

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

**РОБОТА З ГАЗЕТНИМ ТЕКСТОМ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ
МЕДІАТЕХНОЛОГІЙ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ
(НА МАТЕРІАЛІ ЧАСОПISУ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ»)**

**Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти–другий (магістерський)**

Виконала
студентка II курсу, 601 групи,
спец. 014, 01 «Середня освіта
(українська мова та література)»
Гринчук Марія Іванівна
Керівник: доктор філологічних
наук,
професор *Кульбабська О. В.*

До захисту допущено:

На засіданні кафедри

від «7» грудня 2021 р.

Зав. кафедри _____ Світлана ШАБАТ-САВКА

Чернівці – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНОЇ МОВИ	10
1.1 Мова ЗМІ: визначення, специфічні риси, функції.....	10
1.2 Жанрові особливості ЗМІ та динаміка газетних жанрів	13
1.3. Історія вивчення синтаксису мови ЗМІ.....	20
1.4. Історія та специфіка часопису «Вільне життя»	22
1.5. Висновки до першого розділу	24
РОЗДІЛ 2 СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ МОДАЛЬНОСТІ В ЧАСОПИСІ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ»	27
2.1. Типологія синтаксичних одиниць та їхні функції в публіцистичному тексті.....	27
2.2. Функції заголовків у структурі текстів часопису «Вільне життя»	28
2.3. Специфіка функціонування вставних компонентів у тексті часопису	36
2.4. Вставлені компоненти як маркери авторського <i>Я</i> журналіста	40
2.5. Звертальні компоненти на сторінках часопису	43
2.6. Висновки до другого розділу.....	46
РОЗДІЛ 3 МЕДІАОСВІТНІЙ ПІДХІД ДО НАВЧАННЯ УЧНІВ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	48
3.1. Поняття інфомедійної грамотності та медіаосвіти. Підходи до вивчення, актуальність	48
3.2. Медіакомпетентність як передумова повноцінної освіти та становлення особистості учня. Вимоги до компетенцій учителя	55
3.3. Інтегрування інфомедійної грамотності на уроці української мови у 5–11 класах	66
3.4. Висновки до третього розділу	85
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	91
АНОТАЦІЯ	100
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сьогодення характеризується модернізацією інформаційних та освітніх систем, що є взаємопов'язаними. Швидка зміна інформаційно-комунікаційних технологій, розширення меж їхнього тематичного та функціонального існування вимагають формувати вміння доцільного, а найголовніше – безпечного, користування інформаційними ресурсами. Інформаційний репозитарій щороку збільшується. Для того, щоб бути успішною, людина 21-го століття повинна володіти якомога більшою кількістю інформації. Та проблема прихована не в можливості чи бажанні її отримувати, а вмінні визначати, яку з них приймати та використовувати у власному житті, адже не вся інформація, що її ми щоденно сприймаємо та «впускаємо» у свою свідомість, є перевіреною та критично осмисленою. Окремо варто виділити те, що нині маємо поширення такого явища, як інформаційна війна, яка є потужним засобом дезорієнтації суспільства, зниження його пильності та національної ідеї. Фейки, деструкція інформаційного потоку, маніпуляція та пропаганда спричиняють викривлення нашої свідомості. Таке явище є небезпечним, бо в умовах нашого дистанційного життя не лише дорослі, а й діти проводять вільний час в мережі Інтернет, де особливо поширеним є функціонування неправдивої інформації. У медіа, на відміну від мережі, інформація проходить етапи перевірки та все ж, це не зводить до абсолюту її інформаційну грамотність. Не так багато сучасних медіа дотримуються всіх етапів перевірки. Тому й зростання інформаційного потоку актуалізує завдання виформувати інформаційну культуру суспільства та, відповідно, кожної особистості країни.

Зазначимо, що необхідність критичного мислення та опрацювання інформації є одними із головних навичок сучасної людини. Адже ризики, пов'язані з нехтуванням такою потребою, можуть призвести до незворотніх процесів й утілитись в інших негативних явищах. Це насамперед загроза

демократичного устрою держави та її громадян. На рівні індивіда інформаційна некомпетентність переросте у стрес та булінг. Для економіки – це відставання від світових тенденцій розвитку, а для держави – втрата своїх позицій на міжнародній арені. У нашій країні ці проблеми є надзвичайно актуальними, тому останніми роками Україна поставила завдання спрямовувати вектор на розвиток медіаосвіти. Така діяльність матиме результат, який стане ключовим моментом розвитку суспільства.

Грамотна робота з інформацією особливо потрібна для школярів, які ще не сформували власний життєвий досвід та навички аналізу, а сліпо довіряють написаному, використовують усе привабливе для них. Тому вважаємо, що варто вести мову про медіаосвіту як фундаментальну ланку освіти як такої.

У процесі написання кваліфікаційної роботи ми зосередили увагу не лише на теоретичному, а й методичному аспектах функціонування медіаосвіти (розділ 3 «Інтегрування інфомедійної грамотності під час уроку української мови у 5–11 класах (на матеріалі газети «Вільне життя»). А отже, дослідження має як теоретичну (аналіз газетного тексту та філософії медіаосвіти), так і практичну значущість (вивчення методичного матеріалу з формування медіаграмотності та застосування матеріалів газети на уроці мови в 5–11 класах базової школи).

У систему освіти України поняття медіаосвіти входить як інтегроване поняття. Його варто комбінувати, залучати в ході вивчення інших шкільних предметів. У нашому дослідженні медіаграмотність на уроках української мови витлумачено як пріоритетний компонент освітнього процесу, який не лише зможе сформувати ключові компетенції дитини, але й урізноманітнить навчальний процес та активізує цікавість учнів.

На нашу думку, для впровадження медіаосвітнього компонента й особистісно-орієнтованого навчання у структуру уроку української мови варто залучити мову газети. Пояснюємо такий вибір насамперед важливістю забезпечення мовного розвитку учнів, та виформування їхньої

медіаграмотної компетенції в глобалізованому світі, що найкраще реалізується через роботу з текстом, оскільки мова сучасної преси є динамічною та активно реагує на всі процеси в мовній картині світу, а це також допоможе поглибити ще одну компетентність – інформаційну.

Зв'язок роботи з науковими планами, програмами, темами кафедри.

Навчально-наукове дослідження є частиною фундаментальної наукової теми кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича «Різномірні мовні одиниці в синергетичній парадигмі сучасної лінгвістики» (державний реєстраційний номер: 0120U105245).

Мета роботи – установлення специфіки синтаксичних засобів вираження авторської модальності в мові газети, з'ясування методичних аспектів виформування інфомедіакомпетентності як передумови становлення особистості сучасного учня в процесі роботи з газетним текстом на уроках української мови.

Для реалізації мети дослідження необхідно розв'язати такі **завдання**:

1. Виявити динаміку газетних жанрів і дослідити історію вивчення синтаксису засобів масової комунікації.

2. З'ясувати специфіку функціонування вставних і вставлених компонентів як маркерів *Я-журналіста*.

3. Проаналізувати особливості звертальних компонентів у системі «автор – газетний текст – читач».

4. Дефінувати поняття «медіаосвіта», «медіаграмотність» і окреслити зміст медіаосвітнього підходу навчання в Україні.

5. Розпрацювати практичний блок вправ і завдань для виформування медіаграмотності учнів 5–11 класів на уроках української мови.

Об'єкт дослідження – українськомовний газетний текст.

Предмет дослідження – синтаксичні особливості газетного тексту й методичні аспекти виформування інфомедійної компетентності учнів у

процесі роботи з текстом сучасного часопису на уроках української мови в ЗЗСО.

Матеріал дослідження – періодичне видання Тернопільщини «Вільне життя» (за 2016 – 2021 рр). Уважаємо, що саме через аналіз синтаксичних особливостей мови газети цікаво простежити запровадження процесу медіаосвіти під час уроків української мови.

Теоретико-методологічна основа дослідження. Питання синтаксичних особливостей тексту ЗМІ досліджено в наукових працях багатьох мовознавців: Ю. Арешенков [74]; Д. Баранник [5]; В. Нагіна [51] та ін. Окрім того, питання синтаксису публіцистики були в центрі наукових зацікавлень І. Білодіда [7], І. Вихованця, К. Городенської, В. Русанівського [10], О. Кульбабської [42, 67, 65], зокрема питанням вокативу в мові займалися І. Кучеренко [43], М. С. Скаб [66], К. Шульжук [33] та ін.

