації. На теренах же східного сусіда практично перестали існувати широко відомі опозиційні канали для поширення інформації.

Події 2013 – 2014 рр. актуалізували ще одне важливе положення. З'ясувалося, що існують технології набагато місткіші, ніж вже дещо звичні інформаційні війни чи інформаційні атаки. Це – інформаційна експансія. Вона становить розгалужену систему, яка формується засобами масової інформації в розвинених державах, і методи, що використовуються задля пропагандистського досягнення визначених геополітичних цілей і поставлених завдань. На думку В. Карпенка, Росія саме й проводить проти Украї-

ни не що інше, як інформаційну експансію [2, с. 183]. Науковець звертає увагу на факти, коли російське і українське телебачення або ж радіо по-різному висвітлюють одну подію. В. Карпенко наголошує на тому, що не варто дивуватися таким речам чи обурюватися ними. Адже чужоземні інформатори використовують український національний простір в інтересах протилежної держави [2, с. 185].

У межах інформаційної експансії в масову свідомість впроваджувалась думка про неможливість перетворення вчорашнього брата на агресора. Відтак досить тривалий час журналісти ніби соромилися чітко називати речі власними іменами. «Регулярні російські війська в українській редакції звучали, як «активісти самооборони», «люди у військовій формі», «невідомі військові», «представники козацьких організацій», «війська спецназу», «військові з автоматами», «зелені чоловічки» тощо» [5, с. 9].

У медійному просторі наприкінці 2013 – на початку 2014 року розпалюється справжня інформаційна війна. Спочатку до неї долучилися провладні та опозиційні засоби масової інформації. Згодом стала відчутною присутність зовнішніх гравців. Особливе загострення пов'язується з інформаційною агресією та інформаційною експансією з боку Росії.

Отож, за часів революції Гідності з особливою гостротою посилилась інформаційна експансія проти України з боку РФ. Вітчизняна влада рідко вдавалась до контр наступальних дій, обмежувалася здебільшого обороною. Ситуація 2013 – 2014 років беззастережно доводить нагальну потребу вироблення інформаційної стратегії з активним залученням усіх вітчизняних засобів масової інформації.

### **Список використаних джерел**

1. Гуз А.М. Історія захисту інформації в Україні та провідних країнах світу. Київ : КНТ, 2007. 260 с.
2. Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України. *Українознавство*. 2005. № 3. С. 182–192.
3. Костюк І.А. Інформаційні війни в контексті революційних подій в Україні. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій*. Київ, 2014. С. 57–60.
4. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги. Київ : Ніка-Центр, 2015. 388 с. (Серія «Зміна парадигми»).
5. Чирва Р. Інформаційна війна – зброя. Страшніша за ядерну. *Професійні вісті*. 2014. № 13. С. 8–9. URL: <http://psv.org.ua/files/pdf/1396088318.pdf>

**Анастасія Туганашева,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка

Науковий керівник: **Наталія Коваленко,**  
доктор філологічних наук, доцент

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МОВІ СУЧАСНОЇ ПЕРІОДИКИ**

*У статті розглядається використання трансформованих фразеологічних одиниць у мові сучасних українських газет. Показано, що усталені вислови в трансформованому вигляді є вагомим засобом створення мовної образності в публіцистиці, які не тільки називають явища, предмети різного порядку, а ще й характеризують їх. Використання фразеологізмів на сторінках газет вносить у текст оригінальність і яскравість.*

**Ключові слова:** українська мова, періодика, мова газет, фразеологічна одиниця, трансформація фразеологізмів.

Мова української періодики привертала увагу дослідників від початку ХХ століття. Як зазначає О.А.Сербенська, «дослідження мови української преси має свою багаторічну історію, яку писали дуже нерівномірно. Так, появу значної кількості статей спричинювали мовні дискусії з питань культури мови, які так чи інакше зачіпали мову преси, іноді це залежало від зацікавлень мовою преси окремих учених чи наукових колективів» [5, с. 3]. Мова газети давала і продовжує давати надзвичайно багатий матеріал для дослідження в галузі функціональної і практичної стилістики, для з'ясування проблем функціональних стилів, для розроблення теорії газетних жанрів і природно, що з часом вона виділилася як самостійний об'єкт вивчення – пресо лінгвістику.

Завдання нашої статті – виявити трансформовані фразеологізми, що активно функціонують у мові газет як експресивні засоби мови. Матеріалом слугували тексти сучасної української періодики.

Вивчення української «часописної мови», як і «часописного українського письменства», започаткували ще на початку минулого століття своїми працями І.Франко, Б.Грінченко, І.Нечуй-Левицький, Л.Мартович та ін.

Мова газети – як один з різновидів літературної мови – раніше була об'єктом зацікавлення переважно практичної стилістики. Дослідники газетної мови абсолютизували інформативну функцію, недооцінивши іншу важливу функцію – функцію впливу. Згодом була запропонована концепція, що базується на законі-

рному визнанні ролі обох цих найважливіших функцій мови періодики. Обслуговування інформативної функції пов'язане з тенденцією до стандартизації. Виконання функції переконання, виховання, впливу неминуче зумовлює іншу конструктивну орієнтацію – тенденцію до експресивності. Специфіка мови періодики, таким чином, визначається поєднанням експресії та стандарту [див. 1; 2; 4; 6–9].

З середини ХХ ст. вивчення мови української преси розвивалося в кількох напрямках. Перший із них – нормативно-стилістичний – представлений значною кількістю праць, авторами яких є М.М. Пилинський, К.В. Ленець, О.Д. Пономарів, О.А. Сербенська та ін. У межах цього напрямку мову періодики вивчають з погляду того, наскільки воно відповідає нормам літературної мови. Другий напрям у вивченні мови преси пов'язаний з трактуванням мови газети як особливого об'єкта. Це функціонально-стилістичним напрям, репрезентований він працями таких учених, як Г.М. Колесник, Т.А. Коць, А.І. Мамалига, Л.І. Шевченко та ін. Функціонально-стилістичний підхід передбачає вивчення закономірностей і тенденцій формування внутрішньостильових форм, з'ясування лінгвістичної природи жанрової форми, пошуки естетичних критеріїв газетної мови.

Окремий напрям у дослідженні мови українських газет – історію становлення мови української преси – започаткував М.А. Жовтоброух, який своїми працями «Мова української преси (до середини дев'яностих років ХІХ ст.)» та «Мова української періодичної преси (кінець ХІХ – початок ХХ ст.)», привернув увагу журналістів-практиків, журналістів-теоретиків, науковців до історії мови української преси.

Дослідники української періодики, зокрема, відзначають, що основним засобом мови преси є постійне поповнення новими засобами експресивного мовлення на тлі стандартних штампів. Функцію експресем можуть виконувати й найрізноманітніші усталені вислови, зокрема й трансформовані.

У загальних межах трансформації усталених висловів можна виділити такі різновиди:

- 1) формальний (структурний), коли частково або повністю змінюється лексико-граматична структура фразеологізму,
- 2) семантичний, коли цілком або частково змінюється семантика фразеологічної одиниці при збереженні її лексико-граматичної цілісності,
- 3) структурно-семантичний, коли змінюється лексико-граматична структура фразеологізму разом із зміною його семантики [3, с. 55].

До формального (структурного) виду трансформації можна віднести заміну одного компонента іншим при збереженні попе-



реднього семантичного навантаження, наприклад: «П'ємонт демократії чи патріархату? Або Баба з воза – мужикам легше», пор.: *Баба з воза – кобилі легше; «І сам не гам, і Путіну не дам», пор.: І сам не гам, і другому не дам; «Гуртом і коньяк легше пити», пор.: Гуртом і батька легше бити; «Заява не горобець, вилетіла не впіймаєш», пор.: Слово не горобець, вилетіло не впіймаєш; «Язык до Севастополя доведе», пор.: Язык до Києва доведе.*

До семантичного виду трансформації віднесемо гру на переході семантики загальної назви у власну: «*Вийшов на «Левадію» хлопець молодий*»; «*Хай Чабан – усі гукнули ...*».

Серед трансформованих фразеологічних одиниць структурно-семантичного типу в мові періодики можна виділити, наприклад, такі: «*На городі героїн, а в СІЗО – тітка*»; «*Двоє б'ються – третій користується*».

Отже, у газетних текстах початку ХХІ ст. засвідчено велику кількість трансформованих фразеологічних одиниць, які мають виразну експресивну функцію, впливають на реципієнта, створюють ілюзію невимушеного інтимного спілкування, урізноманітнюють й увиразнюють виклад інформації, зокрема у сфері політики, економіки, культури, мистецтва тощо, що свідчить про індивідуалізацію, суб'єктивізацію, демократизацію.

#### **Список використаних джерел**

1. Коць Т.А. Функціонування лексичних варіантів у засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х р.). *Мовознавство*. 1997. № 6. С. 56-63.
2. Ленець К.В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*. 1988. № 6. С. 41-47.
3. Москаленко Н.А. Українська розмовно-побутова фразеологія. *Усне побутове літературне мовлення*. Київ : Наук. думка, 1970. С. 54-58.
4. Озерова Н.Г. Сучасні тенденції в розвитку газетного публіцистичного стилю. *Вісник Ізмайльського пед. ін-ту*. Вип. 9. 2000. С. 63-68.
5. Сербенська О.А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства: автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01. Львів, 1992. 38с.
6. Стецула І.В. Політичний дискурс засобів масової інформації: трансформація паралінгвістичних параметрів функціонування (на матеріалі української преси): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Львів, 1994. 21 с.
7. Стишов О.А. Динамічні процеси в лексиці та фразеології сучасної української мови 80-90-х років. *Українська мова*. Ороле, 1993. С.90-104.
8. Тодор О. Запозичення-англіцизми у мові преси 80-90-х років. *Українська мова*. Ороле, 1993. С.87-88.
9. Шевченко Л.І. Трансформація фразеологічних одиниць у газетному тексті. *Особливості мови і стилю засобів масової інформації*: навчальний посібник для факультетів журналістики університетів. Київ : Вища шк., 1983. С.18-23.

**Богдан Ференцюк,**

*здобувач бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Валентина Титаренко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

## **ПОСТДИСТАНЦІЙНИЙ СИНДРОМ: АДАПТАЦІЯ УЧНІВ ДО ОФЛАЙНОВОГО НАВЧАННЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

*Схарактеризовано ознаки постдистанційного синдрому та визначено шляхи адаптування школярів до офлайнової освіти на уроках української мови.*

**Ключові слова:** *постдистанційний синдром, онлайнове навчання, урок української мови.*

Дистанційне навчання, як необхідна складова в карантинних та воєнних умовах спричинила низку негативних факторів у сучасній освіті, зокрема втрата «живого» спілкування. Соціалізація є одним із основних факторів збільшення рівня тривожності в учнів, психічних потреб, однак, проблеми дистанційної освіти не обмежуються лише ментальним здоров'ям.

