

**НАУКОВА ФІЛОЛОГІЧНА
ОРГАНІЗАЦІЯ «ЛОГОС»**

**Міжнародна
науково-практична конференція**

**«МОВА У СВІТЛІ КЛАСИЧНОЇ СПАДЩИНИ
ТА СУЧАСНИХ ПАРАДИГМ»**

8–9 березня 2019 р.

м. Львів

УДК 81(063)

М74

Мова у світлі класичної спадщини та сучасних парадигм: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: м. Львів, 8–9 березня 2019 р. – Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2019. – 100 с.

Видається в авторській редакції. Редакційна колегія Наукової філологічної організації «ЛОГОС» не завжди поділяє погляди, думки, ідеї авторів та не несе відповідальності за зміст матеріалів, наданих авторами для публікації.

У виданні зібрані тези, подані на міжнародну науково-практичну конференцію «Мова у світлі класичної спадщини та сучасних парадигм».

УДК 81(063)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЗАГАЛЬНЕ, ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ, ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

Йодловська А. І.

ТАКТИЛЬНЕ ВІДЧУТТЯ У СТРУКТУРІ СЛОВНИКОВИХ ДЕФІНІЦІЙ
(НА МАТЕРІАЛІ СЛОВНИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ, РОСІЙСЬКОЇ
ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ)5

СЕКЦІЯ 2. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПЕРЕКЛАДУ

Стецик Т. С.

АДЕКВАТНІСТЬ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ
(З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ)11

Shchurachova D. S.

STYLISTIC AND GRAMMATICAL PECULIARITIES OF ENGLISH TEXT IN
SCIENTIFIC AND TECHNICAL TRANSLATION15

СЕКЦІЯ 3. МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Перепелкіна Т. В.

ДВОМОВНІСТЬ ЯК ОЗНАКА МОВНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ17

Суркова О. А.

УМОВИ ВИНИКНЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМУ В РУСЛІ
АМЕРИКАНСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ22

СЕКЦІЯ 4. УКРАЇНСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

Буката Г. Б.

ДУХОВНИЙ СВІТ ОСОБИСТОСТІ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ
УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ28

Гаврилюк О. М.

ТИПОЛОГІЯ МІГРАЦІЙНОГО СЮЖЕТУ ПРО МЕРТВОГО НАРЕЧЕНОГО
В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ СТОЛІТТЯ33

Журавльова Є. О.

МОВНА СИТУАЦІЯ НА ХЕРСОНЩИНІ37

Мазун Н. Р.

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА І ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ
СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ41

Малєнкова Д. Г., Мартос С. А.

МОВА УКРАЇНСЬКИХ БЛОГЕРІВ У ІНСТАГРАМІ46

Мірошніченко І. Г.

МАС-МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС: КЛАСИФІКАЦІЙНІ ВИМІРИ51

Попович Н. М.

СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ОЗНАЧЕНОЇ КІЛЬКОСТІ У ТВОРАХ І. Я. ФРАНКА56

Тендітна Н. М.

ОБРАЗИ ЗВІРІВ У «КАЗКАХ ЧЕРНІГІВЩИНИ»61

Шестакова С. О.

ДО ПИТАННЯ ПРО СТРАТИФІКАЦІЮ СПЕЦІАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ67

СЕКЦІЯ 5. РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА ІНШІ МОВИ І ЛІТЕРАТУРА

Білоніжка І. С. ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО У СЕРІАЛІ «HOW I MET YOUR MOTHER».....	72
Бондаренко О. М. УТВОРЕННЯ НОВИХ ТЕЛЕСКОПІЙНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У ТЕКСТАХ МЕДИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ.....	74
Газуда О. М. КРИТЕРІАЛЬНІ ОЗНАКИ КОНЦЕПТУ В ЛІНГВІСТИЦІ.....	77
Мушинська А. В. МЕТАФОРИЧНА АКТУАЛІЗАЦІЯ АДАПТАЦІЇ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	81
Каданер О. В. УЧБОВИЙ ГІПЕРТЕКСТ ЯК ЗАСІБ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИМ МОВАМ.....	83
Кургаєва Л. А. ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОСТІ РОМАНУ ДЖЕЙН ОСТІН «ГОРДІСТЬ ТА УПЕРЕДЖЕННЯ» (PRIDE AND PREJUDICE BY JANE AUSTEN).....	87
Sidorov A. O. THE ORIGIN OF OLD SLAVONIC LANGUAGE.....	90
Ставенко О. В. ЖАНРОВА СВОЄРІДНІСТЬ АВСТРАЛІЙСЬКИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ДІТЕЙ.....	94

