

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Філологічний факультет
Кафедра української мови та славістики**



ЛІНГВІСТИЧНІ СТУДІЇ МОЛОДИХ ДОСЛІДНИКІВ

Збірник наукових праць

Випуск 14

Рівне – 2025

*Рекомендовано до друку вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету
(протокол № 8 від 30 червня 2025 року)*

Рецензенти:

Ніколаєнко Л. І., кандидат філологічних наук, старший науковий співробітник відділу слов'янських мов Інституту мовознавства імені О. О. Потебні;

Мединська Н. М., доктор філологічних наук, професор кафедри української мови та методик викладання, проректор з наукової роботи Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука;

Деменчук О. В., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри романо-германської філології Рівненського державного гуманітарного університету.

Редакційна колегія:

Адах Н. А., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ (*заст. гол. ред.*);

Антончук О. М., канд. пед. наук, доцент кафедри української мови та славістики РДГУ;

Архангельська А. М., докт. філол. н., професор кафедри славістики (секція україністики) Університету ім. Ф. Палацького в Оломоуці (Чеська Республіка);

Вокальчук Є. Л., канд. пед. н., доцент, завідувач навчально-методичного кабінету Рівненського економіко-технологічного коледжу НУВГП;

Волос Н. П., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ (*гол. ред.*);

Гаврилюк Н. В., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ (*заст. гол. ред.*);

Максимчук В. В., канд. філол. н., доцент, завідувач кафедри української мови і літератури НУ «Острозька академія»;

Мороз Л. В., канд. філол. н., професор, завідувач кафедри іноземних мов РДГУ;

Ніколайчук Г. І., канд. пед. н., професор, декан філологічного факультету РДГУ;

Павлюк Н. П., канд. пед. наук, доцент кафедри української мови та славістики РДГУ;

Ричагівська Ю. Є., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ (*заст. гол. ред.*);

Совтис Н. М., докт. філол. н., професор, завідувач кафедри української мови та славістики РДГУ;

Шкарбан Т. М., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ;

Шульжук Н. В., канд. філол. н., доцент кафедри української мови та славістики РДГУ.

Л 59 Лінгвістичні студії молодих дослідників: Збірник наукових праць. Рівне : РДГУ. 2025. Вип. 14. 229 с.

До збірника увійшли матеріали конференції, присвяченої пам'яті професора Каленика Шульжука та професорки Галини Вокальчук, зокрема статті молодих дослідників і провідних фахівців у галузі філології та лінгводидактики.. У працях розглянуто актуальні питання граматики сучасної української мови, лексикології, проблеми мовної освіти, актуальні питання міжкультурної комунікації, мовно-літературні трансформації.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів-філологів, учнів шкіл.

Відповідальна за випуск – канд. філол. наук, доцент Н. П. Волос.

Видання здійснено в межах наукового проекту кафедри української мови та славістики Рівненського державного гуманітарного університету «Лінгвістичні студії молодих дослідників».

Павлюк Наталія

ВПЛИВ МЕМІВ, РЕКЛАМИ Й ВІДЕО НА ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ШКОЛІ

У статті простежено дидактичний потенціал мемів, реклами та відео в навчанні української мови у школі. Проаналізовано їхній вплив на мотивацію, мовну активність та медіаграмотність учнів. Наведено приклади завдань, що інтегрують медіатексти у зміст мовної освіти.

Ключові слова: аудіювання, відео, креативність, лексика, медіаграмотність, меми, мотивація, реклама, стилістика, учень.

The article examines the didactic potential of memes, advertisements and videos in teaching the Ukrainian language at school. Their impact on motivation, language activity and media literacy of students is analyzed. Examples of tasks that integrate media texts into the content of language education are given.

Key words: listening, video, creativity, vocabulary, media literacy, memes, motivation, advertising, stylistics, student.

Сучасний освітній простір стрімко змінюється під впливом цифрових технологій, соціальних мереж і масової культури. Учні щоденно занурені у візуальну та інформаційну комунікацію – вони сприймають світ через відео, меми, сторіз, рекламу, діджитал-наративи. У такому середовищі традиційні форми викладання мови вже не відповідають рівню їхньої медіаграмотності й когнітивних очікувань. Це викликає потребу в свідомому переосмисленні дидактичних підходів до навчання української мови, зокрема через інтеграцію

медіатекстів – як джерела живої, актуальної, контекстуальної лексики, що відповідає комунікативним реаліям ХХІ століття.