Повернення до класно-урочної системи надання освітніх послуг, однієї з найпоширеніших в Україні, спричиняє значні труднощі в учнів. Школа відіграє ключову роль у вихованні громадян, які мають бути готові до життя в демократичному суспільстві й до конструктивної взаємодії з іншими [2, с. 4]. Тому завдання сучасного вчителя – встановлення контакту з учнем, допомога при акліматизації в соціум та найголовніше – забезпечення фахової дидактичної суті навчання.

Актуальним постає питання виокремлення нових дефініцій на позначення теперішніх особливостей в освітній галузі. Тож маємо постдистанційний синдром – систему комунікативних і навчальних прогалин, викликану незадоволеннями дидактичними та ментальними потребами учня у зв'язку з індивідуально-онлайнним форматом здобування освіти.

На жаль, сьогодні, окрім нереалізованої виховної функції при дистанційній формі, маємо також знижений рівень успішності учнів з різних предметів, передовсім і з української мови. Головною проблемою прогалин при вивченні тем з названого предмету є неможливість досягнути весь матеріал, передовсім тому, що згідно з чинними санітарно-гігієнічними нормами час проведений учнем за монітором при синхронному навчанні повинен бути зменшеним, тобто за такого підходу вчитель втрачає час на підготовку конкурентно-спроможного учня.

Також при злитті учнів в один колектив після карантинного навчання педагог має першочергово заповнити ті прогалини, що

пов'язані з виховною функцією освіти. Виникає проблема, якими методами послуговуватися на уроках мови для адаптації учнів. Однією з найперших умов до адаптації школярів є встановлення контакту між учителем та учнями, налагодження дружніх взаємовідносин та розвиток зв'язного мовлення, якому менше приділялося уваги при дистанційного формату.

Адаптивний період учитель встановлює індивідуально для кожного класу залежно від вікових та інтелектуально-фізіологічних особливостей дітей. Також одночасно з адаптивним періодом педагог повинен проводити корекційні заходи для формування приблизно однакового рівня досягнень класу, адже при дистанційному форматі навчання, маючи переважно індивідуальну комунікацію з учнем, педагог не може сформувати однаковий рівень розуміння навчального предмету.

Учитель-словесник для швидкої адаптації учнів може використовувати різні форми роботи: розмовний клуб, створення ситуативних проблем, написання есе на актуальну для учнів тему, що допоможе краще пізнати внутрішній світ дітей.

Розмовний клуб, як форма роботи, допоможе вчителю, по-перше, згуртувати колектив, по-друге, виокремити нагальні проблеми в класі, по-третє, сприятиме розвиткові мовленнєвих умінь у ситуативних постановках.

Ситуативні проблеми та їх розв'язок дають змогу вчителю активізувати мислення, акумулювати увагу й захопити учнів до активної співпраці на уроці.

Написання школярами есе дає рефлексію на використанні вчителем методів роботи, до того ж не лише на навчальну спрямованість освіти, а й на виховну. «Цей вид роботи якнайкраще підходить для навчання школярів критично мислити, для розвитку мовленнєвих компетенцій учнів на уроках української мови» [1]. Особливо це стосується написання есе на морально-етичні теми, де кожен учень розкривається по-різному.

Однак, будь-яку форму роботи не бажано використовувати постійно, необхідно комбінувати й щоразу при підготовці до уроків шукати нові методики проведення занять та ставити перед собою завжди інші цілі.

Отже, хоч явище постдистанційної адаптації до офлайнної освіти є новим у сучасній методиці навчання, але шукати нові підходи до вирішення цієї проблеми є основним завданням учителя. Якщо педагогу не вдасться знайти розв'язок до актуальної проблеми, то в найближчому майбутньому ми ризикуємо отримати гостре несприйняття освіти, як такої.

У тезах викладено персональне бачення вирішення описаної ситуації, тому будь-які доповнення та коригування допоможуть досягнути спільної мети – подолати постдистанційний синд-

ром та в найкоротші терміни адаптувати школяра до офлайнної освіти, зокрема на уроках української мови.

### Список використаних джерел

1. Гапон А. О. Есе на уроках словесності. URL: <https://cutt.ly/I1JbOy>
2. Демократична школа : практичний посібник. Всеукраїнська програма освіти для демократичного громадянства. URL: <https://cutt.ly/P1JIPvj>

**Марта Цимбалюк,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
факультет соціально-гуманітарних технологій та  
менеджменту, Державний податковий університет*

*Науковий керівник: Тетяна Сукаленко,  
доктор філологічних наук, професор*

### ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ

*Дослідження присвячено функціюванню фразеологізмів у газетних заголовках. Увагу зосереджено на формі фразеологізмів. З'ясовано, що у газетних заголовках фразеологізми можуть мати ту форму, яку зафіксовано в словниках або трансформований вигляд.*

**Ключові слова:** *фразеологізми, контекст, трансформація фразеологізмів, семантичні поля, газетний заголовок.*

У XXI столітті, столітті інформації та наукових знань, дуже стрімко почали розвиватись мас-медіа, і це підвищило зацікавленість науковців до вивчення мови сучасних засобів масової інформації, зокрема фразеологізмів у газетних заголовках.

Вивчення заголовків визначається тим, що замість використання випадкових експресивних чи граматичних засобів, науковці використовують систему, у якій всі елементи пов'язані між собою. До того ж, заголовок відіграє важливу роль в системі масової комунікації [3, с. 323], тому що його мета – стисло відобразити головну думку опублікованого матеріалу.

Питання про мовне оформлення заголовків у своїх працях доторкаються: В.Й. Здоровега, Г.В. Микитів, Н.М. Фіголь, О.Д. Пискач, Т.В. Попруга, М.С. Тимошик, О.В. Тріщук, В.Е. Шевченко та ін. Але саме фразеологізми в мові засобів масової інформації вивчені недостатньо.

У мові преси використання фразеологізмів досить поширене явище, оскільки завдяки фразеологізмам у журналістських творах – мова і сам текст стають більш образними, виразними, емоційними. Загалом фразеологізми збагачують мовлення мас-медіа.

У своїй праці А.М. Григораш зазначає: «Уже стала традиційною думка про дві функції газетної мови – інформативну та експресив-

ну» [1, с. 56]. Функцію експресеми можуть виконувати виділені слова й цілі висловлювання, покликані оживити виклад, зацікавити читача, надати матеріалу емоційне навантаження. Таку ж функцію можуть виконувати і фразеологізми. Фразеологізми не лише називають предмети чи явища, вони також характеризують їх.

Загалом фразеологічні одиниці в текстах ЗМІ можуть бути використані як у своєму первісному вигляді (як подано в словнику), так і частково або повністю трансформовані. Це залежить, здебільшого, від інтенцій автора. У газетах, часописах чи інших виданнях заголовків, здебільшого, несе велику відповідальність за статтю. Тому що важливим елементом заголовку виступає те, що він керує увагою читача, і завдяки цьому допомагає йому швидко отримати інформацію (про що та чи та стаття) і в кінці вибрати цікаве. Заголовок повинен спонукати до прочитання написаного. Якщо заголовок буде оформлено якісно, правильно й цікаво, то він підвищить ефективність прочитання статті. І якщо заголовок буде підібрано невдало (наприклад: «3 гімном у душі» (Сумська регіональна газета), знизиться вплив важливого матеріалу на читача, оскільки статтю не помітять, отже не прочитають.

Заголовок повинен бути лаконічним, зрозумілим, і це повинна бути головна думка автора, комфортним буде той заголовок який буде містити до 7 слів. У жодному разі не варто використовувати штампи або стереотипи, тому що такі заголовки швидше за все викликать відразу.

Фразеологізми в заголовках використовують задля підсилення емоційності тексту. Вони зумовлені такими характеристиками, як влучність, образність, афористичність. Фразеологізми доволі часто трапляються в художній літературі, також у повсякденному житті можна почути фразеологічні одиниці, тому журналіст може застосовувати їх у своєму журналістському творі або частіше – в заголовках, і це дозволяє автору використовувати різні види трансформацій фразеологічних одиниць.

У ЗМІ фразеологізми, які використовуються без змін, можуть бути частиною заголовка, або ж вводиться в широкий контекст, не піддаючись трансформації [2, с. 136]: *Україна у Митному союзі: ні в тин, ні в ворота* («Україна молода». 19.02.2010), *Ловили кайф – спіймали облизня* («Україна молода». 13.10.2000), *У Києві на корейському мистецтві собаку з'їли* («Україна молода». 08.06.2000), *Зі світу по вагону: Укрзалізниця бореться з дефіцитом вантажного парку* («Вісті». 20.08.2010) та ін.

У таких заголовках перевагу надають фразеологізмам, за структурою співвідносним зі словосполученням. Цілковитих змін не відбувається, фразеологізми органічно входять до заголовку, їхній зміст зрозумілий і доступний читачеві. Проте частіше при вживанні стійкої сполуки в заголовку відбувається метафоризація фразеологізму, яка спричиняє певні лексичні зрушення.

Одним із найпоширеніших прийомів трансформації фразеологізмів є заміна одного чи кількох складників у фразеологічній одиниці. Експресивний ефект заміни виражений сильніше чим далі одне від одного розташовані семантичні поля [2, с. 139]. Наприклад: *Фермер фермеру ока не виклює* («Україна молода». 17.01.2002), *Бомби розбрату* («Україна молода». 21.02.2001), *Вустами в'язня говорить компромат* («Україна молода». 26.03.2002) тощо.

У деяких заголовках можуть бути поєднані дві фразеологічні одиниці. Наприклад: *За два кроки до напівмети, або як стрибнути вище голови...* («Вісті». 21.06.2001), *Зелений змії + червоний півень = сім років в'язниці* («Україна молода». 18.04.2000),

Отже, заголовок як невід'ємна частина газетного тексту має не лише повідомити чи зосередити в собі головну думку статті, але й викликати інтерес читача, заохотити його до прочитання, а фразеологізми в заголовках підсилюють ці інтереси.

### **Список використаних джерел**

1. Григораш А.М. Трансформація складу фразеологізмів у газетних текстах. *Система і структура східнослов'янських мов*. Київ, 1997. С. 48–57.
2. Ковальчук М. Перетворення фразеологізмів у газетних заголовках. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2013. С. 134–140.
3. Пархонюк Л. Синтаксичні засоби актуалізації у газетних заголовках. *Українська філологія: Школи, постаті, проблеми*. Львів: Світ, 1999. Ч. 2. С. 323–326.