У ході роботи звернено увагу на вивчення напрямів навчання мови на основі медіаосвітнього підходу в українських ЗЗСО, яким займаються знані лінгводидакти, зокрема у роботах: М. Боголюбової, Г. Корицької, О. Криворотенка, Г. Онкович, О. Георгіаді, О. Семеног, О. Кульбабської, Т. Хижні, М. Ячменик, О. Глазової, О. Шуневич, М. Греб, Н. Грона, Г. Корицької та ін.

Методологічну основу дослідження формують такі праці: Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [37], Закон України «Про освіту» [26], а також теоретичні і практичні розробки вітчизняних медіапедагогів В. Іванова [59], К. Левківського [46], Л. Найдьонової [52], Г. Онкович [54], [55], [56], Б. Потятинника [63], О. Семеног, О. Кульбабської [64], Н. Череповської [75] та ін. Узято до уваги матеріали таких порталів, як Академія української преси і Медіаосвіта та медіаграмотність.

Специфіка теми зумовила вибір **методів і прийомів дослідження**: *описовий метод* – для характеристики виписаних із медіатексту синтаксичних одиниць і методики їх використання на уроках української мови в ЗЗСО; *структурний* – для об'єктивного аналізу відношень та зв'язків

між компонентами синтаксичних конструкцій та частинами газетного тексту загалом; *контекстуально-інтерпретаційний* – для відтворення авторського замислу, зумовленого різними контекстами, його мотивів і цілей у рецептивній спрямованості тексту із характеристикою його окремих елементів у їхньому тісному взаємозв'язку зі структурним цілим; *методу лінгвістичного спостереження, систематизації та класифікації* – для опису, впорядкування та розподілу даних наукової роботи.

Наукова новизна роботи. У роботі репрезентовано сучасний підхід у дослідженні синтаксичних засобів вираження авторської модальності у структурі газетного тексту. Зокрема, комплексно досліджено не лише специфіку функціонування вставних компонентів у тексті часопису, а й вивчено вставлені та звертальні компоненти в газетному масиві в трихотомії «автор – газетний текст – читач». *Новими* є результати дослідження процесу інтегрування інфомедійної грамотності в мовний простір сучасної освіти.

Теоретичне значення роботи. Дібраний емпіричний матеріал, результати наукового дослідження є певним внеском для медіалінгвістики й медіапедагогіки.

Практична значущість одержаних результатів. Опрацьований і узагальнений теоретичний матеріал із досліджуваної проблематики прислужиться у процесі викладання освітніх компонентів «Синтаксис сучасної української мови», «Лінгвістичний аналіз тексту», «Лінгвістика тексту», «Стилістика української мови», «Методика викладання української мови в ЗЗСО», «Технології вивчення української мови в ЗЗСО» в освітньо-професійних програмах першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти зі спеціальності 014.01 «Середня освіта (українська мова та література)». Методичний розділ наукової роботи стане допоміжним інструментом у роботі вчителя в ЗЗСО (для проведення уроку з української мови з інтеграцією медіаграмотності, для організації парної, гурткової роботи тощо).

Апробація результатів дослідження. Основні положення наукової розвідки висвітлено в чотирьох доповідях:

1. *Робота з газетним текстом як засіб реалізації медіатехнологій на уроках української мови*, виголошеній на щорічній студентській науковій конференції Чернівецького національного університету (20–22 квітня 2021 р.).

2. *Медіа-технології у викладанні української мови*. Доповідь із презентацією представлено на Пленарному засіданні студентської науково-практичної онлайн-конференції «Наступність і перспективність інноваційної лінгводидактики в контексті багатоступеневої національної освіти» в Тернопільському національному університеті імені Володимира Гнатюка (Тернопіль, 8 квітня 2021).

3. *Лекційне красномовство в підготовці майбутніх учителів-філологів* – у ході участі в науково-методичному онлайн-дайджесті магістрантів-філологів «Актуальні проблеми викладання української мови в закладах вищої освіти» (Філологічний факультет ЧНУ імені Юрія Федьковича, 26.10.2020 – 02.11.2020);

4. *Компетентнісний підхід до формування мовної особистості майбутнього викладача-мовника* – під час інтерактивного методичного колоквиуму магістрантів філологічного факультету «Методика формування професійної компетентності майбутніх педагогів-мовників у вимірах сьогодення» (Філологічний факультет ЧНУ імені Юрія Федьковича, 25–26 листопада 2021).

Структуру й зміст роботи обговорено на розширеному засіданні кафедри сучасної української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол № 6 від 24 листопада 2021 р.).

Публікації. За результатами кваліфікаційної роботи опубліковані тези доповіді: *Гринчук М.* Робота з газетним текстом як засіб реалізації медіатехнологій на уроках української мови // *Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету* (20–21

квітня 2021 року). Філологічний факультет. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. С. 75–76.

URL: <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/1737>

URL: <https://drive.google.com/file/d/1WWxaJKk80vNQ7N77CxHh7JyrB-ENmwj5/view>

Структура наукової роботи охоплює вступ, три розділи, висновки до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури та джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГАЗЕТНОЇ МОВИ

1.1 Мова ЗМІ: визначення, специфічні риси, функції

Наразі в лінгвістиці велику увагу приділяють вивченню дискурсу засобів масової інформації, серед яких, не зважаючи на конкуренцію з боку радіо, телебачення й Інтернету, що постійно зростає, важливе місце посідає друкована преса. Мова ЗМІ, зокрема преси, часто ставала об'єктом обговорення науковців, особливо з першої половини ХХ століття. Наприклад, було виокремлено декілька напрямків її розвитку, які представляли різні вчені. Першим постав *нормативно-стилістичний*, який ґрунтується на ідеї відповідності мови преси нормам літературної мови. Його представниками були: С. Єрмоленко, А. Коваль, М. Пилинський, О. Пономарів, В. Русанівський, О. Сербенська, Н. Сологуб та ін. Другий напрям – *функціонально-стилістичний* – інтенсифікується в Україні з 70-х років ХХ століття, трактуючи мову газети як особливий об'єкт і «передбачає вивчення закономірностей і тенденцій формування внутрішньостильових форм, з'ясування лінгвістичної природи жанрової форми, пошуки естетичних критеріїв газетної мови» [22]. Цю школу відобразили у своїх працях такі науковці: Г. Колесник, А. Мамалига, Г. Сагач, Л. Шевченко та ін. Окремим став напрям *історії становлення мови української преси*, який започаткували М. Жовтобрюх та Ю. Шевельов. Уже сучасні міркування щодо розвитку мови українських періодичних видань (80-х – 90-х років ХХ століття) вміщені в роботах Н. Бойченко, І. Браги, Т. Коць, А. Мамалиги, О. Стишова, Н. Озерової, М. Яцимірської та інших.

У магістерській роботі вважаємо, що поняття масмедіа та ЗМІ є подібними, оскільки безпосередній переклад іншомовного терміну (*mass media*) з англійської й означає «преса для загалу», а, отже, є засобом передавання певних даних для мас. На нашу думку, варто визначати ЗМІ як

систему транслявання інформації, яку певна особа може отримати та використати.

Відповідно, звернувшись до Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [25], друковані масмедіа (преса) – «періодичні і такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію» [25].

Сама ж «мова ЗМІ – це весь корпус текстів, вироблених і поширюваних засобами масової інформації; стійка внутрішньомовна система, що характеризується певним набором мовностилістичних властивостей і ознак; особлива знакова система змішаного типу з певним співвідношенням вербальних і аудіовізуальних компонентів, специфічним для кожного з засобів масової інформації: преси, радіо, телебачення, Інтернету» [20, с. 19 – 20].

Мова ЗМІ не є сталою, у чому й полягає її специфіка. Це – рухлива система, що завжди оновлюється, розвивається та вбирає у себе новотвори з явищ нинішнього життя. Специфіка мови преси визначається насамперед взаємодією як вербальних, так і графічних компонентів. Наявність ілюстрацій, їхнього кольору, якість паперу, тип і розмір шрифту, з одного боку, та словесного ряду, з іншого, – творять єдину мову преси. Тому й активне розповсюдження інформації, стирання чітких жанрових форм медіа і спричинило зміни в мові текстів публіцистики. Нині вони значно ускладнились. Так, наприклад, одним із характерних понять, особливо в Інтернет-ресурсах ЗМІ, стало поняття *гіпертекстуального тексту*, завжди готового до трансформації.