Список використаних джерел:

1. Дзюба І. «Перший розум наш...» / Копач О. Хрестоматія з нової української літератури доля шкіл і курсів літературознавства. 2-ге вид., доп. – Л., 1993.
2. Жулинський М. Революція в літературознавстві, або чи може філологічна наука змінити світ? //Укр. мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2006. – № 7-8.
3. Котій Л. Творчість письменників рідного краю у формуванні пізнавальних інтересів та національно – патріотичного виховання // Вивчаємо українську мову та літературу. – 2017. 34-36.
4. Кучеренко Н. Педагогічні ідеї І.С. Нечуя – Левицького // Вивчаємо українську мову та літературу. – 2008. № 32.
5. Ільницький М. Людина в історії // Жовтень. – № 2.
6. Нечуй – Левицький І. Світогляд українського народу, К., 2006.
7. Потурнак В. Пізнай в собі людину // Українська мова та література. – 2008. – № 37.
8. Сковорода Г. Повне зібрання творів: У 2 Т. – К., 1973.
9. Сковорода Г. Твори у 2 Т. К.:Обереги, 2005.

Малєнкова Д. Г.
студентка III курсу
Мартос С. А.
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови
Херсонський державний університет
м. Херсон, Україна

МОВА УКРАЇНСЬКИХ БЛОГЕРІВ У ІНСТАГРАМІ

Інтернет дає невичерпний простір для досліджень, оскільки в ньому, як в особливому середовищі комунікації, тісно співіснують усний та писемний варіанти мови. Незважаючи на те, що дослідження мови Інтернету – порівняно новий напрям лінгвістичних розвідок, у сучасному мовознавстві уже є низка праць, у яких увагу зосереджено на проблемах теорії комунікації та медіалінгвістики. Специфіку Інтернет-дискурсу досліджують

Ф. Бацевич, А. Белова, А. Войскунський, Б. Гаспаров, В. Карасик, Г. Почепцов, А. Соколов; структурно-змістові та функціонально-технічні характеристики веб-сайтів, комп'ютерних конференцій, Інтернет-новин у гіпертекстовому форматі проаналізовано у працях О. Винарієвої, Є. Галичкіної, С. Данилюк, М. Коломієць. До аналізу українського Інтернет-дискурсу зверталися у своїх дослідженнях Р. Трифонов, С. Чемеркін, лексико-стилістичні та словотвірні особливості українськомовного блогу дослідила С. Зайцева.

Соціальні мережі об'єднують мільйони людей, які використовують їх як інструмент спілкування між собою. Це зумовлено тим, що сучасна людина не уявляє себе без Інтернету, дедалі більша частина її життя є віртуальною. У зв'язку з цим важливими стають способи та засоби передачі думок. Потреба у повноцінному Інтернет-спілкуванні зумовлює виникнення нових лексичних одиниць, переосмислення стилів мови, знакових систем тощо.

Мова популярної в усьому світі соціальної мережі Інстаграм багатонаціональна. Ця мережа не перенасичена письмовою інформацією, а більше орієнтується на візуальне сприйняття користувача. Однак, ситуація із плином часу змінюється, соціальні мережі оновлюються, стають дедалі ширшими в можливостях. Тому й постає «мовне питання»: наскільки Інтернет-стиль змінює мову літературну, як нею послуговуються користувачі, яким модернізаціям вона підлягає та інше. Це й зумовлює актуальність дослідження мови соціальних мереж як особливого засобу комунікації, функціонування української мови на платформі Інстаграм. Мета нашої розвідки – проаналізувати сторінки найпопулярніших українських блогерів у Інстаграмі щодо мовного вибору.

У соціальних мережах кожен користувач може вибрати мову інтерфейсу власної сторінки (українська доступна у всіх найпопулярніших соціальних мережах). Кількісні показники різних мов персональних сторінок, на жаль, не відображають усієї повноти мовної ситуації у соціальних мережах (мову постів користувачів, перемикування кодів у коментарях тощо), але вони можуть дати загальне уявлення про декларативні мовні преференції (або байдужість до них).

За статистикою Фейсбук, серед мов інтерфейсів в українському сегменті соцмережі домінує російська – 75%, україномовні інтерфейси мають 19%

користувачів, 4,8% – англомовні, 0,6% – угорськомовні. Однак, як і у випадку з мережею Інстаграм, ці дані важко назвати реальним відображенням мовної ситуації в українському сегменті соцмережі [1].