**Уляна Чайковська,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут  
української філології та журналістики,  
Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка,*

*Науковий керівник: Людмила Марчук,  
доктор філологічних наук, професор*

### **ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНЬСЬКОГО ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ**

*Жанри інформаційного чи публіцистичного стилю у зв'язку з їхньою актуалізацією потребують теоретичного обґрунтування та стилістичної інтерпретації на кожному часовому зрізі історії літературної мови.*

**Ключові слова:** *соціальна комунікація, соціальні мережі, неологізми, перифрази, запозичення.*

Соціальна комунікація – це не лише комунікаційні процеси в одному суспільстві, це й «... інформаційні взаємовідносини... між націями, спільнотами, що складають сутність соціальних, виробничих та духовних стосунків» [1, с. 32]. Окрім того, окремі дослідники переконують, що соціальна комунікація «...діє не лише в просторі, а й в часі – як взаємодія культур, як спадкоємність поколінь, технологій. нарешті, як соціальна пам'ять» [там само]. Соціальні мережі вважаємо саме тим засобом, який акумулює соціальну пам'ять. У сучасних соціальних мережах відбуваються процеси появи нових слів, або переосмислення уже відомих слів, які спричинені повномасштабною війною в Україні. Під час російського вторгнення в Україну 2022 року президент України виступає з низкою промов у різних форматах, зокрема в соціальних мережах та перед іноземними органами.

У промові від 19 листопада 2022 року Президент ще раз озвучив 10 пунктів формули миру. У 8 пункті В. Зеленський говорить про протидію екоциду. **Екоцид** – глобальне масове знищення довкілля: рослинного та тваринного світу, зараження водних ресурсів, атмосфери та інші дії, які здатні викликати екологічну катастрофу.

Визначення екоциду злочином відбулося після дій армії США під час війни у В'єтнамі. У 1993 році відбулась друга масштабна акція екоциду, що була проведена військовими Іраку під час війни у Перській затоці: було підірвано 1200 нафтових свердловин, ряд нафтопроводів та нафтосховищ, потоплено кувейтські танки. Наразі такий екоцид проводиться росією щодо України. У законодавстві України екоцид визнається злочином, за який передбачено покарання у вигляді позбавлення волі строком від 8 до 15 років.

Прикметник «глобальний» у зв'язку із війною стає частотним та використовується у прямому значенні як той, що має стосунок до усіх країн світу: 1. Взятий в цілому, загальний, всебічний (напр., Г. договір). 2. Поширений на всю земну кулю [3]. «А деякі болісні глобальні проблеми, які «Двадцятка» декларує вирішити, взагалі свідомо створені росією» [2].

У промовах з'являється й термін «блогер», який походить від англ. web log у значенні: щоденник у мережі, а блогер той, що створює контент на своїй сторінці та просуває його: «...підтримки чесних медіа чи блогерів, які висвітлюють глобальні справи» [2].

«Нормальне» у розумінні сьогодення стає сприймаємо як таке, в якому є елементарні речі: світло, вода, тепло, їжа, медикаменти. «Були доповіді щодо звільнення територій Херсонщини – робимо все, щоб якнайшвидше дати людям електрику, воду, зв'язок, фінансові та соціальні послуги, нормальну медицину» (виступ від 16 листопада 2022 року). У тій же доповіді В. Зеленський використовує термін «Рамштайн» – «Відбулася чергова зустріч

оборонного «Рамштайну». Власна назва стосується назви авіаційної бази Повітряних Сил США біля міста Рамштайн-Мізенбах у Німеччині, де розташоване Командування Повітряних Сил у Європі та Союзне Повітряне командування «Рамштайн» НАТО. За назвою авіабази названа платформа «Рамштайн» або Ukraine Defence Contact Group – це зустрічі міжнародних союзників, які підтримують Україну та надають їй допомогу<sup>2</sup>.

«Офрек» – скорочення від офрекордс: «Сьогодні було досить тривале інтерв'ю, провів це «офрек» для журналістів – саме для працівників радіо і телебачення» [2]. Термін *off the records* належить до професійної мови журналістів. З англійської звучить як «не під запис». Тлумачення цього терміну та його розуміння дещо відрізняється в різних джерелах, проте найрозповсюдженіше – журналістам не можна публікувати те, що сказало джерело інформації, де можна спробувати підтвердити цю інформацію в інших джерелах.

«Дроновий» терор: «Окремо розглянули протидію ракетному і дроновому терору» [2; 5 листопада 2022 року]. Це новий термін, який виник після 24 лютого 2022 року, коли удари з повітря почали наносити масово безпілотниками особливо по цивільних та інфраструктурі України.

Світ знову повернувся до терміна «репарації»: «Репарації, які росії доведеться сплатити за скоєне, – це тепер частина міжнародно-правової реальності» [2; 14 листопада 2022 року].

Таким чином переосмислені лексеми можуть вносити у контекст відтінок оцінювання, характеристику, ставлення до тієї чи тієї особи, події, явища, допомагати у висвітленні політичної ситуації в країні тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Джинчарадзе Н. Інформаційна культура. Київ : Українські пропілеї, 1999. 147с.
2. Промови Президента. URL: <https://www.president.gov.ua/news/speeches>
3. Словник іншомовних слів. URL: <https://cutt.ly/y1JOPeQ>

---

<sup>2</sup> У 1994 році був створений німецький індастріал-метал гурт – відомий музичний гурт.



**Марія Чопко,**  
здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
факультет педагогіки та психології,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник: **Ольга Турко,**  
кандидат філологічних наук, доцент

## **ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТ НАВЧАННЯ ПЕРЕКАЗУВАННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ**

*У тезах окреслено основні лінгводидактичні засоби розвитку мовлення старших дошкільників, зокрема методи роботи над усним переказуванням, вимоги до добору текстів, лінгводидактичні умови навчання переказування.*

**Ключові слова:** переказ, зв'язне мовлення, старший дошкільник, лінгводидактичні умови.

Проблема розвитку зв'язного мовлення була і залишається в центрі уваги психологів, лінгвістів, психолінгвістів, педагогів (А. Запорожець, К. Ушинський, А. Бородич, Ф. Сохін, Н. Гавриш, А. Богуш та ін.).

З огляду на те, що діти дошкільного віку опановують лише усне мовлення (яке набуває ознак писемного в ситуації, коли дитина свідомо довільно надиктовує дорослому певний текст, піклуючись про його відповідне оформлення), спеціалісти з лінгводидактики останнім часом послуговуються терміном «дискурс», який характеризує продукт саме усного мовлення. Науковці визначають дискурс як зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними та ін.) чинниками, тобто текст, узятий у процесуальному контексті [1].

Найважливішими текстовими категоріями є смислова цілісність (цілісність) і зв'язність – поняття, які всіма усвідомлюються і в той же час не цілком однозначно трактуються у наукових дослідженнях.

Окрім лінгводидактичних засад роботи над переказом та формування умінь переказувати в дітей, педагог повинен володіти арсеналом власне методичних засобів, зокрема методів навчання: наочні методи, словесні методи, розповіді вихователя, метод бесіди, практичні методи (навчити дітей на практиці застосовувати отримані знання, допомогти засвоювати і вдосконалювати мовні вміння і навички, у т.ч. і гра), метод переказу.

Відповідно до рівня умінь дітей та складності змісту літературного твору побудова занять може змінюватися. Якщо літературний твір відомий дітям, то вступна бесіда, повторне читання твору не проводиться. Якщо зміст твору перегукується з подіями життя дітей, то варто після переказу провести коротку бесіду з

дітьми на цю тему. В процесі переказу, якщо дитина робить незначні паузи, потрібно дати їй час на обдумування, можливість висловитися до кінця. Не варто проводити детальну бесіду, пригадуючи зміст твору. Педагог повинен пам'ятати, що «розібраний» за допомогою численних дрібних запитань твір відразу ж втрачає всю свою красу та інтерес дітей до нього [2].

Психологічно переказ становить собою складну розумову навичку, яка формується поступово в процесі навчання. Для оволодіння переказом необхідна низка умінь, яким навчають спеціально: прослуховувати і сприймати твір, розуміти його основний зміст, запам'ятовувати поступовість викладу, мовленнєві звороти авторського тексту, усвідомлено і зв'язно передавати текст. Якість дитячих розповідей залежить від ефективності інших видів роботи з розвитку усіх сторін мовлення. Оволодіння переказом сприяє формуванню навичок самостійного (творчого) розповідання, оскільки цей процес передбачає навмисність і плановість мовлення. Використання під час навчання високохудожніх творів дитячої літератури дає змогу цілеспрямовано проводити роботу з виховання у дітей «чуття мови». Навчання переказу починають вже тоді, коли діти мають просте фразове мовлення.

Великого значення надається вибору творів для переказу. До них висувають такі вимоги:

- твори повинні бути доступними за своїм змістом (у них діють знайомі персонажі з яскраво вираженими рисами характеру, зрозумілими мотивами вчинків);
- мати чітку композицію з добре вираженою логічною послідовністю дій; перевага надається, особливо на початкових етапах навчання, текстам із наявністю однотипних епізодів, динамічних сюжетних моментів, які повторюються з чітким поділом на фрагменти;
- відповідно до умінь дітей враховується обсяг тексту, доступність лексичного і граматичного мовного матеріалу;
- тексти повинні бути написані зразковою мовою, без складних граматичних форм, містити різноманітні і точні визначення, порівняння, пряму мову;
- повинні мати виховну цінність, збагачувати життєвий і моральний досвід дітей;
- під час вибору творів необхідно дотримуватися принципу тематичного взаємозв'язку з навчанням інших видів зв'язних розгорнутих висловлювань.

Отже, до лінгводидактичних умов навчання переказування дітей старшого дошкільного віку належать такі:

- текст для переказу варто обирати відповідно до певних критеріїв (невеликий за обсягом; із простим, легко відтворюваним

сюжетом; яскравою, виразною мовою; позбавлений незнайомих та важких для промовлення слів);

- заняття доцільно проводити за участю логопеда, який не лише визначить причини мовленнєвих недоліків дітей, але й добре відповідну систему вправ на виправлення мовленнєвих хиб;
- педагог має враховувати вікові, психічні та психологічні особливості своїх вихованців, зокрема особливості розвитку уваги, пам'яті, уяви тощо;
- обирати з-поміж словесних, практичних, наочних методів навчання ті, які найбільш доцільно застосовувати для переказування;
- чітко дотримуватися структури заняття навчання переказування.

### **Список використаних джерел**

1. Богуш А.М., Гавриш Н.В. Дошкільна лінгводидактика: Теорія і методика навчання дітей рідної мови в дошкільних навчальних закладах : підручник. Київ : Слово, 2011. 704 с.
2. Кожевникова Т. Мовленнєвий розвиток дошкільнят. *Дошкільне виховання*. 2004. № 12. С. 7–9.