Будучи окремим підвидом публіцистичного стилю, мовленнєві особливості мови ЗМІ варто розглядати в річищі публіцистичного стилю, адже саме він репрезентує сферу комунікації в суспільстві та громадському житті. Відтак ми можемо спостерігати наступні риси мови засобів масмедіа:

- 1) стандартизація засобів мови ЗМІ, що створює враження неупередженості

повідомлюваного тексту; 2) експресивність, яка залучається для привертання уваги читачів; 3) поєднання стандарту як інформативного чинника у ЗМІ з тяжінням до експресивності, яка прагне зробити мову доступнішою, більш образною, що певним чином наближує й переплітає публіцистику з художнім або навіть розмовним стилем; 4) поширеним явищем є використання штампів як стійких конструкцій в тісному зв'язку із конструкціями з розмовним забарвленням, серед яких можуть бути речення фразеологічного характеру, речення із вигуками, еліптичними конструкціями, безсполучникові речення тощо; 5) наявність у мові ЗМІ іншомовних слів, які поповнюють словниковий склад мови; 6) насиченість мови різноманітними назвами реалій суспільного, політичного та культурного життя, алюзіями і цитатами; 7) використання для наочності, спрямовування лексики на загальне розуміння та привертання уваги читачів за допомогою сленгу. Тому мова в масмедійному дискурсі є реагентом для лакмусового папірця (самої мови преси), репрезентуючи численні зміни у мовленнєвій дійсності, культурі та свідомості мовців. У зв'язку з використанням лексики різних функціональних стилів, мову ЗМІ можна означити як наповнення наступними жанрами і темами : суспільно-політичні терміни; соціально-політична лексика і фразеологія; лексичні та семантичні неологізми; гасла (особливо актуальні у заголовках) які, впадаючи в очі читачів, привертають їхню увагу, викликають неабияке зацікавлення; лексика іншомовного походження і запозичення.

Отже, наша мова ніколи не стоїть на місці. Вона постійно перебуває в розвитку, активно реагуючи на всі зміни у свідомості носіїв мови та суспільному житті. Представляючи свої особливості в масмедійних засобах, мова виявляє ще й функціонально-змістові парадигми. Тому було б не цілком доречного розглядати мову ЗМІ лише в річищі її специфіки. Варто зосередити увагу ще й на функціях лексики у ЗМІ, у якому мова є системним явищем. Серед основних функцій мови тут варто виділити *інформаційну*, у якій мова виявляє властивості універсального та унікального засобу спілкування, несучи в собі інформаційну цінність. *Номінативна функція*

отожднюється із поняттям називання нових явищ, введенні лексичних одиниць для номінації різних суспільних явищ чи понять, які порівняно недавно з'явилися в суспільстві та подальше їх унормування. *Когнітивна (пізнавальна) функція* пов'язана із накопиченням у мові досвіду попередніх поколінь й передаванні для наступних. Саме на прикладі сленгу вона виявляється найяскравіше, бо сленг містить у собі додаткову інформацію, яку неможливо відтворити у звичайних номінаціях. *Експресивність* є наступною функцією, що полягає у властивості мови виражати емоції та почуття мовця, вплинути на читача засобами експресії. *Естетична функція* мови у ЗМІ стає джерелом насолоди для читачів, сприяє їх розвитку та формування в останніх високого естетичного смаку. *Культурологічна функція* несе в собі наповнення культурного виховання, адже і в самій журналістиці закладені основи культурних аспектів. *Ідентифікаційна функція* зосереджена в понятті мови як засобу ідентифікації мовців, тобто, читаючи газетний текст, мовець може виявити ті чи ті лексичні спільні або відмінні особливості, порівнюючи їх із мовою народу певної країни загалом. Варто відзначити і *впливову функцію*, яка полягає в тому, що мова в текстах, несучи в собі деяке значення та сенс, певним чином впливає на читача, формуючи його культуру, думки, враження та емоції від прочитаного. Когось може зачепити хибність думки, а інші реципієнти, навпаки, можуть захоплюватися майстерністю написаного тексту.

Тому кожна із функцій мови ЗМІ має важливе значення, роблячи мову особливою синкретичною системою для передавання та тлумачення тексту.

1.2 Жанрові особливості ЗМІ та динаміка газетних жанрів

Жанрова структура друкованих ЗМІ є нині досить розвиненою, однак процес її розвитку є дискусійним. Такі українські й російські науковці, як М. Василенко, І. Михайлин, Н. Мантуло, Л. Кройчик, О. Тертичний, М. Кім, Б. Місонжников та ін. нині займаються проблемами еволюції цих жанрів. Варто зазначити, що система жанрів також є динамічною – їх частина з часом

осучаснюється, даючи нові модифікації. Зокрема, М. Кім висловлює думку про поєднання внутрішніх та зовнішніх зв'язків у середині системи жанрів ЗМІ. «Внутрішній зв'язок між різними жанрами журналістики обумовлений єдиним типом творчості – публіцистичним, а зовнішній – тим, що кожен жанр журналістики, на відміну, наприклад, від жанру літературного, завжди народжується потребами відображення сучасного життя з метою впливу на громадську думку» [35, с. 9].

Російський дослідник Л. Кройчик запропонував класифікацію журналістських текстів за такими критеріями, як: оперативність, новинність, аналітичність та образність. За ним тексти поділяють на п'ять груп: «оперативно-новинний жанр (заметка та всі її різновиди), оперативно-дослідницький (інтерв'ю, репортаж, звіт); дослідницько-новинний (кореспонденція, коментар (колонка), рецензія); дослідницький (стаття, огляд, лист), художньо-публіцистичний (нарис, есе, фейлетон, памфлет)» [41, с.138–139].

Традиційним є поділ на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри, що засвідчують основні в них типи відображення: емпіричні, дослідні (теоретичні) та художньо-дослідні.

«Інформаційні: заметка, звіт, інтерв'ю, інформаційна кореспонденція, бліц-опитування, запитання – відповідь, репортаж, некролог; *аналітичні (дослідні):* аналітичний звіт, кореспонденція, інтерв'ю, бесіда, коментар, соціологічне резюме, анкета, моніторинг, рейтинг, рецензія, стаття, журналістське розслідування, огляд ЗМІ, прогноз, версія, експеримент, лист, сповідь, рекомендація (порада), аналітичний пресреліз; *художньо-публіцистичні (художньо-дослідні):* нарис, фейлетон, памфлет, пародія, сатиричний коментар, життєва історія, легенда, епіграф, анекдот, гра» [69, с. 54].

Наступна класифікація порівняно з попередньою є розширеною. Серед основних функцій жанрової системи преси варто виокремити: *«інформаційні:* новина, заметка, інтерв'ю, (інтерв'ю-монолог, повідомлення, діалог, полілог,

думка, замальовка, масове інтерв'ю, анкети), бесіда, репліка, репортаж (проблемний, пізнавальний, подієвий, фоторепортаж), звіт; - *аналітичні*: кореспонденція (інформаційна, аналітична, постановча, кореспонденція-роздум), стаття та її підвиди (науково-популярна, проблемна (постановча), публіцистичний коментар), рецензія (літературна, театральна, музична, художня, кінорецензія), огляд (внутрішній, міжнародний, щотижневий, місячний, річний, інформаційний, аналітичний, огляд листів); - *художньо-публіцистичні*: представлені нарисом (портретним, проблемним, науково-популярним), замальовкою, що відображають позитивні явища, а також сатиричними жанрами – фейлетоном та памфлетом» [14, с. 218–233].

Нашу наукову роботу утунтуємо на інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних видах ЗМІ. До перших належить газета, яка є видом часопису, замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж, тобто *інформаційна кореспонденція*, яка описує та відтворює факти дійсності. Основними особливостями є такі її ознаки, як періодичність, загальнодоступність у використанні, мобільність та офіційність (здебільшого для газет). Головними є новини, факти із суспільно-політичного життя, далі представлено огляди політики, економіки, соціуму. Іншим жанрам притаманні оперативність, сприйняття подій крізь призму автора (репортаж), злободенність повідомлюваного (інтерв'ю), стислість викладу (замітка) й точне передавання суті виступів мовців та документальність, сухість мови (звіт). *Аналітичні групи* представлені текстами, які аналізують, роблять загальні висновки та судження про повідомлюване, дають рекомендації: стаття з її різновидами, огляди, листи та ін. Характерним для цієї групи жанрів є аналіз подій та їхні коментарі автором, лаконічність (коментар), опис крізь площину різних фактів (стаття), оцінка вже вивчених фактів і явищ (рецензія). У періодичному виданні є свої особливості. Так, наприклад, у газеті «Вільне життя» ними є такі рубрики, як «Калина» та «Домашня газета». Третю, *художньо-публіцистичну групу*, окреслюють нариси, фейлетони, памфлети, замальовки тощо. Особливість цієї групи – в експресивності, емоційному та

художньому відтворенні тем, використанні сатири (фейлетон), їдкої іронії і тої ж таки сатири у виразнішому вияві (памфлет).