Для аналізу мови в соціальній мережі Інстаграм було обрано сторінки п'ятьох найпопулярніших (за кількістю читачів) українських блогерів. На основі їхніх постів змодельовано діаграму, що відображає, якою мовою користувач пише тексти під публікаціями. Звернемо увагу й на те, як контент впливає на кількість аудиторії читачів блогера й наскільки українська мова популярна в цій соціальній мережі.

Перша серед українських блогерів у соціальній мережі Інстаграм за кількістю читачів – Олена Венум (аудиторія: 2,3 млн. читачів; тематика блогу: «мода», «лайфстайл», «подорожі», «бізнес», «краса»; мова блогу: переважно російська, іноді англійська; особливості блогу: багатонаціональність аудиторії, активне користування хештегами російською та англійською мовами; мова коментарів: російська й англійська).

Олена Венум народилася у м. Кременчук. Абсолютна більшість підписів блогера під фотографіями написані російською мовою. Авторка блогу активно спілкується з аудиторією, цікавиться їхніми думками, ставить питання та відповідає на них. Основною аудиторією читачів є росіяни, білоруси, українці та, звичайно, люди з віддаленого зарубіжжя. Блогер послуговується лише англійськими чи російськими «хештегами», тому що вони є більш ефективними й популярними серед хештегів інших мов (*#mysunlight #girl #GlamourRussia #кино #фільм*). Припускаємо, що оскільки російськомовне населення переважає над суто україномовним населенням, а блогер бажає розширювати свою аудиторію та ставати більш затребуваним, тому і послуговується мовою не національною, а тією, яку більшість його читачів розуміє.

Олександра Чістова (м. Львів) – відеоблогер, інстаблогер – має 1,5 млн. читачів (тематика блогу: «лайфстайл», «фотозйомки», «подорожі», «мода і стиль»; особливості блогу: багатонаціональна аудиторія, невеликі пости, емоційність мови; мова коментарів: переважно російська, часто – українська та англійська). Авторка має канал на Ютуб, де ділиться своїми відеороликами на різні теми. Як і на каналі, так і в Інстаграм-акаунті, блогерка вживає майже 90% російську мову, 7% англійську та приблизно 3% українську мову (*love me the most on the days when it is hardest to love me at all; Ну*

что, поднимем друг друга актив в субботний вечер?). Однак, дуже важливим є момент, що Олександра Чістова у своїх відео розмовляє із друзями майже завжди українською мовою, також із рідними або незнайомими людьми. Проте, завжди під час такої бесіди блогерка пише субтитри російською мовою, оскільки більшість її глядачів – російськомовні. Олександра ніколи не цуралася того, що у житті розмовляє українською, але свою Інтернет-кар'єру веде російською, як вона зазначає: *«У мене багатонаціональна аудиторія і більшість – дівчата і хлопці з Росії, Казахстану, Білорусії та, звичайно, України. Але російську мову розуміє більшість, тому для мене не проблема спілкуватися нею, аби бути цікавою і корисною для кожного у своїх відео»*.

Третє місце серед українських блогерів у соціальній мережі Інстаграм за кількістю читачів (690 тис.) займає Тетяна Парфільєва (тематика блогу: «краса», «мода і стиль», «жінки та чоловіки», «лайфстайл»; мова блогу: російська; особливості блогу: збереження пунктуації, граматики, невелике користування знаками-символами та хештегами; мова коментарів: російська).

Блогерка працює моделлю, має власний шоурум одягу, канал на Ютуб, де розміщує відео з власного життя. Проживає тривалий час у Києві, має велику аудиторію шанувальників з усього світу. Її фотографії завжди мають певний підпис, але, як і у ситуації із Олександрою Чістовою, незалежно від місця народження та мовного оточення, вона пише пости виключно російською мовою (*Вы шопоголик? Или спокойно относитесь к этому процессу и покупаете вещи только в случае острой необходимости?*), і як результат – широка аудиторія підписників та її шанувальників. Її пости не відрізняються тематикою та спрямуванням від інших топових блогерів серед українок, однак, набравши широку популярність ще в ті часи, коли Інстаграм поширювався на Україні, блогер набрала аудиторію з різних країн досить швидко.