***Інна Шайтан,***

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: Ніна Босак,  
кандидат педагогічних наук, доцент*

### **АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПРОБЛЕМАТИКИ ЗВУКОСИМВОЛІЗМУ**

*Автор подає ретроспективний огляд наукових напрацювань у дослідженні лінгвістичної і психофізіологічної природи звукового символізму. Визначені теоретичні положення лягли в основу розроблення експериментальної методики із визначення символічного значення звуків у складі поетичного тексту.*

**Ключові слова:** *синестезія, звукосимволізм, колірний слух.*

Дослідження теорії звукосимволізму здавна посідають значне місце у вирішенні кардинальних питань загального мовознавства – від гіпотез щодо мотивованості знаку до версій походження людської мови. Згідно з висновками науковців, першу з відомих в історії мовознавства спроб відшукати зв'язок між звуками мови і значенням можна відстежити в давньоіндійських Ведах, для яких було характерне глибоке переконання щодо існування первісного

зв'язку між самою річчю та її назвою. Так само у Давній Греції протягом століть тривали дискусії з приводу того, чи слова називають речі цілком довільно й зв'язку між звуком і значенням немає, чи слова називають речі «за природою» останніх і зв'язок між звуком і значенням є (діалог Платона «Кратіл»). Пізніше особливій ролі звуків було приділено значну увагу у працях класиків мовознавства В. фон Гумбольдта, Ж.Вандрієса, В. Вундта, О. Потебні, Р. Якобсона та ін. Автори праць, що присвячені походженню людської мови, переконливо доводять, що в основі початкового об'єднання звуку й значення лежала звукообразність у широкому розумінні цього слова, зазначаючи, що цьому положенню не можливо протиставити будь-яке інакше пояснення утворення зв'язку звуку зі змістом. Отож, чи не з перших етапів появи мовознавчих досліджень сформувалися два погляди на проблему зв'язку звуків мовлення і слів з одного боку, й значення – з іншого. Тривалий час постулювалася ідея, що звук сам по собі значення не передає, адже набір фонем у різних мовах далеко не завжди збігається і звуковий склад типологічно різних мов є відмінним, відтак і звукова оболонка слова є умовною (конвенціональною). Натомість прихильники теорії звуко символізму намагалися експериментальним шляхом довести протилежне, а саме те, що звуки людської мови мають не лише план вираження, але й план змісту (С. Воронін, І. Валуїцева, Б. Галєєв, В. Іванов, О. Журавльов, Н. Кожевникова, В. Левицький, М. Панов, Ж. Петерфольві, Ч. Осгуд). Дослідники зауважують, що теорія звукового символізму отримала неспростовні докази з боку експериментальної психології та методологічних засад типологічного мовознавства, а також у спеціальних дослідженнях щодо вмотивованості мовного знаку. Водночас питання про саму природу звукового символізму залишалося відкритим, надзвичайно дискусійним протягом кількох десятиліть й історія науки налічувала багато цікавих гіпотез для з'ясування причин, що його породжують.

На сьогодні чітко окреслилися дві точки зору щодо виникнення символіки звуків: так звана «гіпотеза первинного звуко символізму» (полягає в тому, що символіку звуків уважають первинною по відношенню до поняттєвого значення, припускаючи, що вона виникла під впливом звуків природи) і «гіпотеза вторинного звуко символізму», яку вчений В.Левицький пояснює таким чином: вторинний звуко символізм виникає внаслідок прагнення мовців «відшукати кореляцію між звучанням слова, що розвивається згідно з фонетичними законами, і значенням цього слова» [1, с. 90 ]. Виходить, якщо випадково виявиться, що певний звук зустрічається в декількох словах зі схожою семантикою, то ця семантика в загальному вигляді надалі проєктуватиметься на цей звук, і відтепер уже сам звук, навіть окремо взятий, викликати підсвідомі асоціації, безпосередньо пов'язані із семантикою цих

слів. На разі це наукове припущення було підтверджено результатами нашого експерименту з використанням психометричної методики Ч. Остуда з метою визначення символічного значення звуків у складі пропонованого поетичного тексту (див. рис. 1).

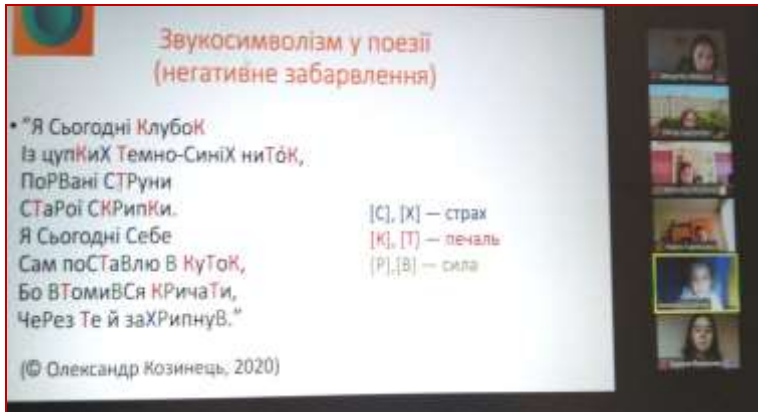


Рис. 1. Скрин онлайн-зустрічі учасників експерименту

Так само, на думку Р. Барта, Р. Будагова, Т. Крутько, М. Серова, символіка і кольористика звуків є відображенням поняттєвого значення слова на свою звукову форму (оболонку). Водночас учені також наголошують на тому, що символіка звуків, фонетичне значення не усвідомлюються носіями мови вповні, вони мають доволі узагальнений і розмитий характер, до того ж у певних звукосполученнях символіка звуків може суттєво видозмінюватися.

З плином часу стало науково очевидним, що в основі звукового символізму лежать єдині для всіх мов психофізіологічні закони, що, у свою чергу, дозволило вченим говорити про наявність універсальних властивостей, які притаманні цьому типу асоціативних зв'язків. Експериментальним шляхом уже доведено, що хоча значення звуків носіями мови й не усвідомлюється, значна частина людей підсвідомо визначає для себе основні фізико-акустичні й емоційно-поняттєві властивості звуків. Саме завдяки науковим експериментам у галузі фоносемантики вченим вдалося виявити й описати синестетичні ефекти від рецепції звуків мови, тобто встановити зв'язок звукового образу з не звуковим, наприклад, з колірними або, тактильними чи смаковими відчуттями (експериментальні дослідження В. Беляніна, Б. Галєєва, О. Горошко, О. Журавльова, О. Лурії, Р. Фрумкіна, Р. Цитович). При цьому звукове або смакове відчуття того чи того кольору, так званий «колірний слух» при якому голосний чи приголосний звук поруч зі слуховим враженням викликає також і колірне, виникає довільно й характеризується надзвичайною стійкістю та особистою одно-

манітністю. Учені відзначають, що звуко символічна номінація діє не лише в сенсорній, але й в емоційній сфері. Роль емоційного чинника значно зростає під час аналізу експериментальних даних щодо впливу звукових подразників на колірний зір людини, які залежать від того емоційного стимулу, яким вони супроводжуються. Позитивна чи негативна емоційна «зафарбованість» дійсно може виступати в ролі своєрідного медіатора, загального знаменника при перенесенні якості відчуттів. За спостереженнями науковців, колірні відчуття, спричинені навколишнім середовищем, збігаються в часі з чуттєвими переживаннями, які мають місце за відповідних обставин, й згодом починають викликати такі ж почуття. Отож, тлумачачи феномен «схожості», подібності при аналізі синестезії, можемо відзначити, що вона може визначатися, як за змістом, і за емоційним навантаженням («тембр-колір», «тональність- колорит») тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Левицкий В.В. Семантика и фонетика. Черновцы, 1973. 103 с.

**Юлія Шкарупка,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
Національний університет «Кієво-Могилянська Академія»*

*Науковий керівник: **Олена Кадочнікова,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛЮТОНІЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВЗНАВСТВІ**

*У статті розглянуто різноманітні підходи до визначення поняття глютонічного дискурсу. Окреслено основні етапи становлення теорії глютонічного дискурсу, зокрема вивчення поняття кулінарної метафори.*

**Ключові слова:** глютонічний дискурс, кулінарія, лексика, глютоніми, кулінарна метафора.

На сьогоднішній день їжа як лінгво- та соціокультурний феномен набуває неабиякої актуальності: дослідники приділяють увагу вивченню різних практик харчування, а відтак – головним аспектом їхніх досліджень стає нове поняття в межах багатьох мовознавчих галузей – поняття глютонії, що дедалі ширше й глибше розглядається як з теоретичного, так і з практичного погляду у складі наукових розвідок із дискурсології [5, с. 9].

У ході дослідження було виявлено, що у сучасному мовознавстві не існує чіткого визначення глютонічного дискурсу. Про це свідчить наявність ряду назв, які використовують для позначен-

ня даного поняття. Так, учені пропонують терміни «гастрономічний дискурс», «кулінарно-гастрономічний дискурс», «глютонічний (гастрономічний) дискурс». Зарубіжний мовознавець С. Берге [10] вживає термін «gastronomic discourse» (гастрономічний дискурс), Л. Россато [12] пропонує використовувати термін «culinary discourse» (кулінарний дискурс), М. Девіс [11] вводить термін, який не виділяють вітчизняні вчені як окремий вид дискурсу – «restaurant discourse» (ресторанний дискурс) [3, с. 69].

Уперше це поняття ввів у науковий обіг А. Олянич у 2003 році. Незважаючи на те, що зацікавлення їжею, як об'єктом дослідження, відбулося ще у XIX столітті, тогочасні напрацювання дослідників у галузі глутонічного дискурсу більше розглядалися як елементи народного побуту.

У період XX ст. в українському й зарубіжному мовознавстві з'являються наукові розробки, присвячені вивченню кулінарної лексики на матеріалі говорів. Це яскраво простежується у працях Е. Гоца [1, с. 20] та Н.А. Остаха [7, с. 171]. Аналізовані матеріали показують, що окрім найменувань їжі та напоїв, до складників глутонічного дискурсу входили назви кухонного начиння, а також, процесів, пов'язаних із приготуванням та споживанням їжі. Концепт їжі розглядався також у працях К. Леві-Стросса, який, стверджував, що кухня – це своєрідна мова, крізь яку можна зрозуміти й пізнати культуру.

Особливої уваги заслуговує праця українських учених «Історія української мови. Лексика і фразеологія» (1983), де окреслено історію деяких назв продуктів харчування [3, с. 742]. Також приділено увагу й історії назв продуктів харчування в українській мові (З.Козирева) [4, с. 52].

Здебільшого до текстів, які містять глутонічні найменування, зараховують кулінарні рецепти, меню, кулінарні статті, однак, жанрова сфера дослідження у сучасному мовознавстві розширюється до межі літератури та публіцистики [8, с. 93- 99]. Причиною цього є те, що глутонічний дискурс неодноразово зацікавлював не лише лінгвістів, а й соціологів та культурологів.

З-поміж усього загалу праць виокремлюється клас досліджень, пов'язаних із вивченням кулінарної метафори. Основами її генези є об'єкти, які відносяться до різноманітних концептуальних областей: людина, рослина, тварина, артефакт. Тож можемо говорити, що гастрономічна метафора породжена із серйозних методів забезпечення гастрономічного коду вітчизняної культури. Специфічною характеристикою такого типу метафори є присутність у ній оцінного сегмента, який може бути виражений експліцитно чи імпліцитно [6, с. 92–93].

Національна української кухня багата на глутонічні найменування і вони повсякчас презентують її самобутність. Проте на її

формування здійснювали вплив і продовжують здійснювати фактори внутрішньо-народного та інтернаціонального рівнів.