Варто зауважити, що немає в системі поділу жанрів масмедіа чіткого їх відокремлювання один від одного. Усі вони синкретичні.

Динаміка газетних жанрів. Жанри газетного тексту постійно змінюються і залежать від багатьох чинників. О. Голік указує на те, що серед основних чинників, які безпосередньо відбиваються на жанровому вживанні «газетно-журнальної періодики, виділяють політичну систему країни, інтенсивність і динамічність політичних процесів, ринкові умови існування преси; розвиток Інтернету, зарубіжних ЗМІ, суміжних із журналістикою сфер людської діяльності, взаємодію масмедіа між собою, загальний культурний рівень аудиторії, професійну підготовку та майстерність журналістів» [16, с. 11]. М. Василенко звертав увагу на те, що жанроутворення в пресі є реакцією «на об'єктивні явища соціально-економічної дійсності, реалії змін у суспільній свідомості та на суб'єктивні чинники в процесі журналістської творчості, пов'язані з індивідуальною діяльністю журналіста і редакційного колективу загалом» [9, с. 8].

Уважаємо, що для детального аналізу варто виокремити поняття «жанр преси». «*Жанр преси* – це відносно стійка, структурно-змістовна організація тексту, обумовлена своєрідним відображенням дійсності й ставленням до неї автора. Преса – це узагальнена назва періодичних друкованих видань, газет та журналів. Вона є найстарішим представником засобів масової інформації і одночасно одним із найважливіших видів журналістики як галузі людської діяльності» [41, с. 138].

За М. Бахтіним «жанр завжди і той, і не той, завжди старий і новий одночасно. Жанр відроджується і оновлюється на кожному етапі розвитку літератури і в кожному індивідуальному творі цього жанру» [6, с. 178–179].

Питання жанрів публіцистики простежуємо у роботах, що ними займались В. Здоровега, В. Шкляр, М. Василенко, В. Учонова, О. Тертичний, М. Кім, Л. Кройчик, Д. Перезов, А. Дмитровський, О. Маськова,

Ю. Гордєєва та ін. Нині жанри преси – це «цілісна і розвинута система, характерною особливістю якої, з одного боку, є певна стабільність, а з іншої – рухомість» [35, с. 9].

Варто відзначити, що немає єдиної думки щодо розвитку жанрової системи газет. Жанрова система ЗМІ є динамічною і синкретичною. Так, на початку ХХ ст. у публіцистиці регулярно використовували *науково-популярну пропаганду*, яка мала на меті нести певний посил в маси. Із другої половини ХХ ст. відбувається помітне стирання жанрової системи друкованих ЗМІ. Широкого поширення набув *жанр життєвих історій*, які стали настільки популярними, що в газеті їм присвячують окремі рубрики. Наприклад, у досліджуваній газеті «Вільне життя» вміщено таку рубрику під назвою «Калина», що містить у собі теми життєвих історій жінок, усіх доль людських. Замість *портретного нарису* приходять жанр *політичного портрету*, що є актуальним і нині. Він має на меті описати відому особистість та її заслуги. Унаслідок функціонування в нашій країні свободи слова, потреба у прихованому висміюванні не актуальна, а отже, і потреба у *фейлетоні* зменшилась. Натомість постали такі жанри сучасної публіцистики, як *критична замітка*, *стаття* та *колонка*. Хоча, звичайно, цілковитого зникнення фейлетону нині не відзначаємо, він продовжує функціонувати, щоправда, у дещо меншому вияві. Фейлетону можемо протиставити досить актуальний жанр газети – *журналістське розслідування*, яке набуло розвитку у 70-ті роки. Останнє, на відміну від фейлетону, має детальніший характер викривання того чи того явища, що полягає в реальному та підтвердженому матеріалами розслідуванні. Наступний – *жанр версії*, який базується на аналізі та характеристиці подій, містить логічні міркування, а найголовніше – авторський домисел, що не претендує на кінцеву істинність судження. Автор версії має на меті, наприклад, проаналізувати хід розвитку подій. Варто зазначити, що журналісту варто використовувати конструкції типу «імовірно», «має право на життя така

точка зору», «не виключено, що...», «це може спричинити у майбутньому...» та ін.

Починаючи з 1990-х років *жанр памфлету* остаточно занепав, оскільки характеризувався войовничістю, пафосом, що вже набридало посткомуністичному поколінню, яке брало курс на відстоювання та відчуття авторської думки. В. Здоровега зазначає: «Необхідність своєрідної сутнісної трансформації публіцистики зумовлена насамперед змінами у соціальних відносинах модерного суспільства, згладжуванням антагоністичних суперечностей, поділу суспільства на «своїх» і «чужих», активними пошуками консенсусу, а не конфронтації» [29, с. 19]. Нове покоління не бажало старих усталених моделей поведінки, що й спричинило тяжіння до модерного. Вектор до нового й засвідчує широке використання *жанру есею*, у якому і спостерігається яскраво виражене авторське нове – власне авторське начало. Спочатку цей жанр домінував у творчості дисидентів та емігрантів, а згодом (від 1990-х, особливо 2000-х) набув ширшого поширення і в журналістиці. Необхідно виокремити появу нового жанру у структурі газет – *рекламного*, який виник у період розпаду СРСР і відзначився високою інформативністю та нестандартністю, що пов'язано з метою приваблення та заохочення покупців.

Загалом динаміку сучасних газетних жанрів визначили такі **зміни**:

1. Жанрові межі стиралися, що призвело до накладання жанрів, їхньої дифузії (інтерв'ю перетворюється на проблемне / портретне інтерв'ю, тощо).
2. Процес осучаснення жанрової системи, що пов'язано із плином часу, згідно з чим одні жанри зникали, з'являлись інші. Так, наприклад зі зникненням ідеологічної системи зникли і пропагандистські статті, яких з успіхом тепер замінюють PR-тексти.
3. Процес проникнення жанрів у життя, їхня багатопредметність.
4. Оновлення жанрової системи. Це пов'язано, насамперед, з відточенням жанрових форм, їхнім удосконаленням.

5. «Ускладнення жанрової типології новими різновидами, подекуди неспецифічними для газети, як-от: історичний календар та консультація поповнюють власне-інформаційні жанри; вибачення, привітання, рейтинг, порада та ін. – інформаційно-публіцистичні жанри; до художньо-публіцистичних жанрів долучаються історія, каламбур, мемуари, сатиричний коментар; типологічну групу «інші жанри» дедалі частіше поповнюють гра, кросворд, гороскоп, тест, рецепт тощо» [10, с. 546].

I. Завальнюк по-науковому підійшла до типології жанрової системи та запропонувала власну класифікацію, яка нам імпонує. Це **інформаційні** (*допис, інформативне повідомлення, хроніка, кореспонденція, анонс, проблемна стаття, репортаж, інтерв'ю*), **аналітичні** (*аналітична стаття, огляд, передова стаття, рецензія, відгук, коментар*), **художньо-публіцистичні** (*нарис, замальовка, полемічна стаття, публіцистичний роздум, есе, фейлетон, памфлет, байка, гумореска*) і **рекламні** (*власне-реклама, політична реклама, анонс, оголошення, рекламний нарис, рекламне інтерв'ю*) жанри.

Типи жанрів	Жанри
Інформаційні	<i>допис, інформативне повідомлення, хроніка, кореспонденція, анонс, проблемна стаття, репортаж, інтерв'ю</i>
Аналітичні	<i>аналітична стаття, огляд, передова стаття, рецензія, відгук, коментар</i>
художньо-публіцистичні	<i>нарис, замальовка, полемічна стаття, публіцистичний роздум, есе, фейлетон, памфлет, байка, гумореска</i>
рекламні	<i>власне-реклама, політична реклама, анонс, оголошення, рекламний нарис,</i>

На нашу думку, «розсіювання» жанрів газети пов'язано, насамперед, із життям та невідповідності його реаліям. Це були зовнішні (політичні) та внутрішні (редакційні) чинники, що призвели до стрімкої динаміки газетних жанрів. Тому наразі особистість автора в останніх є чітко окресленою, а система жанрів відзначається взаємопроникненням елементів та прагненням до оновлення.

1.3. Історія вивчення синтаксису мови ЗМІ

Важливе місце у функціонуванні періодики посідає синтаксис. У мовознавстві ХХ століття прийнято диференціювати три значення синтаксису: учення про словосполучення, учення про речення, учення про словосполучення та речення з пріоритетом останнього. Нині синтаксис – це вчення про структуру речення, структуру словосполучення (частин речення) та структуру зв'язаних груп речень (тексту).