Меми, реклама й відео як типи медіаконтенту мають унікальні потенціали у формуванні мовної компетентності. *Мем* – це лаконічне, емоційне, часто гумористичне висловлювання, що базується на візуально-текстовій взаємодії. *Реклама* – це концентрований текст, насичений лексичними і стилістичними маркерами впливу. *Відео* – інструмент, який поєднує слухові й візуальні канали сприймання, що активізує пам'ять, уяву, асоціативне мислення. Використання цих медіа в навчальному процесі відкриває нові шляхи формування усного й писемного мовлення, збагачення словникового запасу, розвитку критичного мислення та медіаграмотності школярів.

Тому актуальність теми зумовлена необхідністю підвищення ефективності навчання української мови в умовах цифрової трансформації освіти, оскільки сучасна українська методична думка демонструє зацікавленість, яка посилюється, у впровадженні медіаінструментів – мемів, відеоконтенту й рекламних матеріалів – як ефективних засобів мотивації та розвитку мовленнєвої компетентності учнів. Науковці класифікують ці ресурси за типом впливу на мовну діяльність і адаптують їх до вікових, психологічних та когнітивних особливостей школярів.

У сфері використання *мемів як дидактичного інструменту* варто виділити дослідження Олени Назаренко та Валентини Ребенок, які доводять, що інтернет-меми, створені на основі сучасної молодіжної культури, сприяють розвитку мовної креативності, формуванню неологізмів та збагаченню активного словника учнів [3]. Схожої позиції дотримуються А. Кирпа, О. Степаненко та В. Зінченко, які обґрунтовують доцільність інтеграції візуальних мемів у процес навчання як способу залучення та активізації мовного мислення школярів [1].

Відеоматеріали та анімація розглядаються як ключовий ресурс для формування мовних навичок та розвитку емоційної залученості учнів. Оксана

Павленко запропонувала вправи до короткометражного мультфільму «Парасолька», що сприяють розвитку аудіювання, усного мовлення та розуміння контексту [4]. Оксана Якименко-Ломон дослідила вплив відеокурсів на навчання української як іноземної, підкреслюючи роль візуального контенту в моделюванні реальних комунікативних ситуацій [5].

У контексті *використання реклами як навчального контенту*, Михайло М'ясковський обґрунтовує доцільність інтеграції рекламних текстів і відео в мовну освіту як способу розвитку критичного мислення, лексичного аналізу та медіаграмотності учнів [2].

Таким чином, дослідження свідчать про зростання наукового інтересу до мультимедійних засобів як інструментів, що не лише підвищують мотивацію, а й істотно розширюють функціональні можливості викладання української мови в школі.

Метою дослідження є виявлення потенціалу сучасного медіаконтенту – зокрема мемів, рекламних текстів і відео – у підвищенні ефективності вивчення української мови у школі, а також обґрунтування методичних підходів до їх інтеграції в освітній процес.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

- 1) проаналізувати психолого-педагогічні й лінгводидактичні передумови використання медіатекстів у навчанні української мови;
- 2) класифікувати типи медіаконтенту за їх дидактичною функцією у шкільному курсі української мови;
- 3) розробити методичні рекомендації для практичного застосування мемів, відео та реклами у шкільному навчанні української мови.

Використання медіатекстів у навчанні української мови зумовлене глибинними змінами у сприйнятті, мисленні та поведінці сучасного школяра. Учень сьогодення формується як особистість в умовах візуально-цифрового середовища, де комунікація набуває фрагментарного, емоційно насиченого і

швидко динамічного характеру. Це вимагає від педагога не лише зміни дидактичного інструментарію, а й осмислення психологічних і педагогічних засад такого навчання.

Тому насамперед розглянемо *психолого-педагогічні передумови*, які включають кліпове мислення та короткочасну увагу, емоційну залученість, мотиваційну функцію, креативність і самовираження.

Кліпове мислення та короткочасна увага полягає в тому, що учні звикли до інформації, поданої коротко, яскраво, у візуальному або комбінованому форматі. Мем, реклама чи відео відповідають цій структурі, що дозволяє швидко фокусувати увагу й утримувати інтерес учнів на уроці.

В основі *емоційної залученості* розглядається психологія навчання, яка доводить, що емоційне забарвлення інформації підвищує її запам'ятовуваність. Медіатексти, особливо меми й рекламні ролики, викликають миттєву реакцію – сміх, подив, критичне осмислення – що сприяє глибшому опрацюванню мовного матеріалу.