На четвертому місці у ТОПі українських блогерів знаходиться Марія Тимошенко, аудиторія якої налічує 606 тис. передплатників (тематика блогу: «краса», «мода і стиль», «сімейне життя», «лайфстайл»; мова блогу: російська; особливості блогу: емоційні пости, Інтернет-стиль, користування знаками-символами та хештегами; мова коментарів: російська). Марія Тимошенко вже досить довгий час розвиває свій Інстаграм та Ютуб-канал. Блогер живе і працює у м. Києві, зазвичай бере участь у модельних фотосе-

сіях та подорожує за кордон. Мова її акаунту російська, переважає розмовний стиль, який наближає автора блогу до аудиторії своїх читачів (*Мое типичное состояние, когда попала в парк аттракционов с героями любимых мультфильмов! :))*). На відміну від багатьох блогерів Марія Тимошенко не так часто користується хештегами, але завжди повідомляє свою аудиторію про геолокацію.

Серед українських блогерів на четвертому місці знаходиться одна з найвідоміших пар у Інстаграм-просторі – родина Пустовіт з Івано-Франківська (аудиторія: 460 тис. читачів; тематика блогу: «родина», «сімейне життя», «народження і виховання дітей», «мода і стиль»; мова блогу: українська; особливості блогу: використання діалектизмів, зменшено-пестливих слів, сленгу, емоційність мови; мова коментарів: українська, іноді російська).

Олександра та Ігор Пустовіт ведуть звичайне життя, виховують дітей, подорожують та діляться цими враженнями із своїми глядачами. Ігор Пустовіт теж має власний акаунт, однак акаунт Олександри має більше матеріалу для аналізу мовних особливостей. Блогер на своїй сторінці публікує фотографії малечі із душевними підписами, наприклад: *Як в такій крихітній людинці поміщається стільки енергії, хитрості та розуму?; Данчі тепер неможливо догнати, щоб поцьомати і затлуцькати*. Простежуємо використання діалектизмів (*затлуцькати*), пестливих слів (*поцьомати*) тощо. Знаки-смайли, як і у всіх попередніх блогерів, також присутні, щоб зробити свій пост максимально яскравим та живим (*Доброго раночку! ☺ Любчики, ми щойно прокинулися і збираємося готувати сніданок, хто з нами? :-???*). Олександра Пустовіт у постах прагне писати Інтернет-стилем, зрозумілим і підліткам, і дорослим.

Отже, особливості використання української мови дуже сильно відрізняються від мережі, яку ми досліджуємо, від людини, яка її використовує, від місця, де блогер живе і на яку аудиторію спирається. Українською мовою пишуться пости набагато рідше, аніж російською або англійською. Навіть ті блогери, що народилися й живуть на території України, обирають мову для ведення своєї сторінки переважно російську. Це зумовлено тим, що аудиторія у блогер-сферах багатонаціональна. Вибір мови у багатьох випадках залежить від того, наскільки блогер прагне бути затребуваним у інших країнах світу, на аудиторію якого віку, якої країни він орієнтується,

рекламу яких брендів продає, про що пише у постах. Не варто забувати, що Інстаграм, передусім, візуальна соціальна мережа, яка несе естетичне задоволення. Мова спілкування в цій соціальній мережі не відіграє першої ролі.

Список використаних джерел:

1. Белей Л. Українська мова в інтернеті. Торгівля, нерухомість, розваги – тут все російською [Електронний ресурс] / Л. Белей. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/73060/Ukrajinska_mova_v_interne ti_Torgivla_neruhomist_rozvagy?a_offset.
2. Девтеров І. Комунікативний процес і мовна ситуація в Інтернеті / І. Девтеров // Філософські проблеми гуманітарних наук. – 2010. – № 16-17. – С. 162–166.
3. Зайцева С. Реалізація комунікативної функції мови в інтернет-блогі / С. Зайцева // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 25(64). – № 1. – Симферополь, 2012. – С. 71–75.

Мірошниченко І. Г.
старший викладач кафедри іноземних мов
Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна
м. Дніпро, Україна

МАС-МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС: КЛАСИФІКАЦІЙНІ ВИМІРИ

Новітня дослідницька парадигма розглядає мас-медійний дискурс як міждисциплінарну область дослідження, що влючає аналіз мовних особливостей, соціальних, психологічних, комунікативних, культурних, економічних, правових, філософських, політичних, просвітницьких, інформаційних та інших проблем, пов'язаних із метою та завданнями функціонування цього дискурсу. Т. Г. Добросклонська визначає медіадискурс як «сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації в усьому багатстві та складності їхньої взаємодії» [4; 152]. За твердженням ученої, дискурс мас-медіа – це соціально детермінований процес виробництва, відтворення, об'єктивації та трансляції