У 1928 році М. Гладкий видав книгу «Наша газетна мова», де серед таких розділів, як лексика, фразеологія, стилістика, додав і розділ синтакси, тобто дослідник подає перші опрацювання газетно-публіцистичного стилю на різноманітних рівнях. Науковець здійснив детальний аналіз мови тогочасної преси, яка під впливом українського правопису 1928 року й українізації лише нормувалась. Маємо тут цінний погляд на українську пресу 1920-х років, що ще не ставала об'єктом глибокого аналізу інших науковців, від безпосереднього учасника тих подій.

Мовознавці того часу виступають проти функціонування на сторінках часописів пасивних конструкцій, зокрема змін дієслівних форм в особових формах. Підтримують натомість використання повторів, розмовних конструкцій. Важливим постає унормування мови публіцистики, стандартизації її, що є актуальним і нині.

Продовження наукових розвідок дослідження мови ЗМІ повертається у 50–60-х рр. ХХ ст. Праця І. Чередниченка «Нариси загальної стилістики сучасної української мови» (Київ, 1962) містить розділ під назвою «Стилістика масової радянської преси та агітаційно-масової публіцистики». Важливою є «Сучасна українська літературна мова. Стилістика» за ред. І. Білодіда (Київ, 1973), який виділяє основні публіцистичні характеристики на різних рівнях мовної системи. Від 60-х рр. простежуємо вже нові напрямки дослідження мови преси:

1) нормативно-стилістичний – дослідження мови преси як естетичного явища у зв'язку з суспільними причинами (праці С. Єрмоленка, А. Коваль, М. Пилинського, К. Ленець, О. Пономаріва, В. Русанівського, О. Сербенської, Н. Сологуб та ін.);

2) функціонально-стилістичний – бере початок від 70-х років в Україні та з'ясовує процеси формування внутрішньої стильової, жанрової форми в мові газет (представлено в роботах М. Пилинського, Г. Колесник, А. Мамалиги, Г. Сагач, Л. Шевченко та ін.).

У праці «Мова української періодичної преси ХІХ – початку ХХ ст.» (1970) А. Жовтобрюх із погляду синтаксису, морфології, орфографії, фонетики та лексики досліджує розвиток мови преси, її роль у розвитку української літературної мови. Дослідник зауважує, що саме стильова різноманітність мови публіцистики дає змогу простежити зміни загалом у словниках мови на певних етапах, що є важливим чинником у дослідженні мови. Він уперше вказує на роль періодики у процесі формування норм літературної мови на фоні історичного тла, зокрема на формування термінології.

Як об'єкт дослідження синтаксис мови публіцистики поставав і в працях інших українських науковців (С. Єрмоленко, А. Коваль, Т. Коць, О. Пономарів, О. Сербенська, Ю. Шевельов та ін.). Не втратили актуальності дослідження вчених, з-поміж них: А. Сковородников, Г. Солганик, Ю. Шевченко, В. Коньков.

Якісно новий підхід у вивченні мови публіцистики пропонує А. Швець у праці «Публицистический стиль русского литературного языка» (1979). Авторка переконана, що синтаксичні засоби мови є важливими маркерами в розвитку стилістичних особливостей газетного тексту. На її думку, саме виділення синтаксичних структур, функціонування мовних особливостей у тексті допоможе диференціювати специфіку газетної мови, виділити загальні синтаксичні структури, які притаманні всім газетним жанрам. Дослідниця звертає увагу й на засоби, які використовують у певних стилях, а точніше на розмежування стилів не тільки наявністю засобів у них, а своєрідним їх розподілом. Приділена увага також газетному заголовку.

Значний внесок в історію вивчення синтаксису мови ЗМІ внесли й такі науковці: Ю. Арешенков, О. Арешенкова, І. Білодід, М. Бахтін, І. Вихованець, В. Грицина, А. Грищенко, Т. Мелкумова та ін.

1.4. Історія та специфіка часопису «Вільне життя»

«Вільне життя (далі для скороченого запису дібраного ілюстративного матеріалу – ВЖ) – всеукраїнська незалежна громадсько-політична газета» [60]. Перший номер газети вийшов 3 жовтня у 1939 році у м. Тернопіль. Мета часопису – висвітлення насамперед злободенних проблем простих робітників, селян і усієї трудової маси Західної України. Відповідальний редактор на той момент – С. Кушнір.

«Від 10 грудня 1939-го року газета стала органом Тернопільського обкому КП(б)У та облвиконкому. Випуск часопису під час Другої світової війни було призупинено. Відомо, що від 10 грудня 1944 до вересня 1946-го він виходив в Чорткові. Від середини 2000-х редакція знаходиться в Тернополі на вул. Гетьмана Сагайдачного, 9. Газета «Вільне життя» у серпні 1990-го стала першим серед обласних видань громадсько-політичним часописом Тернопілля, а 31 серпня 1991-го – незалежною громадсько-політичною газетою, видавцем якої є трудовий колектив редакції. Наразі головним редактором є Петро Федоришин» [12].

Газета поділена на рубрики, які охоплюють широкий спектр інформації. Короткий зміст основних рубрик розміщено на першій сторінці газети. Відтак жанр інформаційних масмедіа репрезентує категорія новин, у якій вміщено статті із зображення подій світу і України, зокрема Тернополя, новин у сфері економіки та культури, медицини й освіти, політики та соціуму, спорту і технологій. Із аналітичних жанрів тут є листи та історії від читачів, вміщені в рубриці «Для жінок». У ній є такі категорії, як «Жіночі долі», «Долі людські», «Між нами, жінками», «Господарка» та «Кухня». Варто зазначити, що ці категорії теж уміщено на головній сторінці. Художньо-публіцистичну групу представляє категорія Гумору та сатири в соціальних та політичних аспектах. Окрім зазначених рубрик, є ще рубрики «Дитячий куточок», «Молодіжний майдан», «Світ духовності», «Тернопільський альманах», «Поетичними рядками», «Рядок з біографії краю», «Медицина», «Право і життя», «Запитуєте – відповідаємо» й «Туризм і екологія». Багато уваги приділено духовній тематиці, публікуванню історико-краєзнавчих матеріалів, порушено болючі проблеми сьогодення у публіцистичних виступах, а найбільше досягнення і гордість газети – листи читачів, яким у кожному номері відводиться чільне місце. Для своїх передплатників газета пропонує чимало цікавих конкурсів; надає юридичні консультації.

Нині «газета виходить двічі на тиждень – у середу та п'ятницю. Її тираж – 70 677 примірників. Також у 2002 р. розпочала виходити як додаток до «Вільного життя» «Домашня газета». У 1984 р. при газеті розпочав виходити додаток «Тернопільська реклама», який згодом переріс у самостійну газету «Вісник Тернопілля», котра виходила до 2004 року. У січні 1991 р. заснований літературно-мистецький і громадсько-політичний часопис «Тернопіль», від березня 2008 р. – «Літературний Тернопіль» (засновники – Тернопільська обласна організація НСПУ і видавничий дім «Вільне життя»). Тираж – 14 115 примірників. Кожен номер «Вільного життя» творить команда високопрофесійних фахівців у співавторстві з

читачами і з глибокою повагою до них. Газета веде активне громадське життя – проводить різноманітні конкурси і турніри, також при газеті існує школа молодого журналіста, яку заснував Володимир Сушкевич» [12].

1.5. Висновки до першого розділу

1. Мова ЗМІ є рухомою системою. Нині її дискурс зазнає детального вивчення та аналізу науковців, оскільки мова масмедіа є особливою категорією, яка чи не найбільш швидко відображає усі зміни мовленнєвої картини нашого світу. Дедалі частіше постає питання гіпертекстуального тексту, готового до трансформації, а отже, змінюється й синтаксис мови ЗМІ.

2. Стаючи обговоренням науковців, дискурс мови ЗМІ формував чимало думок, які ставали початком різних напрямків та підходів до вивчення (нормативно-стилістичний, функціонально-стилістичний, історії становлення мови української преси).

3. У кваліфікаційній роботі поняття мови ЗМІ та масмедіа можемо ототожнювати, оскільки безпосередній переклад іншомовного терміну (*mass media*) з англійської й означає «преса для загалу», а, отже, є засобом передавання певних даних для мас.

4. Визначальною специфікою масмедіа є взаємодія вербальних та графічних компонентів, тобто вони є синкретичними. Взаємодія слова, з одного боку, та колір, графіка, тип і розмір шрифту, навіть якість паперу, з іншого, – творять єдину систему, яка виразніше передає тему та виконує мету. Саме активне розповсюдження інформації, стирання чітких жанрових форм медіа й спричинило зміни у мові тестів публіцистики. Нині вони значно ускладнились. Так, наприклад, одним із характерних понять, особливо в Інтернет-ресурсах ЗМІ стало поняття гіпертекстуального тексту, завжди готового до трансформації.