У процесі впровадження *мотиваційної функції* учні охоче взаємодіють із контентом, який є для них знайомим і близьким за стилем подачі. Залучення актуальних медіа в навчальний процес створює ефект «свої мови» й «свого середовища», що стимулює до вивчення української не як формального предмета, а як живого інструмента комунікації. Використання знайомого контенту викликає зацікавленість, знижує мовний бар'єр і спонукає до активної участі в обговоренні. Формат «учень як автор медіатексту» (створення мемів, розкадрування відео, написання рекламного слогану) активізує внутрішню мотивацію до навчання.

Креативність і самовираження проявляються в мемотворчості й роботі з відеоконтентом, які надають можливість учням проявляти творче мислення, створювати власні продукти (меми, постери, субтитровані відео), такий процес сприяє самостійності й ініціативності у навчанні.

Робота з нестандартними форматами вимагає нестандартних рішень. *Наприклад, створення мемів – це поєднання лаконічного тексту з візуальним контекстом, що вимагає мовної точності та образного мислення.* Завдання типу «перепиши рекламу в іншому стилі» або «переозвуч відео українською» сприяють розвитку уяви та стилістичної гнучкості.

Уроки з використанням медіа спонукають учнів більше говорити, писати, переказувати, інтерпретувати. Такий формат є особливо корисним для розвитку усного мовлення та ситуативної реакції. Відео й реклама часто містять вирази, фразеологізми та неологізми, які учні прагнуть засвоїти й використати у власному мовленні.

Робота з медіатекстами формує навички критичного читання, уміння розрізняти маніпулятивні прийоми, оцінювати джерело інформації та його ціль. Аналіз реклами і блогерського відео навчає учнів ідентифікувати емоційні тригери, мовні стратегії впливу, оцінювати межу між фактом і думкою.

А лінгводидактичні передумови – це контекстуальність і ситуативність, реалізація компетентнісного підходу, інтеграція мовленнєвих видів діяльності, актуалізація лексичних і стилістичних змін.

1. Медіатексти зазвичай вбудовані в конкретний *комунікативний контекст*, у певну *ситуацію*. Це дає змогу вивчати лексику, граматику та стилістику не ізольовано, а як частину реального мовлення. Наприклад, аналіз реклами чи відео навчає розуміти підтексти, оцінювати стилістичні прийоми, розрізняти реєстри мовлення.

2. Залучення медіа дозволяє формувати не лише знання, а й *ключові компетентності* – комунікативну, медіаграмотність, креативність, критичне мислення. Учні навчаються не лише говорити українською, а й розуміти, як мовлення впливає на свідомість у публічному просторі.

3. Робота з відео, мемами чи рекламою передбачає інтеграцію *мовленнєвих видів діяльності*: аудіювання, читання, говоріння та письма в одному

завданні. Наприклад, перегляд відео з подальшим обговоренням і письмовим переказом активізує всі мовні навички.

4. Медіатексти відображають *мовні тенденції*: неологізми, молодіжний сленг, актуальні метафори. Це дає змогу учням не лише запам'ятати слова, а й зрозуміти їх функцію та вживання в реальних соціальних контекстах.

Використання медіатекстів в освітньому процесі вимагає чіткої структурованості та дидактичного обґрунтування. Учитель має поєднувати навчальну мету з психолого-комунікативними характеристиками матеріалу. Тому наведемо конкретні приклади інтеграції медіаконтенту в типові теми шкільного курсу української мови.

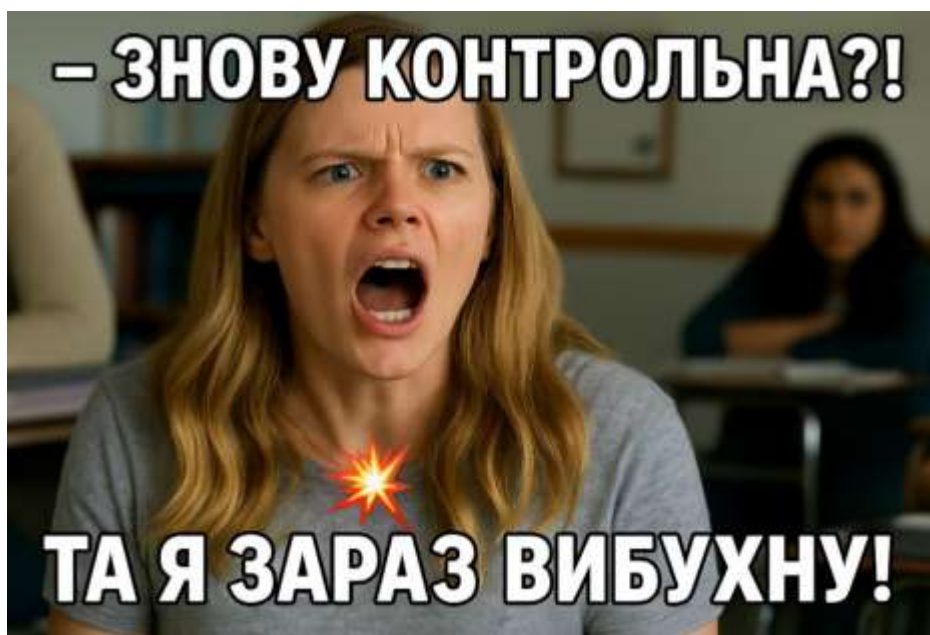
1. Меми – на уроках лексики та стилістики