Отже, на сьогодні досліджено, що глютонічний дискурс базується на гастрономічній лексиці, враховує національну специфіку, має свої мовні риси та особливості і тісно пов'язаний з історичними, соціокультурними та етнічними звичками харчування та способами приготування їжі. Однак, феномен глютонічного дискурсу залишається відкритим питанням, яке потребує глибшого дослідження, адже донині немає загальноприйнятого визначення явища глютонії.

### Список використаних джерел

1. Гоца Е. Назви їжі й кухонного начиння в українських карпатських говорах : автореф. дис ... канд філ. наук. Ужгород, 2001. 20 с.
2. Державецька І.О. Глютонічний дискурс: лексикографічний аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 4. С. 69–72.
3. Історія української мови. Лексика і фразеологія : [монографія] / В.О. Винник, В.Й. Горобець, В.Л. Карпова [та ін.]; АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні. Київ : Наук. думка, 1983. С. 742.
4. Козирева З.Г. Українська когнітосфера «Їжа» як предмет лінгвістичного дослідження. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія «Філологія. Педагогіка. Психологія»*. 2014. Вип. 29. С. 48–55.
5. Масляева І.В. Назви страв у сучасному художньому мовленні: структурно-семантичний та функціонально-стилістичний аспекти : кваліфікаційна робота. Кривий Ріг, 2018. 100 с.
6. Мелех Г.Б. Сучасний стан дослідження фахової мови кулінарії. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Чернівці : Видавничий дім «Родовід», 2014. Вип. 692–693. С. 86–93.
7. Осташ Н.А. Про назви городніх рослин у гуцульських говірках. Івано-Франківськ, 2008. 171 с.
8. Половинчак Ю.М. Кулінарно-гастрономічний дискурс соціальних медіа в процесі формування національної ідентичності. *Інформаційно-аналітичний журнал. Серія: Україна: події, факти, коментарі* : зб. наук. праць. Київ : НБУ ім. В. Вернадського, 2016. № 4. С. 93–99.
9. Феномен глютонії: веб-сайт. URL: <https://philology.lnu.edu.ua/> (дата звернення: 14.11.2022).
10. Berghe S. The Language of Luxury. Opulence in Gastronomic Discourse, 1960 – 2000. *Luxury in the Low Countries. Miscellaneous Reflections on Netherlandish Material Culture, 1500 to the Present-Brussels*: ASP Publishers, 2010. P. 239–258.
11. Davis M. A Taste for New York: Restaurant Reviews, Food Discourse, and the Field of Gastronomy in America. New York : New York University, 2009. 292 p.
12. Rossato L. The Discourse of British TV Cookery. Naple, 2009. 134 p. 26. The American Heritage Dictionary of the English Language.



**Валерія Шюєкова,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
Центр післядипломної освіти та дистанційного  
(заочного) навчання, Державний податковий університет*

*Науковий керівник: Тетяна Сукаленко,  
доктор філологічних наук, професор*

## **ОСОБЛИВОСТІ СТИСЛИХ МЕДІАТЕКСТІВ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ДИСКУРСІ**

*У роботі схарактеризовано специфіку медіатексту, його потребу відповідати сучасним суспільним комунікаційним процесам, трансформації, що відбуваються в медійному дискурсі та вплив медіатекстів на комунікативний дискурс.*

**Ключові слова:** *медіатекст, медійний дискурс, інформація, англіцизми, смисловий простір тексту.*

Медіатекст – усний або писемний твір масово-інформаційної діяльності та масової комунікації, є найпоширенішою формою існування мови. Стислі медіатексти мають вираження конкретної інформації, яка чітко впливає на громадську думку. Медіатекст моделює ситуації чи події через призму індивідуального сприйняття автора.

Мета розвідки – схарактеризувати специфіку медіатекстів у сучасному комунікативному дискурсі. Окремі питання особливостей медіатекстів були предметом зацікавлення таких дослідників: В. Здоровеги, А.В. Кардаш, В. Різуна, К. Серажим, О.Ю. Чайковської, Г. Є. Хоменко та ін.

Сам термін «медіатекст» з'явився у 90-х роках ХХ століття в англomовній науковій літературі. Головною рисою сучасного мас-медійного тексту є багатовимірність, під якою розуміють поєднання різнорідних вербальних, візуальних, аудіовізуальних або інших компонентів у єдиному смисловому просторі тексту [3, с. 147]. Медіатекст також визначають як своєрідний транслятор нових значень і конденсатор культурної пам'яті [3, с. 225]. Він характеризується багатопаровістю та семіотичною неоднорідністю і здатний вступати у складні відношення як з навколишнім культурним контекстом, так і з читачською аудиторією. На цьому етапі медіатекст перестає бути елементарним повідомленням, спрямованим від адресанта до адресата, а перетворюється в складне утворення.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть медіатекст зазнав кардинальних змін: відбулись активні пошуки нових виражально-зображальних засобів мовлення, якісна модифікація словникового запасу, зростання варіативності та синонімії. Гнучкість, структурно-композиційна простота текстів, зумовлена тим, що реципієнт з першого погляду повинен зрозуміти, потрібна йому та чи та інформація. Спрощення контенту, перехід від локальних, лінійних сми-

слів до багатовимірних, що вимагає від адресата вміння мислити у декількох просторах одночасно, – усі ці чинники сприяють зацікавленню читацької, глядацької, слухацької аудиторій [3, с. 86].

Останніми роками спостерігаємо тенденцію до надмірного вживання англіцизмів у медійних текстах. Це ставить під питання існування певних стандартів медійного дискурсу. Тому, створюючи медіатексти, потрібно дотримуватись принципів етичного кодексу журналіста.

Отже, людина XXI століття відчуває вплив інформаційних технологій, з огляду на що вона є не просто споглядачем, але й фігурантом постійного процесу змін, розвитку та розширення економічних, політичних, соціальних та освітньо-культурних зв'язків. За таких умов відчутною є потреба в інформаційному матеріалі, який би слугував засобом спілкування та співпраці. Саме таким виступає медіатекст, що містить оперативну, доступну інформацію, котра впливає на суспільні та культурні вимоги сучасності.

### **Список використаних джерел**

1. Кардаш Л.В. Поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 146–149.
2. Хоменко Г.Є. Сучасний стан розвитку формату та контенту україномовних ЗМІ. *Science and Education a New Dimension. Philology*. III (8). Issue: 39. 2015. P. 86–90.
3. Чайковська О.Ю. Особливості сучасного медіатексту. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2014. Вип. 12. С. 225–230.

**Надія Шулъга,**

*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти,  
навчально-науковий інститут філології та журналістики,  
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Науковий керівник: **Валентина Титаренко,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У СЕРЕДНІЙ ШКОЛІ**

*У статті окреслено шляхи мотивації учнів до навчальної діяльності на уроках української мови. Схарактеризовано окремі форми й прийоми роботи.*

**Ключові слова:** *мотивація навчальної діяльності, навчання української мови, урок української мови, шляхи підвищення мотивації.*

Основна мета української освіти – створення умов для особистісного розвитку та творчої самореалізації кожного учня на засадах стійкої мотивації до засвоєння нових знань.

Питання формування мотивації навчальної діяльності досліджували такі науковці: Л.Аристова, Н. Бібік, В. Лозова, П. Підкасистий та ін.

Психологічні аспекти формування мотивів навчання учнів основної школи висвітлено в працях Б. Ананьєва, Д. Богоявленського, М.Задесенеця, В. Крутецького, К. Поливанової, С. Рубінштейна, І.Старагіної, С.Тарасової та ін.

Під мотивацією слід розуміти сукупність мотивів, які спонукають особистість до діяльності. Мотиви визначають рівень активності особистості. У ролі мотивів найчастіше виступають ціннісні установки, інтереси, нахили особистості. Мотивація є рушійною силою будь-якої діяльності задля досягнення певної мети. Саме мотивація має суттєвий вплив на поведінку та діяльність особистості, зокрема й на навчальну діяльність [1, с. 41].

Мотивація навчальної діяльності в процесі навчання українській мові в підлітковому віці – це система мотивів праці в динаміці, це процес зміни складу мотивів і їх значимості в свідомості учнів.

Такий процес відбувається під впливом стимулювання навчальної діяльності позитивних (спрямованість на засвоєння знань, прагнення до пізнання нової інформації в процесі навчання, бажання вдосконалюватися як особистість у процесі навчання; та негативних мотивів (отримання осуду, поганої оцінки, несхвалення однолітків чи педагогів) [2, с. 70].

Через доцільність стимулювання позитивних мотивів навчання на уроках української мови в підлітків доцільно окреслити ефективні шляхи підвищення мотивації до вивчення української мови в основній школі (5–9 класи).

Важливо під час аналізу твору організувати діалог учня з художнім текстом і спонукати до діалогу «учень-учень» з метою самореалізації учня, спонукання його до вияву власної думки тощо. Під час підбору завдань старатися, щоб кожне допомагало учням глибоко зрозуміти особистісну значущість порушених письменником проблем, пов'язавши твір з власним життєвим досвідом.

Під час вивчення різноманітних тем на уроках української мови, доцільно організувати мовні диспути. Ставити на обговорення в класі такі запитання, які викликають у школярів різні думки.

Для формування інформаційної компетенції на уроках мови приділяти особливу увагу вдосконаленню вмінь використовувати додаткову літературу, упроваджувати в роботу інформаційні хвилини. Формувати вміння учнів складати схеми, таблиці як засоби наочності.

Також слід удаватися до активного використання наочних принципів: комп'ютера як необхідного засобу здобуття та опрацювання інформації. Стимулювати критичне ставлення до засобів масової інформації, влаштовувати диспути, колективні слухання, круглі столи.

Автори підручників пропонують використовувати найрізноманітніші інтерактивні форми та прийоми роботи, які стимулюють творчу та самостійну діяльність учнівської молоді.

На уроках мови доцільно практикувати моделювання реальних (життєвих) мовленнєвих ситуацій тощо.

Отже, мотивація учня до навчальної діяльності підлітка в процесі вивчення української мови – це його стійка та внутрішня готовність до подальшої участі в процесі оволодіння знаннями, уміннями й навичками та виявлення самостійності та творчого підходу до виконання програмових завдань. Це внутрішні позитивні спонуки самого школяра, спрямовані на пізнання нового, на самостійний творчий пошук.

### **Список використаних джерел**

1. Бала В.В., Мацак А.Г. Теоретичні засади формування системи мотивації на основі аналізу мотиваційних теорій. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 136–144. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor\\_2014\\_3\\_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2014_3_22.pdf) (дата звернення 19.11.22).
2. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2017. № 24 (1246). С. 26–30.
3. Занюк С.С. Психологія мотивації : навчальний посібник. Київ : Либідь, 2015. 304 с.
4. Іванчук М.Г. Основні фактори інтегрованого підходу до організації навчання у школі. *Психологія : зб. наукових праць*. Київ : НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. Вип. 11. 433 с.