5. Серед особливостей мови масмедіа варто виділити такі: стандартизація тексту задля неупередженості повідомлюваного, експресивність, що привертає увагу, поєднання стандартизації із

експресивністю, поєднання стійких штамів мови із конструкціями розмовного забарвлення, використання іншомовних слів, реалій суспільного, культурного та політичного життя, залучання цитат.

6. Жанрово-тематичне наповнення мови преси багате на суспільно-політичні терміни; соціально-політичну лексику і фразеологію; лексичні та семантичні неологізми; гасла (особливо актуальні у заголовках) які, впадаючи в очі читачів, привертають їхню увагу, викликають неабияке зацікавлення; лексику іншомовного походження і запозичення.

7. Функції, що їх виконує мова газети – такі: інформаційна, номінативна, когнітивна, експресивна, естетична, культурологічна, ідентифікаційна та функція впливу.

8. Поділяємо класифікацію щодо інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних видів ЗМІ. Саме газета, яка є видом часопису, замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж, тобто *інформаційна кореспонденція*, яка описує та відтворює факти дійсності, стосується інформаційного виду ЗМІ. У системі жанрового поділу масмедіа немає чіткого їх відокремлення, що засвідчує їхню синкретичність.

9. Жанрова система ЗМІ є активною. Динаміка жанрів масмедіа визначається реакцією на об'єктивні явища навколишнього світу. Занепав жанр науково-популярної пропаганди, фейлетону, натомість дедалі поширеним стає жанр життєвих історій, політичного нарису, критичної замітки, статті, колонки, журналістського розслідування, есею.

10. Синтаксис як важливий складник вивчення специфіки масмедійного тексту ставав об'єктом вивчення багатьох науковців (А. Жовтобрюх, М. Гладкий, І. Чередниченко, І. Білодід, С. Єрмоленко, А. Коваль, Т. Коць, О. Пономарів, О. Сербенська, Ю. Шевельов). Від 60-х рр. постало два напрями дослідження мови синтаксису преси: нормативно-стилістичний та функціонально-стилістичний.

11. Досліджуваний часопис «Вільне життя» – громадсько-політична газета Тернопільщини, що від 3 жовтня 1939 року відображає реалії

суспільно-політичного, політичного, релігійного, та інших сфер життя українців, жителів м. Тернополя та області. Рубрики газети: «Новини», «Для жінок», «Дитячий куточок», «Молодіжний майдан», «Світ духовності», «Тернопільський альманах», «Поетичними рядками», «Рядок з біографії краю», «Медицина», «Право і життя», «Запитуйте – відповідаємо» й «Туризм і екологія». Окрім висококваліфікованих фахівців, у створенні номерів видання активну участь беруть читачі та письменники краю.

РОЗДІЛ 2

СИНТАКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ МОДАЛЬНОСТІ В ЧАСОПИСІ «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ»

2.1. Типологія синтаксичних одиниць та їхні функції в публіцистичному тексті

У зв'язку з динамікою газетних жанрів дедалі поширеними стають синтаксичні одиниці, що притаманні всім жанрам та можуть використовуватися лише в деяких жанрових групах або ж окремих жанрах. Перші представляють прості двоскладні речення, складносурядні речення, складнопідрядні речення з детермінантними підрядними частинами, складні багатокомпонентні речення, вставні та вставлені одиниці. Щоправда, число використання цих синтаксичних одиниць (далі – СО) у різних жанрах є неоднаковим. Так, наприклад, для аналітичної статті характерним є наявність складносурядних і складнопідрядних речень, що й відмежовує аналітичні жанри від інформаційних.

СО мови газети виконують комунікативну стилістичну функцію, часто вказують на джерело інформації (як зазначають науковці...). Також вони: усувають надлишковість в інформаційному жанрі (найбільш поширені тут – неповні та еліптичні речення); виконують роль зачину до подальшого викладу інформації (напр. у хроніках) через атрибутивні та об'єктно-з'ясувальні речення; чітко окреслюють місце подій в інформаційних жанрах (за допомогою складнопідрядних атрибутивних речень), акцентують увагу на процесі виконання дії (безособові форми на *-но*, *-то*), стають синонімами іменників (за допомогою використання підметів-номінацій країн, міст, організацій і т.ін з дієсловами говоріння чи інших дій, що в житті не притаманні їм, напр.: Київ вимагає... , Україна поховала загиблих... і т.д.).

Отже, синтаксична система публіцистики зазнає істотних змін, що пов'язано насамперед із зміщенням стилетвірного центру тексту на особу автора. Синтаксис мови газети закріплює свої одиниці за певними жанрами.

Найвиразніше це простежуємо у інформаційних жанрах, що націлені на виконання комунікативної та стилістичної функції.

2.2. Функції заголовків у структурі текстів часопису «Вільне життя»

Поняття функції в першій половині ХХ в. обговорювалося лінгвістами відповідно до основної, суспільної ролі мови взагалі, потім – до використання його в різних комунікативних сферах, стилях. Для фахівців слово «функція» слугувало синонімом «значення».

Необхідне в системі граматичних понять уживання слова «функція» було підготовлено роботами В. Виноградова. У розділі «Синтаксис» академічної «Граматики російської мови» 1954 р. він спонукав до вивчення функцій форм слів і правил їх використання як для утворення словосполучень, так і речень (пропозицій). Учений обґрунтував одвічне (з античної доби) питання про головну синтаксичну одиницю – речення (пропозицію) або словосполучення, вирішивши його на функціональній основі: пропозиція – основна комунікативна одиниця; словосполучення – номінативна.

У системі рівнів мови синтаксис служить як для процесу мислення, так і для процесу комунікації. Саме синтаксема є головним структурним елементом всього синтаксису. Вона характеризується: 1) категорійним значенням слова (це значення не індивідуальне, а узагальнене, значення підкласу слів – так, для імені значущі відмінності конкретного й абстрактного, предметного (неживого) і особистого (одушевленого) і т.д.; для дієслова – розбіжність дії, стану, відносини і т.д.); 2) морфологічною формою; 3) синтаксичною функцією, або здатністю реалізуватися в певних позиціях.

Заголовки (у науковій літературі їх витлумачують ще як «вільні синтаксеми»), будучи предметом нашого дослідження, є релевантними елементами газетних текстів. Тому варто, на наш погляд, спершу визначити обшир поняття «вільна синтаксема» і специфіку газетних заголовків.

Вільні синтаксеми є невіддільною частиною будь-якого тексту. Г. Золотова виділяє вільні синтаксеми як такі компоненти, що перебувають на межі між повними і неповними реченнями [29]. Вони є неподільними, самостійними (незалежно від контексту) текстовими компонентами. Відмінністю між вільними синтаксемами та неповними реченнями полягає у тому, що для вільних синтаксем не властиві головні члени речення. Вільні синтаксеми найчастіше можуть функціонувати у складі заголовку, який є невід'ємною частиною газетного тексту. Співвідносячись із текстом статті, як частина із цілим, вони містять у собі її сенс, певним чином узагальнюють собою все повідомлене в тексті. Сам зміст статті є ремою – новим, і відіграє важливу роль при розкритті репрезентованої в назві проблеми, а вільні синтаксеми в позиції заголовку є актуалізованими компонентами. «Саме в цьому виявляється спорідненість вільних синтаксем з неповними реченнями контекстуального типу» [24, с. 309].

Відповідно до трьох функціональних типів синтаксем, Г. Золотова виокремлює **три основні функції** синтаксем, якими ми послуговуватимемось в науковій роботі: 1) самостійне, ізольоване вживання одиниці; 2) уживання одинці як компонента речення; 3) функціонування одиниці як компонента словосполучення (або групи слів) [29, с. 3–21]. Саме перша функція вільних синтаксем представлена зазвичай заголовками та авторськими ремарками в текстах.