Тема. Синоніми. Антоніми. Емоційно-оцінна лексика (10 клас).

Завдання: проаналізувати набір популярних мемів, що містять емоційно забарвлену лексику; визначити, які слова використовують для створення комічного ефекту, які – для іронії чи сатири.

Метод: «*Переозвуч мем*» – учні змінюють лексичне наповнення готового мема, зберігаючи структуру, але трансформують стиль (офіційно-діловий, публіцистичний, художній).

Мем (оригінал) – це зображення: популярна сцена з мультфільму або серіалу, наприклад, мем із персонажем (молодіжна американська комедійна драма «*Моксі*» 2021, *Netflix*)», який каже:



Завдання для учнів:

Визначити емоційно забарвлені слова у вислові («знову», «контрольна», «вибухну»). Скласти синонімічні варіанти цього вислову в різних стилях: офіційно-діловому, публіцистичному, художньому.

Для прикладу подано відповідь учня в офіційно-діловому стилі:

– *Повідомляю, що повторне проведення підсумкової роботи може спричинити критичну перевтому (стриманий тон, формулювання без емоцій, замість «вибухну» – «перевтома»).*

У публіцистичному стилі:

– *Система освіти знову випробовує на міцність – ще одна контрольна! (емоційно-заряджене висловлювання, експресія, метафора про «систему»).*

У художньому стилі:

– *Їй видавалося, що з кожною новою контрольною душа стискається, а світ навколо втрачає барви (метафора, художні образи, відчуття драми замість гніву).*

Після вправи варто провести рефлексію. *Який стиль був найскладніший для переозвучення? Як зміна стилю впливає на сприйняття повідомлення? Які синоніми/антоніми використано в кожному варіанті?*

Дидактична цінність такого методу полягає в тому, що учні навчаються стилістичної гнучкості; удосконалюють уміння розрізняти стилі мовлення; працюють із емоційно забарвленою лексикою в контексті; розуміють, як мова створює комічний чи серйозний ефект.

Далі подаємо лише схематичну роботу з реклами, відео, кросмедійного підходу.

2. Рекламні тексти – у межах теми «Стилi мовлення»

Тема. Публіцистичний і розмовний стилі. Мовна маніпуляція (7 клас).

Завдання: проаналізувати тексти відео- або друкованої реклами на предмет використання переконувальних стратегій (епітети, гасла, риторичні запитання, звертання).

Метод: «Рекламний редизайн» – учні отримують текст реклами і мають переробити його на стиль офіційного повідомлення або художнього опису.

На уроці учні отримують чіткий рекламний текст (публіцистичний стиль, із маніпулятивними прийомами). Наприклад,

Твій телефон мріє про новий чохол! Суперміцний, стильний і просто космічний – чохол TitanProtect вже в магазині! Чого чекати? Захисти свій гаджет прямо зараз!

Школярам необхідно знайти в тексті приклади *епітетів* (суперміцний, стильний, космічний), визначити *риторичне запитання* (Чого чекати?), знайти *звертання* (Твій телефон мріє...), відзначити *гасло/імпульсивний заклик до дії* (Захисти свій гаджет прямо зараз!).

Важливим є завдання переробити поданий текст у двох різних стилях.

ВАРІАНТ 1

Офіційно-діловий стиль

Відповідно до оновленого асортименту, у продаж надійшли захисні чохла серії TitanProtect. Виріб виготовлено з міцних матеріалів, передбачено кілька варіантів дизайну. Придбати можна в точках роздрібної торгівлі або на офіційному сайті компанії.

Стилістичні ознаки: чіткість, відсутність емоцій, точні формулювання, без гасел чи звертань.