**Кароліна Якименко,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
факультет гуманітарних наук,*

*Національний університет «Киево-Могилянська академія»*

*Науковий керівник: Мальвіна Гусар,  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **СТОРИТЕЛІНГ: НАРАТИВНА ТАКТИКА ПЕРЕКОНАННЯ В СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ**

*Із появою все більшої кількості наукових відгалужень, із експонентним зростанням обсягу інформації, людина дедалі частіше зіштовхуватиметься із проблемою візуалізації та пояснення складних наукових концепцій, напрямів. З огляду на це, сторітелінг може посісти чільне місце як тактики переконання у науковій комунікації.*

**Ключові слова:** сторітелінг, наративи, науковий дискурс, переконання.

Наративи є «вродженими» способами розуміння та структурування людського знання та досвіду, це за своєю суттю важливий актуальний інструмент для переконання. Сторітелінг як наративна тактика є сучасною технологією у науково-освітній галузі. Сторітелінг широко використовується як ефективна стратегія викладання англійської як другої мови, хоча сучасна парадигма теоретизації освіти часто відкидає сторітелінг як нижчу форму академічного знання. Але науковий сторітелінг виходить за рамки теорій освіти та моделей переконання, заснованих на формальній або неформальній логіці, що робить його менш однозначним для науковців і потребує окремого вивчення та аналізу.

Наразі ми звертаємо особливу увагу на технології як на можливість знайти відповіді, які допоможуть нам забезпечити стійкий розвиток науки. Для цього нам необхідно, аби люди приймали обґрунтовані рішення щодо проблем, які ґрунтуються на наукових засадах. Аби досягти цього, наукові комунікатори повинні подавати інформацію цікаво та актуально, вийти за межі представлення фактів і доказів, до створення емоційних зв'язків між науковцями та громадськістю.

Сторітелінг був головною темою Конференції з публічних комунікацій науки і технологій (PCST) у Новій Зеландії 2018 року, науковиці Марина Жубер та Дженніфер Еллен Меткалф у своїх дослідженнях назвали сторітелінг душею наукової комунікації [2], а дослідник Девід Олсон виражає думку про важливість історії про факти, загорнуті в емоції [3]. Розповідь може бути ефективним способом заохочувати взаємодію з наукою, адже сторітелінг допомагає не тільки розуміти складні наукові концепти, а й обробляти та згадувати пов'язану з наукою інформацію.

Наукові історії є невід'ємною частиною культури. Сторітелінг формує культуру та формулює значення, які визначають нашу ідентичність. До того ж, 2017 році група дослідників, що займаються нейронаукою, встановили, що емоційні події запам'ятовуються чіткіше, точніше і триваліше, ніж нейтральні події [5]. Історії мають логічну та звичну структуру розповідної арки (початок, основна частина та кінцівка). Не менш важливим для впливу є те, що наприкінці історії розв'язується проблема і відбуваються зміни. Таким чином, сторітелінг може допомогти пояснити причинно-наслідкові зв'язки, приймати зважені рішення, спонукати дізнатися більше про конкретну наукову царину чи проблему.

Наукова комунікація як дисципліна може отримати користь від поєднання практики з теорією. Як вони стверджують, наукова комунікація існує як дві переважно дискретні частини: з одного боку, є теоретики наукового спілкування; з іншого боку, є практики, які безпосередньо спілкуються з науковою спільнотою про науку. Зрештою, коли теоретики з наукової комунікації співпрацюють із практиками, ефективність обох груп підвищується.

Існує і інший бік проблеми: використання сторітелінгу в науковому просторі може шкодити. Зокрема, перше етичне запитання можна сформулювати наступним чином: «Чи є основною метою використання наративу переконання чи розуміння?» Ці дві цілі представляють контрастні ролі для наукової комунікації в суспільстві. Наукові суперечки мають узгоджуватися із суспільними цінностями. Розповідь, спрямована на покращення розуміння, може показати, як наука впливає на різні сторони проблеми очима аудиторії.

Наступним проблемним моментом є питання того, які рівні точності необхідно підтримувати в наративі? Розповіді, зокрема, представляють зовнішній реалізм і репрезентативність. Очевидно, що наративна структура може мати низький рівень зовнішнього реалізму, але вхідні дані та вимоги самої процедури можуть залишатися високими щодо зовнішнього реалізму та точно описувати процес у зрозумілій і, можливо, запам'ятовуваній формі.

Таким чином, наративи представляють потенційно корисний формат комунікації для донесення науки як до досвідченої аудиторії, так і такої, яка не має досвіду. Сторітелінг легше сприймаються та здатний привертати більше уваги та залучення, ніж традиційне логіко-наукове спілкування.

#### **Список використаних джерел**

1. JD Miller, R Pardo, F Niwa Public Perceptions of Science and Technology: A Comparative Study of the European Union, the United States, Japan, and Canada (Chicago Academy of Sciences, Chicago, 1997).
2. Joubert, M. Davis L. and Metcalfe, J. (2019). 'Storytelling: the soul of science communication'. JCOM 18 (05), E. URL: <https://doi.org/10.22323/2.18050501>
3. Olson, R. (2009). Don't be such a scientist: talking substance in an age of style. Washington, DC, U.S.A : Island Press.
4. Stephanie J. Green, Kirsten Grorud-Colvert, and Heather Mannix. Uniting science and stories: Perspectives on the value of storytelling for communicating science. FACETS. 3(1): 164-173. URL: <https://doi.org/10.1139/facets-2016-0079>
5. Tyng CM, Amin HU, Saad MNM, Malik AS. The Influences of Emotion on Learning and Memory. Front Psychol. 2017 Aug 24;8:1454. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01454> PMID: 28883804; PMCID: PMC5573739.

**Світлана Якимчук,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
історико-філологічний факультет,  
Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»*

*Науковий керівник: **Ольга Копуць,**  
доктор педагогічних наук, професор*

## **ДЕЯКІ ЗАУВАГИ ДО ВИВЧЕННЯ БУДОВИ СЛОВА У ШКОЛІ**

*На підставі аналізу науково-методичних джерел, спостережень за станом викладання шкільного розділу «Будова слова» й результатів констатувального зрізу автор розкриває питання методичних труднощів опрацювання означеного програмового матеріалу й подає рекомендації щодо шляхів їх усунення.*

**Ключові слова:** будова слова, морфемний аналіз, НУШ, методика мови.

Питання вивчення будови слова і словотворення в закладах середньої освіти неодноразово порушувалося в українській лінгвістиці і лінгводидактиці (О. Біляєв, Г. Денисовець, С. Караман, М. Пентилюк, М. Семенченко, Г. Передрій, М. Плющ, В. Мельничайко, О. Кулик, Н. Клименко, В. Горпинич, С. Омельчук, О. Кучерук та ін.), проте і на сьогодні потребує доопрацювання, а подекуди й переосмислення в контексті ключових положень нової української школи. Як зазначає з цього приводу О.Кулик: « Сьогодні головна увага лінгводидактів і вчителів-словесників спрямована на пошук резервів для підвищення ефективності сучасного уроку української мови, передовсім на організацію навчальних дій школярів, які сприятимуть формуванню мовної і мовленнєвої особистості» [2, с. 141].

Спостереження за станом викладання шкільного курсу морфеміки і словотвору, проведений констатувальний зріз, дозволили визначити найпоширеніші помилки при вивчення цих розділів, а отже, й виробити практичні рекомендації щодо їх усунення. Чинні програми (автори О. Горошкіна, Н. Голуб, О. Семенов, Л. Мацько, В. Заболотний, О. Глазова) орієнтують п'ятикласників на засвоєння відомостей, пов'язаних із потягтями: основа і закінчення, корінь, префікс, суфікс, сполучні голосні звуки тощо. На нашу думку, найчастіше методичні труднощі опрацювання означених тем виникають у випадках:

1. Виділення закінчення, що зумовлено графікою, коли флексія виступає елементом букви Я, Ю, Є Ї, які позначають два звуки: *кра[ЄМ], вмива[Ю], мрі[Ї], подвір'[Я]*. У таких випадках слід подавати слова у фонетичному записі: *пор.пол [ЕМ] і край[ЕМ], пиш[У] і вмивай[У]*.

2. Коли закінчення не займає позиції абсолютного кінця слова або знаходиться всередині, так зване внутрішнє закінчення: *смі[ЄЩ]ся, дв[ОМ]ст[ам], лікар[ЕМ]-терапевт[ОМ], котр[ИЙ]сь, гостр[ОГО]-прегостр[ОГО]*.
3. Коли флексія і суфікс тотожні за звуковими показниками: *брат[ІВ]* (род. відм. множ. іменника брат) і *братів[ ]* – присвійний прикметник чол. роду. Тут слід робити частиномовне розмежування слів з метою виділення їх найсуттєвіших лексико-граматичних особливостей. Додатковим показником частиномовної належності може виступати наголос.
4. Коли наявне [ ], властиве лише окремим формам відмінюваних слів: *мороз[ ]* і *морозУ, ходив[ ]* і *ходила, стась[ ]* і *стасьТЕ* і протиставляється іншим формам певної парадигми. Для розуміння нульового закінчення як матеріально невираженого морфемного показника можна застосувати спрощений історичний коментар про Ъ, Ь і відпрацювати практично всі випадки нульового закінчення, як-от: П відміна іменників чол. роду в наз. і знах. відм. (*бїк, стїл, дїд, син*), іменників у род. відм. множ. (*вишень, вікон, курчат*), короткі прикметники (*зелен, весел*), форми минулого часу дієслів чол. роду у протиставленні зі словформами жін. і сер. роду, а також з формами множ. (*сказав – сказала, сказало, сказали*), приклади утворення наказового способу (*кинь, вір, прочитай*).
5. Для розмежування понять [ ] і закінчення немає методично виправдано у вигляді таблиці попередньо подати всі приклади невідмінюваних слів: *купе, какаду, таксі, ТСН, Дюма, Золя, ходити, читати, зліва, повно, від, але, хай, ой, гав-гав*, і пояснити, чому ці кінцеві голосні не є закінченням.
6. Закцентувати увагу на тому, що –ТИ це суфікс, яким утворюється неозначена форма дієслова, хоча він і не входить до складу основи слова.
7. Труднощі при розрізненні таких понять, як форми одного слова й однокореневі слова. Цього можливо уникнути, пояснюючи учням, що словозміна – це відмінювання слів за відмінками: *життя, життям, життів*; родами: *зелений, зеленого, той, та, тієї*; числами: *один, одного, одними*; за особами: *пишу, пишемо, пишуть* і під час відмінювання змінюється лише граматичне значення слова, тоді як його лексичне значення лишається незмінним. Однокореневі слова зазвичай належать до різних частин мови й поєднані спільним лексичним значенням: *міцний* (ознака), *міцнити* (дія), *зміцнений* (ознака за дією), *міць, міцність* (абстрактні іменники з опредмеченою назвою дії).
8. Безпідставне виділення префікса і суфікса у випадках зі зв'язаним коренем, оскільки учні орієнтуються на звукову подібність, не враховуючи лексичного значення слова, тому



морфемну будову таких слів краще уточнювати через словотворення: *олівець, високий, глина, перемога*.