За характером ономазіологічної ознаки, що притаманна для номінації в текстах, можна виділити ще такі типи заголовків як знаків у друкованій пресі: знаки – називальні та характеризувальні [34, с. 81]. Окрім того, є ще знаки-найменування, що мають на меті заінтригувати і зацікавити читача, спонукати його до прочитання газетного матеріалу. С. Кацнельсон виділяє такі типи найменувань: **1) використання готової мовної конструкції у номінативній функції – називальні** (приклад із часопису): *Сестри* (ВЖ, 2019, № 99, с. 10); *Одиначка* (ВЖ, 2019, № 99, с. 10); *Заробітчанка* (ВЖ, 2019, № 99, с. 9); *Підкаблучник* (ВЖ, 2019, № 99, с. 11);

2) **характеризувальні**: *Учительська доня* (ВЖ, 2020, № 128, с. 11); *Оплакане кохання* (ВЖ, 2020, № 132, с. 4); *Чужа наречена* (ВЖ, 2019, № 103, с. 10); *Великоднє щастя* (ВЖ, 2020, № 110, с. 1); *Гіркі палапундики* (ВЖ, 2019, № 99, с. 6); *Дівчина з голубами* (ВЖ, 2020, № 110, с. 11); 3) **інтригувальні** (дослідники газетного стилю визначають їх як рекламні; зацікавлюючи читачів, вони викликають в них інтерес і бажання дізнатися більше про запропоновану тему): *Побутова техніка! Не передплачуй!* (ВЖ, 2020, № 120, с. 4); *Шукаємо на роботу!* (ВЖ, 2019, № 99, с. 12); *Підробіток для вчителів та студентів* (ВЖ, 2020, № 120, с. 10) тощо.

У лінгвістиці текст як цілісна мовна одиниця є основним функціонально-смісловим елементом акту комунікації і заголовок, як первинний компонент структури будь-якого тексту є його суттєвою ознакою [19]. Він розкриває настанову адресанта й виражає цільову спрямованість написаного. Газетний реципієнт спершу звертає увагу на назви публікацій. Саме за заголовками ми сприймаємо початкову інформацію написаного, щоб зрозуміти, чи варто все-таки читати певну колонку газети. Психологи констатують, що близько 80% людей спочатку розглядають лише заголовки.

На жаль, серед дослідників нині немає єдиної думки про статус заголовка. Дехто вважає його номінативною безпредикативною конструкцією [27], інші розглядають заголовок як речення [61]. Інші трактують заголовок із бездієслівною конструкцією як речення лише з психологічного погляду [69].

У синтагматиці тексту ЗМІ нині спостерігаємо пошуки нових засобів вираження. На позначення звичайних реалій використовують замість загальноживаних словосполучень незвичні лексичні сполучення. Слова, постійно перебуваючи в русі, є активними реагентами, які потрапляють у нові для себе смислові та стилістичні контексти. Саме така незвичайна сполучуваність надає текстам виразності. Вони можуть складатися не лише з одиниць комунікативного плану – речень.

Вільні синтаксеми, як найменші частини речення у структурі газетного заголовку, можуть виконувати в ньому безліч функцій. Речення як таке є базовою структурою для генерації синтаксем. Саме позиція заголовку дозволяє їм вільно вживатися поза синтаксичним контекстом. Відтак заголовки у газетах:

- **зацікавлюють читача (інтригують):** *Ви покохали одруженого!* (ВЖ, 2019, №85, с. 7); *За зіпсовану відпустку – тисяча євро?* (ВЖ, 2016, №85, с. 9); *Із серцем у кулаці* (ВЖ, 2016, №85, с. 11); *Пластик з ... молока* (ВЖ, 2018, №86, с. 9); *Нецензурні слова руйнують генетичний код* (ВЖ, 2018, №86, с. 9) тощо;

- **передають зміст матеріалу:** *Книжка про обличчя та краєвиди* (ВЖ, 2018, №86, с. 12); *Секрети істинного кохання* (ВЖ, 2018, №86, с. 9); *Ухвалено закон про мову* (ВЖ, 2019, №96, с. 5); *В ОБСЄ підготували плакати для українських виборців* (ВЖ, 2019, №96, с. 1); *Вишивали у Верховній Раді* (ВЖ, 2019, №96, с. 5); *Грип: як розпізнати і чим лікувати* (ВЖ, 2019, №96, с. 5); *Наповнюються місцеві скарбниці* (ВЖ, 2019, №96, с. 5);

- **висувають проблему:** *Чи необхідно повідомляти контролюючі органи?* (ВЖ, 2019, №96, с. 5); *Яку звітність необхідно подати?* (ВЖ, 2019, №96, с. 6); *Якої України ми хочемо* (ВЖ, 2019, №96, с. 6); *Ближче до Англії і далше від України?* (ВЖ, 2019, №96, с. 6); *Світський Великдень чи засіб реваншу?* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Пікірувати чи не пікірувати?* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Чи буде життя в Україні без аналогового телебачення?* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Чи треба платити податок?* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Інстантність – нова хвороба XXI століття?* (ВЖ, 2019, №96, с. 7);

- **містять висновок публікації:** *Глобальне потепління почалося 200 років тому – вчені* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Літо розпочнеться аж у серпні* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Любять своїх дітей* (ВЖ, 2019, №96, с. 10); *Випробовування гартують душу* (ВЖ, 2020, №111, с. 6); *Бджола розумніша, ніж комп'ютер* (ВЖ, 2019, №96, с. 3);

- **дають поради:** *Полікує відвар вівса* (ВЖ, 2020, №111, с. 8); *Не на підвіконні, а в теплиці* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Щоб розсада не «жирувала»* (ВЖ, 2019, №96, с. 11); *5 способів очистити повітря* (ВЖ, 2017, №90, с. 3); *Які коефіцієнти застосувати?* (ВЖ, 2017, № 90, с. 2); *Зареєстрували – відтоді і сплачують транспортний податок* (ВЖ, 2017, № 90, с. 6); *Аби не потрапити в халепу* (ВЖ, 2017, № 90, с. 9); *Не плутайте зі звітністю* (ВЖ, 2017, № 90, с. 10); *Прагнете повернути надміру сплачені кошти – подайте заяву* (ВЖ, 2020, № 111, с. 12);

- **прогнозують події:** *Так було і так буде* (ВЖ, 2020, № 111, с. 6); *Крим буде наш! А ворог буде покараний!* (ВЖ, 2017, № 90, с. 4); *Чого очікувати неререформуваним засобам масової інформації* (ВЖ, 2017, № 90, с. 11).

Мова часописів використовує передовсім активну лексику. Застарілі слова використано з метою створення експресії, урочистості та зображення колориту минулого. Частинами заголовків можуть стати:

- **трансформовані прислів'я:** *Дають – бери. І хвалися скільки взяв* (ВЖ, 2019, №96, с. 7); *Не родись красивою* (ВЖ, 2017, №90, с. 4); *Прийшов Спас – пішло літо від нас* (ВЖ, 2017, №90, с. 6); *Прийшов Ілля – і літа нема* (ВЖ, 2016, №85, с. 3); *Скажи, хто твій друг ... і я скажу, яке в тебе авто* (ВЖ, 2017, №91, с. 6); *Не кажи «гоп»...* (ВЖ, 2017, №92, с. 5);

- **приказки:** *Наче у воду тренер дивився* (ВЖ, 2017, №90, с. 7); *Бережіть, як зіницю ока* (ВЖ, 2018, №96, с. 9);

- **метафоричні вислови:** *Забагато неба прихилили* (ВЖ, 2018, №92, с. 5);

- **назви відомих творів:** *Тричі мені являлась любов* (ВЖ, 2019, №97, с. 12);

- **цитати:** *І з'являться їм язика поділені, немовби огненні...* (ВЖ, 2019, №97, с. 10);

- **запозичена лексика:** *Презентація чи репрезентація* (ВЖ, 2020, №121, с. 8);

Поширеними є заголовки на основі :

- **фразеологізмів та їхніх трансформацій:** *Не втримав язика за зубами* (ВЖ, 2019, №98, с. 5); *Повернення блудного бойовика* (ВЖ, 2019, №97, с. 8); *Неймаре, кусай лікті!* (ВЖ, 2019, №97, с. 4);

- **неологізмів:** *Инстанутість – нова хвороба XXI століття?* (ВЖ, 2020, №121, с. 4);

- **риторичних питань:** *Хто ми є?* (ВЖ, 2020, №121, с. 6); *Чи можна було уникнути трагедії?* (ВЖ, 2017, №93, с. 2);

- **антонімів:** *Якщо в квартирі «льодовиковий період», а в рахунку – «Сахара»* (ВЖ, 2017, №86, с. 7); також синонімів, паронімів.

При дослідженні ми встановили наявність ще таких синтаксичних засобів виразності:

– **оксиморону**, який в часописі використовувався досить часто: *Рубльовий долар* (ВЖ, 2020, №121, с. 9); *Показова бідність* (ВЖ, 2019, №97, с. 6);

– **звуконаслідувальних слів (ономатопеї):** *Самогонка – кап-кап-кап...* (ВЖ, 2020, №121, с. 6).