ВАРІАНТ 2

Художній стиль

Телефон лежав на краю столу, мов беззахисна істота в очікуванні штурму. На нього чатувала небезпека: подряпини, удари, падіння. Та ось з'явився він – TitanProtect. Немов щит героя, чохол огорнув корпус гаджета, повернувши йому впевненість і стиль.

Стилістичні ознаки: образність, порівняння, емоційна насиченість, персоніфікація.

Після завдання варто запропонувати рефлексію. Як змінилося сприйняття одного й того ж продукту в різних стилях? Який варіант найефективніший для переконання покупця? Чому? Чи є маніпуляція в кожному варіанті, чи лише в публіцистичному?

Педагогічна цінність такого методу полягає в тому, що розвивається стилістична гнучкість, аналітичне мислення, спостереження гад мовою, а також учить розуміти, як мова впливає на поведінку й рішення.

3. Відео в навчанні аудіювання, культури мовлення та граматики

Тема. Синоніміка речень з прямою та непрямою мовою. Заміна прямої мови непрямою (11 клас).

Завдання: переглянути фрагмент інтерв'ю або публічного виступу та виконати трансформаційне завдання (переписати уривок із прямої мови в непряму, дібрати відповідні дієслова).

Метод: «Відеоаналіз» – після перегляду учні мають проаналізувати не лише зміст, а й мовні особливості: темп мовлення, емоційність, паузи.

Завдання, які варто надати дітям до виконання:

А. Переглянути відеофрагмент «Виступ Президента України Володимира Зеленського на Генеральній Асамблеї ООН 2023 року (Тривалість: близько 2 хвилин; мова: українська з англійськими субтитрами)».

В. Занотувати цитату з прямою мовою: «Я вітаю всіх, хто стоїть за спільні зусилля. І я обіцяю: будучи дійсно об'єднаними, ми можемо гарантувати справедливий мир для всіх націй.»

С. Виконати трансформаційне завдання: переписати цю пряму мову в непряму; дібрати синонімічні дієслова, які точно передають інтонацію (наприклад: заявив, наголосив, підкреслив, запевнив).

Подаємо допустимі варіанти.

Пряма мова

Президент Зеленський сказав: «Я вітаю всіх, хто стоїть за спільні зусилля. І я обіцяю: будучи дійсно об'єднаними, ми можемо гарантувати справедливий мир для всіх націй.»

Непряма мова

Президент Зеленський **заявив**, що він вітає всіх, хто підтримує спільні зусилля, і **запевнив**, що, будучи дійсно об'єднаними, вони можуть гарантувати справедливий мир для всіх націй.

Після перегляду фрагмента варто надати додаткове аналітичне завдання.
Учні відповідають на запитання:

- Яким був **темп мовлення**? (Швидкий, повільний, спокійний).
- Чи були **емоційні акценти**? (На яких словах, фразах).
- Де спікер робив **павзи** і як це впливало на сприйняття?
- Як емоційність вплинула на зміст? Чи вдалося вам **відчутти інтонацію в письмовій трансформації**?

На закріплення варто подати наступне завдання: *навести 3 дієслова, які можна використати замість «сказав» у цьому контексті. Обґрунтуйте, чому саме їх.*

Приклад відповідей: підкреслив (бо акцентує на важливості єдності), наголосив (бо виділяє ключову ідею), зауважив (бо звертає увагу на деталі).

Методична цінність такого завдання полягає в тому, що активується аудіювання з розумінням підтексту; учні вчаться точно передавати зміст і емоцію без дослівного цитування; формується лексичне багатство через синоніміку дієслів мовлення; розвивається чутливість до інтонації, ритму, стилю.

4. Кросмедійний підхід – міжпредметна інтеграція

Тема. Суржик та культура мовлення. Мовленнєві помилки та мовні норми (9 клас).

Матеріал: відео з тіток чи ютуб, де використано суржик або діалекти.

Завдання: визначити де й навіщо автори свідомо порушують норму. Дискусія: чи є таке мовлення «помилкою» чи «стилістичним прийомом»?

Метод: «Адвокат суржику» – учні виступають у ролі мовознавців, які мають довести, чому/коли певні відхилення від норми допустимі.

Для прикладу можна використати адаптований скетч із тітку в текстовому форматі для учнів 9 класу «Скетч із зупинки».

Хлопець у капюшоні чекає маршрутку. До нього підходить друг.

Друг:

– Шо, ще не поїхав?

Хлопець:

– Та не, маршрутка шось не йде. Стою тут уже півгодини – замерз капєц.

Друг:

– А нащо ти взагалі вийшов? Я ж тобі писав – тіпа воно всьо відмінили.