9. Труднощі, пов'язані зі звуковими збігами префікса і кореня: *вир-ува-ти* і *ви-руб-а-ти* або суфікса і кореня *малин-а* і *хатин-а*, *білоч-к-а* і *кіз-очк-а*, або з явищами накладання морфем, нарощення чи усічення: *америк(АН)сякий, купе(Й)ний, чит-(А)Ч* (від *чит-а-ти*), *хот-(Л)НН-я* (від *хот-і-ти*), *коза(ЦЬ)-к-ий* (від *козак*), *при-дніпро-(В)-ськ-ий*.
10. Труднощі, пов'язані з виділенням кореня, особливо у випадках з наявними фонетичними явищами, напр., чергування: *вогонь-вогн-ю, крут-и-ти-круч-ен-ий, лов-и-ти-лова-ю, з-бир-а-ти-зі-бр-а-в-з-бер-е, сид-і-ти—на-сидж-ен-ий, мост-и-ти-ви-мощ-ен-ий*; подовження: *колосс-я, волосс-я, гілл-я* (пор. *знання, життя, буття*); спрощення: *про-їзд-про-їз-н-ий, область-облас-н-ий*
11. Випадки омонімічних збігів кореня: *літ-а-ти, пере-літ-н-ий, по-літ, літ-ак* (однокореневі) *літ-о, літ-н-ий, в-літ-ку* (однокореневих слів, наголошуючи не на тому, що вони мають однаковий за звучанням корінь, а поєднані саме спільністю лексичного значення, яке міститься в корені).
12. Проблема визначення кількості суфіксів долається через методичний прийом зіставлення з іншими одноструктурними словами або через будову словотвірною ланцюжка : *школ-а-школ-яр-школ-яр-ськ-ий; чобіт-чобот-ар-чобот-ар-ськ-ий-чобот-ар-юва-ти; звич-н-ий-звич-к-а-звик-а-ти пор. з руч-н-ий-руч-к-а-пис-а-ти*, адже, як відомо, суфікси обслуговують одну й ту саму частину мови. Напр., *відмінНІСТЬ-прихильНІСТЬ, спільНІСТЬ* зіставимо зі словами *відмін-а, відмін-н-ий, при-хил-и-ти, при-хиль-н-ий, спіл-к-а, спіль-н-ий*.

Щодо схеми розбору слова за будовою: а) аналіз слід розпочати з визначення лексичного значення слова і його частиномовної належності; б) змінюючи форму слова, відділити закінчення від основи; в) традиційно склалося так, що спочатку в основі виділяють корінь або корені, а потім афікси, хоча існують й інші пропозиції, напр., морфемне членування проводити з кінця, відокремлюючи спочатку афікси, що, можливо, з методичного боку є менш виправдано, адже саме корінь є носієм значення у структурі слова; г) виокремити префікси, суфікси, сполучні голосні.

### Список використаних джерел

1. Біляєв О.М., Мельничайко В.Я., Пентиліук М.І. та ін. Методика будови слова і словотвору. *Методика вивчення української мови в школі: посібник для вчителів*. Київ, 1987. С 121-135.

2. Кулик О.Д. Мовленнєвий розвиток учнів 5-9 класів закладів загальної середньої освіти в процесі навчання словотвірної системи української мови : дис ... д-ра пед. наук: 13.00.02. Київ, 2019. 542 с.
3. Шевчук О.О. Методичні вказівки до вивчення морфеміки і словотвірної будови слова. Донецьк, 1990. 87 с.

**Анна Ярова,**

*здобувачка магістерського рівня вищої освіти,  
філологічний факультет,  
Миколаївський національний університет  
імені В.О. Сухомлинського  
Науковий керівник: **Світлана Каленюк,**  
кандидат філологічних наук, доцент*

### **ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ**

*У статті розглянуто аналіз лінгвістичних засобів формування іміджу закладу МНУ імені В. О. Сухомлинського на основі онлайн сторінки, буклетів, відеороликів.*

**Ключові слова:** *імідж, вербальні, невербальні засоби, онлайн сторінка, буклети.*

Сучасна освіта в Україні проходить процес пошуку нових альтернатив. Зміна пріоритетів у державі внесла зміни до іміджу знань та освіти, тому сучасні навчальні заклади добре розуміють значення іміджу і працюють над ним. Проблема створення позитивного іміджу стає потребою дня, цікавить кожного керівника закладу. Імідж може формуватися стихійно, неконтрольовано або бути предметом цілеспрямованої роботи.

Сьогодні необхідність формування іміджевої політики в галузі освіти визначається чинними соціально-економічними проблемами: демографічною ситуацією, запитами соціальної політики держави, потребою освітньої та управлінської практики у виробленні певних уявлень про ВНЗ та навчальні заклади в цілому. Імідж в освіті часто виконує ту ж функцію, що і в політології чи соціології – формування громадської думки. Позитивний імідж є головним критерієм успішності в галузі освіти.

Мовну картину навчального закладу визначають як спосіб відбиття реальності у свідомості учня, студента, викладача, що полягає у сприйнятті цієї реальності через призму мовних та національних особливостей, притаманних певному мовному колективу, інтерпретацію навколишнього світу за національними структурно-концептуальними канонами.

Формування іміджевої політики, за допомогою лінгвістичних засобів можна відстежити на сайтах навчальних закладах, афішах, буклетах, рекламах тощо. [2, с. 123]. Для визначення за допомогою яких лінгвістичних засобів формується імідж ВНЗ, проаналізовано онлайн сторінку Миколаївського університету імені В.О. Сухомлинського та буклети факультетів, а також деяких онлайн сторінок кафедр.

Лінгвістичні засоби бувають вербальні (мовні) та невербальні (у цьому випадку візуальні). Щодо візуальної частини, вона є не менш важливою для іміджу закладу, ніж вербальна. Адже, гарно створений сайт приваблює більше, і людина залишається на сторінці довше, розглядаючи усі можливості для неї. Відкриваючи сайт, ми можемо побачити головну сторінку, на якій транслюються слайди фотографій останніх подій університету, також на ній розміщена актуальна інформація. Зверху є зручна панель, якою легко користуватися, можна обрати потрібний варіант, тому ніхто з гостей сайту не заплутається

Щодо лінгвістичних засобів: публікації додаються українською та англійською (для іноземних студентів) мовами. Переважно усі статті створено з метою повідомлення у публіцистичному стилі на різні теми, використовується активна лексика, загальнозжиті та спеціальні слова, прості та складні речення.

Ми розглянули та проаналізували буклети філологічного, природничого та факультету педагогіки та психології. Усі проаналізовані буклети виконані українською мовою, несуть комунікативно-інформативний, впливовий характер. У буклетах розміщені заголовки та підзаголовки, перелік спеціальностей, переваги, пріоритетні напрями роботи, перспективи працевлаштування. Майже у всіх буклетах шрифт заголовків видно чітко і розбірливо, це краще залучає увагу реципієнта. Аналізуючи буклет факультету педагогіки та психології, можна сказати, що текст на фоні не дуже видно, тому це є недоліком. Щодо синтаксису, за результатами аналізу, ми дійшли висновку, що зустрічаються більше неповні, прості речення, з метою легшого сприйняття інформації. У реченнях зустрічаються різні частини мови, але переважають іменники. Усі буклети мають реквізити (адресу, номери телефонів приймальної комісії, посилання на сайт і т.д.)

Деякі факультети представляють свої спеціальності не лише у вигляді буклетів, а й у відеоролику, наприклад, природничий факультет, спеціальності: менеджмент, фінанси, банківська справа. Ролик супроводжується короткими відео студентів та сучасною піснею, накладено текст українською мовою про спеціальності. У кінці ролика використовується питально-спонукальне та запрошувальне речення, з метою впливу на реципієнта: *«Прагнеш бути таким як ми? Приєднуйся до родини МНУ»*. Також факультет педагогіки та психології представив свої спеціальності відео-

роликом, у кінці є речення у вигляді заклику, запрошення: *«Долучайся до нас! Ми чекаємо саме на тебе!»*. Кафедра історії у буклеті теж має спонукальне, закликально-запрошувальне речення: *«Хочеш отримати історичну освіту? Тоді іди до нас!»*.

Отже, можна зробити висновок, що для формування іміджу закладу освіти треба використовувати, як вербальні, так і невербальні засоби, оскільки вони доповнюють одне одного і все це створюється для створення позитивного іміджу. Хочемо відзначити, що формування іміджу – це тривалий і складний процес, бо спрямований на зміну думки та ставлення багатьох громадян до освіти. Особливо трудомістким і значимим він стає в умовах сучасного цифрового середовища, яке передбачає відкритість, прозорість і доступність до освітнього простору.

### **Список використаних джерел**

1. Винославська О.В. Як у навчальних закладах України дбають про підтримку позитивного іміджу : монографія. 1998. 365 с.
2. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту: монографія. Київ : Академія. 2009. 264 с.
3. Загнітко А.П. Лінгвістика тексту : монографія. Донецьк : ДОНУ. 2006. 124 с.

## ЗМІСТ

<i>Маргарита Байтаз</i> ПРОСТЕ УСКЛАДНЕНЕ РЕЧЕННЯ В ЖІНОЧІЙ ІНТИМНІЙ ЛІРИЦІ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТЬ .....	3
<i>Дар'я Бановська</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СЕМАНТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІТОЛОГЕМ В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОСТИЛІСТИЦІ .....	5
<i>Владислава Барнякова</i> ТИПОЛОГІЯ ЕМОЦІЙ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО У МОВІ.....	7
<i>Ольга Безим'яна</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЛЕКСИКИ В ПРИЗВИЩАХ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	10
<i>Тетяна Беляєва</i> ЖАРГОНІЗМИ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСІЇ В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ .....	13
<i>Людмила Біленька</i> ВИКОРИСТАННЯ ТВОРІВ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИКОЛОГІЇ (6 КЛАС) .....	15
<i>Дарина Боровик</i> ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В СЕРЕДНІЙ ШКОЛІ .....	17
<i>Іванна Будько</i> СЛОВОВІРНА СПЕЦИФІКА ПРИЗВИЩ ЖИТОМИРЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ «НАЦІОНАЛЬНОЇ КНИГИ ПАМ'ЯТІ ЖЕРТВ ГОЛОДОМОРУ 1932–1933 РОКІВ В УКРАЇНІ») .....	19
<i>Ольга Бурдейна</i> МЕДІЙНІ ТЕКСТИ В ЕКСКУРСІЙНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЯХ (НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКСКУРСІЙНО-КРАЄЗНАВЧОГО ВІДДІЛУ КОМУНАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ «ОБЛАСНИЙ ЦЕНТР ДИТЯЧОЇ ТА ЮНАЦЬКОЇ ТВОРЧОСТІ» ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ) .....	22
<i>Софія Бурмецька</i> МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ОНІМІВ ТВОРЧОСТІ ІРЕНИ КАРПИ ..	24