Хлопець:

– Та я не встиг зашарить... Пока врубився, уже було пізно.

Друг:

– Клас. І що даліше?

Хлопець (саркастично):

– Ждать. Як лох.

Усміхаються. Скетч обривається.

Завдання до уривку:

1. Знайдіть приклади мовних порушень / суржику:

- шо – замість «що»;*
- нє – замість «ні»;*
- замерз капєц – просторічна форма + сленг*
- тіпа, врубився, зашарить, ждатель, лох – сленг/суржик*

2. Запитання для обговорення:

- Чи ці мовні відхилення – справжні помилки, чи художній засіб?*
- Який ефект створює така мова? Реалістичність? Комічність?*

Проста близькість?

- Чи можуть глядачі прийняти ці форми за «правильні»?*

3. Метод «Адвокат суржику»:

• Група 1 – «Мовна інспекція»: доведіть, що такий скетч шкодить мовній нормі та формує «засмічення» в головах.

• Група 2 – «Адвокати стилю»: поясніть, чому автор має право передавати живу розмовну мову саме так; аргументуйте, що суржик у цьому контексті – частина образу героя, а не груба помилка.

5. Узагальнення (рефлексія):

- Коли суржик – помилка? У шкільному творі, офіційному зверненні, ЗНО (НМТ), діловій розмові.*
- Коли суржик – стилістичний прийом? У пародії, гуморі, у діалозі персонажа, у сатирі або контенті.*

Під час таких завдань учні мають змогу вчитися розрізняти контексти, де мова має бути нормативною, а де можлива стилізація, відстоювати позицію з опорою на лінгвістичні знання; розвивати медіаграмотність і критичне мислення; формувати аргументаційні навички. Особливості впровадження медіатекстів у навчальний процес узагальнено в таблиці.

Таблиця 1

Інтеграція медіатекстів у навчальний процес		
Компонент	Приклад	Дидактична мета
Мем	Візуальні меми про школу, мову, навчання	Розвиток лексичної чутливості, стилістичної гнучкості
Реклама	Соціальна реклама українською мовою	Аналіз стилю, мовлення переконання
Відео	Кліпи, інтерв'ю, блогерські фрагменти	Аудіювання, аналіз комунікативних стратегій
Завдання	Створення власного медіатексту	Творче застосування знань, самовираження
Рефлексія	Обговорення, дебати, мовний аналіз	Формування критичного мислення

Аналіз педагогічного досвіду та науково-методичних підходів засвідчив, що меми, рекламні тексти й відеоконтент можуть виступати не лише додатковими, а й повноцінними навчальними інструментами у вивченні української мови у школі. Їхнє вдале впровадження сприяє підвищенню навчальної мотивації, розвитку креативності, мовної активності, стилістичної гнучкості та медіаграмотності учнів. Медіатексти допомагають органічно поєднати сучасний інформаційний простір із програмовим змістом предмета, роблячи уроки більш актуальними, емоційно насиченими й ефективними. Успішне застосування цих ресурсів потребує чіткого методичного підходу, адаптації контенту до вікових і психолінгвістичних особливостей школярів та дотримання балансу між розважальним і навчальним компонентами.

Таким чином, медіаконтент у навчанні української мови – це не просто модна тенденція, а реальний інструмент формування сучасного мовця, здатного орієнтуватися в різноманітних комунікативних ситуаціях XXI століття.

Подальше вивчення проблеми впровадження мемів, реклами та відео у шкільний курс української мови передбачає кілька важливих напрямів. По-перше, потребує поглибленого аналізу вплив різних типів медіатекстів на формування окремих видів мовленнєвої діяльності (аудіювання, говоріння, письма). По-друге, актуальним є розроблення вікових і тематичних класифікацій медіаконтенту, що відповідає навчальним цілям на кожному етапі шкільної освіти. По-третє, перспективним є створення інтегрованих навчальних модулів із використанням цифрових ресурсів, які об'єднують мовні, медіаосвітні та міжпредметні компетентності. Крім того, доцільно дослідити ефективність використання медіатекстів у контексті інклюзивної освіти та формування критичного мислення.

Література

1. Кирпа А. Integration of Internet Memes When Teaching Philological Disciplines in Higher Education Institutions. *Advanced Education : scientific journal*. Kyiv : Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Publishing House “Polytechnica”, 2022. № 20. P. 45–52. URL: <https://rep.dnuvs.ukr.education/handle/123456789/967> (дата звернення: 25. 05. 2025).
2. М'ясковський М. Ключові питання щодо використання рекламного контенту на занятті з іноземної мови. *IV International Scientific and Practical Conference «Ricerche scientifiche e metodi della loro realizzazione: esperienza mondiale e realta domestiche»*. September, 29, 2023; Bologna, Italy. DOI 10.36074/logos-29.09.2023.55 (дата звернення: 25. 05. 2025).
3. Назаренко О., Ребенок В. Особливості використання лексичних інновацій та сленгу в міжнародних мемах (на прикладі соціальних мереж).

Advanced Linguistics. № 14. 2024. С. 12–17. DOI: <https://doi.org/10.20535/.2024.14.315940> (дата звернення: 25. 05. 2025).

4. Павленко О. М. Використання короткометражних мультиплікаційних фільмів у навчанні української мови як іноземної. Педагогічна Академія: наукові записки, 2025. № 15. 19 с. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15104635> (дата звернення: 25. 05. 2025).

5. Якименко-Ломон О. В. Відеокурс з української мови як іноземної : лінгводидактична стратегія моделювання. DOI: <https://doi.org/10.17721/StudLing2024.24.138-148> (дата звернення: 25. 05. 2025).

ЗМІСТ

НА ПОШАНУ СВІТЛОЇ ПАМ'ЯТІ
ПРОФЕСОРА КАЛЕНИКА ФЕДОРОВИЧА ШУЛЬЖУКА ТА
ПРОФЕСОРКИ ГАЛИНИ МИКОЛАЇВНИ ВОКАЛЬЧУК

Адах Наталія, Гаврилюк Наталія

ЗАВЖДИ В ПОШУКАХ НОВОГО: ТВОРЧОСВІТ ПРОФЕСОРА ГАЛИНИ
МИКОЛАЇВНИ ВОКАЛЬЧУК.....4

Ричагівська Юлія

ГРАМАТИЧНІ ОБРІЇ ПРОФЕСОРА КАЛЕНИКА ШУЛЬЖУКА.....13

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ГРАМАТИЦІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА
СЛОВ'ЯНСЬКИХ МОВ ЄС

Барчук Людмила

СТИЛІСТИЧНИЙ СИНТАКСИС ЯК РОЗДІЛ ЛІНГВОСТИЛІСТИКИ.....20

Волос Наталія, Авдейчик Катерина

СИНТАКСИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ З ОЗНАЧЕННЯМИ В РОМАНІ «ЗА СПИНОЮ»
ГАСЬКИ ШИЯН: СТРУКТУРНО-ФУНКЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....25

Волос Наталія, Баковецька Дарина

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНЕ НАВАНТАЖЕННЯ СКЛАДНИХ
СПОЛУЧНИКОВИХ КОНСТРУКЦІЙ НЕРОЗЧЛЕНОВАНОЇ СТРУКТУРИ В
ТЕКСТАХ ТВОРІВ А. КОКОТЮХИ.....32

Волос Наталія, Сукало Тетяна

ЛІНГВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДНИХ БАГАТОКОМПОНЕНТНИХ РЕЧЕНЬ У
ТВОРАХ НАТАЛІЇ ГУРНИЦЬКОЇ.....39

Шкарбан Тамара, Бабич Христина

СКЛАДНОСУРЯДНІ РЕЧЕННЯ У ПРОЗІ МАРІЇ МАТІОС.....47

Шульжук Наталія, Бальчаровська Богдана

МОРФОЛОГІЧНІ ВЕРБАЛІЗАТОРИ ЕМОЦІЙ У РОМАНІ «НЕ ОЗИРАЙСЯ І МОВЧИ» М. КІДРУКА.....	53
---	-----------

Шульжук Наталія, Пляшко Софія СИНТАКСИЧНІ МАРКЕРИ СІМЕЙНОГО КОНФЛІКТУ В ПОВІСТІ «КАЙДАШЕВА СІМ'Я» І. НЕЧУЯ-ЛЕВИЦЬКОГО.....	66
---	-----------

Шульжук Наталія, Тарасюк Анастасія ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗВЕРТАНЬ У ХУДОЖНЬОМУ МОВЛЕННІ ЛІНИ КОСТЕНКО (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «МАРУСЯ ЧУРАЙ»)	78
---	-----------

РОЗДІЛ 2

ЛЕКСИЧНА СИСТЕМА МОВИ В ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКАХ І ДИНАМІЦІ

Буян Софія ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ ПОВЕДІНКИ В ІНТЕРНЕТІ: СЛЕНГ, ЕМОДЗІ, МЕМИ,	93
--	-----------