<i>Карина Бурса</i>	
ВИРАЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ ЧАСУ ЗАСОБАМИ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОВИ В ЖАНРІ ІСТОРИЧНОЇ ПРОЗИ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ВАСИЛЯ ШКЛЯРА «ЧОРНИЙ ВОРОН. ЗАЛИШЕНЕЦЬ») .....	27
<i>Анастасія Бучковська</i>	
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ ОЦІНКИ СПІВРОЗМОВНИКА В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗКАХ.....	29
<i>Олена Валяровська</i>	
ТИПИ І ФОРМАТИ ПОШИРЕННЯ НЕЛІНІЙНОГО КОНТЕНТУ У КРОСМЕДІА .....	32
<i>Вікторія Вельмик</i>	
МОВА І ПОВНОМАСШТАБНА ВІЙНА: МОВНІ ПИТАННЯ В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ДОРОСЛИХ ГРОМАДЯН.....	34
<i>Назарій Власюк</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МОВНОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	37
<i>Ангеліна Войцеховська</i>	
СЕМАНТИКА І ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС .....	38
<i>Уляна Гончар</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В 5 КЛАСІ .....	41
<i>Уляна Гончар</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СІНОНІМІЇ ТЕРМІНІВ ПРАВА .....	44
<i>Аліна Григораиш</i>	
ЕТНІЧНІ СТЕРЕОТИПИ В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ .....	47
<i>Богдана Гудайтес</i>	
ДІАЛЕКТНЕ МОВЛЕННЯ У СУЧАСНОМУ УЗУСІ МЕШКАНЦІВ КАМ'ЯНЦЯ-ПОДІЛЬСЬКОГО .....	49
<i>Дар'я Гуленко</i>	
ГЕНЕЗА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЙ .....	51
<i>Вікторія Дорога</i>	
МІФОПОЕТИКА ПОВІСТІ М. КОЦЮБИНСЬКОГО «ТІНІ ЗАБУТИХ ПРЕДКІВ».....	52

<i>Максим Євин</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ТИПОВІ МОВНІ ПОМИЛКИ ФУТБОЛЬНИХ КОМЕНТАТОРІВ» ІЗ ДИСЦИПЛІНИ «МОВНІ ДЕВІАЦІЇ» В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	54
<i>Маргарита Журавльова</i>	
ТЕКСТ ЯК КОМУНІКАТИВНА ОДИНИЦЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....	56
<i>Наталія Запорожан</i>	
ПОЛІКОДОВІСТЬ ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСІЇ В СКЛАДНИХ СИНТАКСИЧНИХ СТРУКТУРАХ .....	59
<i>Оксана Карауш</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОГО ЕТИКЕТУ В ЕПІСТОЛЯРНОМУ СТИЛІ .....	60
<i>Єва-Евелін Ковач</i>	
МОВА І СТИЛЬ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ЗАКАРПАТТЯ.....	63
<i>Ніна Кодряну</i>	
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМИ.....	65
<i>Олена Колесник</i>	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ЗБІРКИ МАРІЇ ЗІНОВЧУК «МАЛЬВА-ДУША»).....	69
<i>Вікторія Компанієць</i>	
ЕСТЕТИКА ІМПРЕСІОНІЗМУ В ТВОРЧОСТІ М. КОЦЮБИНСЬКОГО.....	71
<i>Анастасія Корній</i>	
СЕМАНТИКО-СТРУКТУРНА ТИПОЛОГІЯ ДИТЯЧИХ НОМІНАЦІЙ У ГОВІРКОВОМУ МОВЛЕННІ ПОДОЛЯН .....	74
<i>Віктор Косько</i>	
СЕМАНТИКА І ФУНКЦІЇ МЕТАФОРИ У РОМАНІ М. ДОЧИНЦЯ «ДІТИ ПАПОРОТІ».....	77
<i>Вікторія Крива</i>	
НАСТРОЄВО-ЕМОЦІЙНА ПАЛІТРА ПОЕЗІЙ У ПРОЗІ О. КОБИЛЯНСЬКОЇ.....	79
<i>Лія Куцевол</i>	
ПРОБЛЕМИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	82

<i>Юлія Кучерява</i>	
ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ ЖІНОЧІЙ ПРОЗІ.....	84
<i>Дар'я Левченко</i>	
СИНТАКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ В. ЛИСА .....	86
<i>Єлизавета Лисиця</i>	
ЛОГОЕПІСТЕМНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНСЬКОЇ МОВНОЇ КАРТИКИ СВІТУ.....	88
<i>Денис Лось</i>	
ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНУ УКРАЇНСЬКУ МОВУ.....	91
<i>Аліна Макарська</i>	
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КАТЕГОРІЇ ГЕНДЕРУ В ЗАГОЛОВКАХ СУЧАСНИХ ЗМІ.....	93
<i>Тетяна Мельничук</i>	
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ МІСЯЦЬ У ПОВІСТІ «МІСЯЦЕВА ЗОЗУЛЬКА ІЗ ЛАСТІВ'ЯЧОГО ГНІЗДА» ВАЛЕРІЯ ШЕВЧУКА .....	95
<i>Анна Мироненко</i>	
МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ.....	98
<i>Анастасія Мироненко</i>	
МЕТАФОРА В МОВІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ .....	100
<i>Марина Ничипорук</i>	
ВІДАНТРОПОНІМНІ ПОЗИВНІ В ПОВІСТІ ВАСИЛЯ ШКЛЯРА «ЧОРНЕ СОНЦЕ» .....	102
<i>Анастасія Нінадовська</i>	
РОЛЬ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ГУМАНІТАРНОЇ ПАРАДИГМИ ЗНАНЬ .....	104
<i>Роман Олексійчук</i>	
INSTAGRAM-БЛОГ ЯК ЖАНР МЕРЕЖЕВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	106
<i>Анастасія Отвіновська</i>	
УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В ЕПОХУ ПІДВИЩЕНОЇ АКТУАЛІЗАЦІЇ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM.....	111
<i>Олександра Погребняк</i>	
МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ ІНФОГРАФІКИ ЯК ЗАСІБ СТРУКТУРУВАННЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ .....	113



<i>Жанна Горіна, Ганна Поп</i>	
ЛЕКСИЧНІ ПРИЙОМИ СТВОРЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ НАЗВ УКРАЇНСЬКОГО МОРОЗИВА.....	115
<i>Ліліана Прокопенко, Юлія Куковинець</i>	
ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСОБІВ НАОЧНОСТІ У ФОРМУВАННІ НАВИЧОК ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО ДИСКУСІЙНОГО МОВЛЕННЯ.....	119
<i>Софія Радзівон</i>	
ЕМОТИВИ У ТВОРЧОСТІ ВОЛОДИМИРА ЛИСА .....	123
<i>Володимир Рижик</i>	
АНАЛІЗ ЛІНГВОКУЛЬТУРЕМИ РОСІЯНИ ТА ЇЇ СИНОНІМІВ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ У КОНТЕКСТІ ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ .....	125
<i>Людмила Рокіщук</i>	
ЕКСПРЕСИВИ В МОВІ СУЧАСНИХ ЗМІ .....	127
<i>Христина Сагайдак</i>	
ВЕРБАЛЬНЕ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ЖИТТЯ» В ПРОЗІ МАРІЇ МАТЮС.....	130
<i>Юлія Сердюк-Атаманська</i>	
УКРАЇНСЬКА ВЕРСІЯ «ДОНЖУАНІВСЬКОГО» МОТИВУ В ДРАМІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «КАМІННИЙ ГОСПОДАР» .....	132
<i>Анастасія Сич</i>	
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЇЖИ ТА НАПОЇВ У КНИЗІ НАДІЙКИ ГЕРБІШ «ТЕПЛІ ІСТОРІЇ ДО КАВИ».....	135
<i>Валерія Совенко</i>	
ОДНОСКЛАДНІ РЕЧЕННЯ В ЗБІРЦІ О. КЛИМЕНКА «SUPRARHON».....	137
<i>Аліна Соколюк</i>	
СИСТЕМА ВПРАВ ЗІ СТИЛІСТИКИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В 11 КЛАСІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....	139
<i>Любов Солодун</i>	
МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ МЕНТАЛЬНОЇ КАРТИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ МОВОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН У ЗВО.....	142
<i>Уляна Соломонова</i>	
УЖИВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В ТЕКСТАХ ЛЮКО ДАШВАР.....	145

<i>Оксана Кучерява, Вікторія Тиришу</i>	
ІНТЕРНЕТ-МЕМИ У ФОРМУВАННІ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ 5 КЛАСІВ ЗЗСО .....	146
<i>Надія Токарчук</i>	
ІЗ СПОСТЕРЕЖЕНЬ НАД ЛЕКСИЧНОЮ БАЗОЮ ПРИЗВИЩ РІВНЕНЩИНИ (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ ПАМ'ЯТІ ЛІКВІДАТОРІВ ЧОРНОБИЛЬСЬКОЇ КАТАСТРОФИ М. КУЗНЕЦОВСЬКА «ПОКЛИКАНІ ЧОРНОБИЛЕМ») .....	152
<i>Анастасія Туганашева</i>	
СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ У ПЕРІОД РЕВОЛЮЦІЇ ПІДНОСТІ .....	156
<i>Анастасія Туганашева</i>	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У МОВІ СУЧАСНОЇ ПЕРІОДИКИ .....	159
<i>Богдан Ференцюк</i>	
ПОСТДИСТАНЦІЙНИЙ СИНДРОМ: АДАПТАЦІЯ УЧНІВ ДО ОФЛАЙНОВОГО НАВЧАННЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....	162
<i>Марта Цимбалюк</i>	
ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ.....	164
<i>Уляна Чайковська</i>	
ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ .....	166
<i>Марія Чопко</i>	
ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТ НАВЧАННЯ ПЕРЕКАЗУВАННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ.....	169
<i>Інна Шайтан</i>	
АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПРОБЛЕМАТИКИ ЗВУКОСИМВОЛІЗМУ .....	171
<i>Юлія Шкарупка</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛЮТОНІЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВОЗНАВСТВІ .....	174
<i>Валерія Шовкова</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СТИСЛИХ МЕДІАТЕКСТІВ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ДИСКУРСІ.....	177
<i>Надія Шульга</i>	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У СЕРЕДНІЙ ШКОЛІ .....	178

<i>Кароліна Якименко</i>	
СТОРИТЕЛІНГ: НАРАТИВНА ТАКТИКА ПЕРЕКОНАННЯ В СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ.....	180
<i>Світлана Якимчук</i>	
ДЕЯКІ ЗАУВАГИ ДО ВИВЧЕННЯ БУДОВИ СЛОВА У ШКОЛІ .....	183
<i>Анна Ярова</i>	
ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ .....	186

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА

## **ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**СТУДЕНТІВ ТА МАГІСТРАНТІВ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ  
УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА**

### **ВИПУСК 12**

**Електронне видання**

---

Підписано 12.12.2022. Гарнітура "Bookman Old Style".  
Обл.-вид. арк. 11,6. Зам. № 998.

Видавець і виготовлювач Кам'янець-Подільський національний  
університет імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61,  
м. Кам'янець-Подільський, 32300

Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої  
справи серії ДК № 3382 від 05.02.2009 р.