Маслова Юлія РЕПРЕЗЕТАЦІЯ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІННОЇ ЛЕКСИКИ У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ.....	98
--	-----------

Омельковець Руслана, Свірса Діана КОГНІТИВНО-ЛІНГВІСТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ НОМІНАЦІЇ «БУДЯК ПОНИКЛИЙ» У ФОЛЬКЛОРНИХ ТЕКСТАХ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ЕТНОСЕМІОТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	111
--	------------

Самсонік Інна СУЧАСНИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ЯК МОВНЕ ЯВИЩЕ.....	117
--	------------

Ясак Світлана ТИПОВІ АНОРМАТИВИ В МОВЛЕННІ СУЧАСНОГО СТУДЕНТА.....	124
---	------------

РОЗДІЛ 3

МОВНА ОСВІТА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Антончук Олександр

СУЧАСНИЙ ПІСЕННИЙ ДИСКУРС У МОВНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ.....132

Жакун Людмила

**ФОРМУВАННЯ МОВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРЕДМЕТУ
«УКРАЇНСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ».....139**

Левкович Софія

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИВЧЕННЯ ДІАЛЕКТНОЇ ЛЕКСИКИ В
ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ ЗАКЛАДАХ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.....145**

Левшунова Олена

**ЕСЕ ЯК ВИД НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ ПЕДАГОГІВ НА ЗАНЯТТЯХ
УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....150**

Павлюк Наталія

**ВПЛИВ МЕМІВ, РЕКЛАМИ Й ВІДЕО НА ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ
МОВИ У ШКОЛІ.....158**

РОЗДІЛ 4

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Білоконенко Людмила

МІЖКУЛЬТУРНІ ВІДМІННОСТІ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНФЛІКТІВ.....174

Прохасько Маркіян

**ТЛУМАЧЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СВІТУ ЯК РОБОТА АВТОРА З
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....182**

РОЗДІЛ 5
МОВНО-ЛІТЕРАТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УМОВАХ
СУСПІЛЬНИХ КРИЗ І ВИКЛИКІВ

Іванова Ольга

ВТІЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИХ КАТЕГОРІЙ У ПОВІСТІ-ПРИТЧІ
Р. БАХА «ЧАЙКА ДЖОНАТАН ЛІВІНГСТОН».....191

Носок Анастасія, Савенок Марія

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ КОНЦЕПТУ ХАТА В «КОБЗАРІ» ТАРАСА ШЕВЧЕНКА.....196

Оздемір Оксана

СИМВОЛІКА РОМАНУ ІЄНА БЕНКСА «ОСИНА ФАБРИКА».....206

ХРОНІКА

Совтис Наталія, Волос Наталія, Шкарбан Тамара

Всеукраїнська науково-практична конференція «УКРАЇНСЬКА МОВА В
НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА СВІТОВОМУ ВИМІРАХ» (м. Рівне, 29 травня
2025 року).....212

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....223

ЗМІСТ.....225

Наукове видання

ЛІНГВІСТИЧНІ СТУДІЇ МОЛОДИХ ДОСЛІДНИКІВ

Збірник наукових праць «Лінгвістичні студії молодих дослідників»

У збірнику збережено авторську орфографію і пунктуацію

Автори опублікованих матеріалів несуть повну
відповідальність за підбір, точність наведених фактів,
цитат, власних найменувань, статистичних та інших відомостей

Випуск 14

Головний редактор *Волос Н. П.*

Заступники головного редактора *Адах Н. А., Гаврилюк Н. В., Ричагівська Ю. Є.*

Відповідальна за випуск *Волос Н. П.*

Лінгвістичні студії молодих дослідників: Збірник наукових праць. Рівне : РДГУ. 2025. Вип. 14.
229 с.

Linguistic Studios of Young Researchers: A Collection of Scientific Papers. Rivne: RSUH. 2025.
Issue 14. 229 p.

This collection includes materials from a conference dedicated to the memory of Professor Kalenyk Shulzhuk and Professor Halyna Vokalchuk, including articles by young researchers and leading experts in philology and linguodidactics.

For scholars, teachers, graduate students, philology students, and schoolchildren.

This publication was produced as part of the research project "Linguistic Studios of Young Researchers" by the Department of Ukrainian Language and Slavic Studies at Rivne State Humanitarian University.

Адреса редколегії:

кафедра української мови імені професора К. Ф. Шульжука
Рівненського державного гуманітарного університету, вул. Пластова, 31, м. Рівне, 33000.