Якщо взяти до уваги зауваження Г. Золотової щодо трьох основних типів функцій синтаксем: 1) самостійне, ізольоване вживання одиниці; 2) використання одиниці як компонента речення; 3) прислівне вживання одиниці як компонента словосполучення, то вільні синтаксеми (заголовки) виступають у всіх функціях. Зокрема, друга й третя функції деталізуються поняттям позиції. Третя функція може також репрезентуватися в кількох позиціях: 1) придієслівній; 2) присубстантивній; 3) приад'єктивній і приадвербативній. **Перша функція** репрезентована у часописі такими заголовками: *Убивче кохання* (ВЖ, 2020, №121, с. 4); *Богом дана* (ВЖ, 2020, №121, с. 8); тощо. **Друга функція** зосережена у таких заголовках: *Біль самотньої матері* (ВЖ, 2020, №121, с. 7); *Сумна мелодія старої скрипки* (ВЖ, 2020, №121, с. 9); *Чуже щастя в будинку навпроти* (ВЖ, 2019, №97, с. 6). **Третя функція:** а) **придієслівна позиція:** *«А я думав що ти мені ще сина народиш...»* (ВЖ, 2019, №97, с. 9); *Не родись красивою...* (ВЖ, 2019, №97, с. 4); *Поверни мене* (ВЖ, 2019, №97, с. 4); *Уже не боюся самотності* (ВЖ, 2019, №97, с. 8) тощо; б) **присубстантивна позиція:** *Чоловік із добрим серцем* (ВЖ, 2019, №97, с. 4); *Москва в облозі козаків* (ВЖ, 2019, №97, с. 8)

тощо. **в)приад'єктивна позиція** чітко не виявлена; **г) приадвербативна позиція** чітко не виявлена в дослідженні.

Відповідно до категоріального висловлювання мовець обирає потрібні йому синтаксеми, які набуватимуть в реченнях моделей різного значення. Типовим значенням буде смисловий результат предикативного поєднання структурно-смислових компонентів моделі пропозиції. Таке ж значення набуватимуть синонімічні моделі із різноформленими компонентами. Наприклад, типове значення «предмет/особа/об'єкт і її/його стан, ознака» подається пропозиціями однієї моделі: *дестабілізація країни; суспільству тривожно; сум'яття юнака; серцю боляче* або його синонімічні варіанти: *країна в дестабілізації; у країни дестабілізація; суспільство в тривозі; юнак в сум'ятті; серце болить*.

Згідно з наведеними прикладами можна зробити узагальнення: із прийменниково-відмінкових форм іменника (або субстантивних синтаксем) іменам особи, предметів, об'єктів в Д.в. і в Р.в. з прийменником *у (країни, суспільству, серцю, юнака)* властива функція суб'єкта стану з прийменником *в* – функція предиката стану (*в дестабілізації, в тривозі, в сум'ятті тощо*).

На противагу тим синтаксемам, які здатні формувати модель пропозиції (*Коли війна не відпускає* (ВЖ, 2019, №97, с. 8); *Мені не читається*), інші входять в пропозицію тільки як поширювачі, у складі словосполучення (*Представили перші інтерактивні картки* (ВЖ, 2019, № 98, с. 9), а треті репрезентуються, наприклад, синтаксемами місця (локативні).

Та чи всі синтаксеми в Д.п. виконують функцію суб'єкта пропозиції? За формою вони збігаються, однак кожна буде різною за функцією: *Мені боязко*. (2) *Напиши мені листа* (ВЖ, 2019, №99, с. 5) – (3) *«Ти признайся мені, звідки в тебе ці чари...»* (ВЖ, 2019, №97, с. 3).

Мені (1) – обумовлена синтаксема суб'єкта стану з єдиною позицією суб'єкта в трьох моделях (*Мені холодно, мені не читається, мені йти*); рідкісна

з синтаксем. Значення суб'єкта вона зберігає тільки в цих моделях, в чому і полягає її обумовленість.

Мені (2) – вільна синтаксема адресата. Вживається в ізольованій позиції (в заголовках, присвятах, адресах, в драматичних ремарках); в предикаті (*саме мені*, не комусь); в дієслівних сполученнях, при дієсловах із широким значенням «писати» і «написати».

Мені (3) – пов'язана синтаксема, називає об'єкт дії при дієсловах лексично обмеженого кола (*признатися, зізнатися, відкритися, визнати, розказати*).

Відповідно до різновидів субстанціональних зв'язків виокремлюємо такі типи субстанціональних синтаксем, де синтаксеми належать до відповідного класу предикатів, на що вказують семантико-синтаксичні відношення:

1) суб'єктні синтаксеми, які позначають суб'єкт дії, діяча процесу, стану тощо, напр.: *Samsung представив телевізор спеціально для міленіалів* (ВЖ, 2020, №121, с. 11); *Тернопіль отримав перший електромобіль* (ВЖ, 2020, №111, с. 3); *Для «рогатих» прокладуть новий маршрут* (ВЖ, 2020, №115, с. 8); *Осінь його життя розквітла весною церкви* (ВЖ, 2018, №97, с. 5);

2) об'єктні синтаксеми, що позначають предмет, на який спрямовано дію, процес або стан, напр.: *Нашестя на черешні* (ВЖ, 2018, №97, с. 7); *Господар своєї долі* (ВЖ, 2020, №121, с. 10); *А минуле вже не повернеш* (ВЖ, 2019, №94, с. 4); *Тільки сонце її зігріє* (ВЖ, 2020, №121, с. 1); *Прагматик із серцем романтика* (ВЖ, 2020, №99, с. 4); *Розцвіло волошками кохання* (ВЖ, 2020, №121, с. 9); *Отава пахла м'ятою* (ВЖ, 2020, №120, с. 10);

3) адресатні синтаксеми, які вказують на особу або іншу істоту, на користь чи на шкоду якої відбувається дія, напр.: *На честь олімпійських чемпіонів* (ВЖ, 2020, №121, с. 7); *Не підвели наставників* (ВЖ, 2020, №121, с. 11);

4) **інструментальні синтаксеми**, що позначають знаряддя або засіб, за допомогою яких виконують дію, напр.: *Пішли на розмін білопольними слонами* (ВЖ, 2018, №97, с. 6);

5) **локативні синтаксеми**, що виражають місце, напрямок руху і шлях руху, напр.: *Хто винен в отруєнні людей на Борщівщині* (ВЖ, 2020, №121, с. 4); *В Україні шукають неймовірні села* (ВЖ, 2020, №123, с. 5).

Отже, в структурі газетних текстів, зокрема в заголовкових конструкціях, вільні синтаксеми набувають різноманітних функцій. Вільні синтаксеми, відповідно до функцій і позицій, сполучаються із компонентами пропозиції та словосполучень. Компоненти словосполучення складають: придієслівні, приіменні та приад'єктивні компоненти.

2.3. Специфіка функціонування вставних компонентів у тексті часопису

Вставні синтаксичні конструкції (*слова, словосполучення, речення*) являють собою граматичні одиниці в структурі окремого речення, семантико-інтонаційні характеристики яких здатні виражати суб'єктивну модальність, певну інформативність й емоційність щодо характеру висловлювання [49, с.101]. Вони можуть вказувати на певну деталь щодо повідомлюваного, про що раніше не йшлося, висловлювати безпосереднє ставлення мовця, створюючи *модально-конотативне значення*.

У вітчизняному мовознавстві прийнято визначати модальність як граматичну категорію відношення змісту мовлення до дійсності, тобто вона визначає ступінь відповідності між інформацією повідомлення та дійсністю, виражається за допомогою форм способу дієслова, інтонації, вставних слів та ін. [9, с. 683]. Виділяють два типи модальності: суб'єктивну та об'єктивну. «Об'єктивною модальністю може характеризуватися будь-яке речення, де передається відношення висловлювання до дійсності у плані реальності і нереальності, в той час як суб'єктивна модальність – ознака речень із поняттям оцінки різного типу – логічної, емоційної» [41].

Виокремлюємо однокомпонентні та багатоконпонентні вставні одиниці, що присутні в газетних текстах. Відомо безліч їх класифікацій. У науковій роботі використаємо класифікацію К. Шульжука, що створена відповідно до їх семантики та з урахуванням оцінки повідомлюваного. Науковець виділяє такі групи:

1. вставні слова, словосполучення й речення, що виражають ступінь вірогідності повідомлюваного, позначають гіпотетичність та констатуючу модальність.

Найпоширеніші у газетних текстах, можуть посідати позицію на початку на всередині речення. Нерідко використовуються для запобігання повторів, як синонімічні конструкції. Несуть відтінок сумніву та припущення, виконують функцію невпевненості в чомусь (можливо, здається, певно, мабуть, можливо); можуть мати і значення упевненості та достовірності інформації (безумовно, справді, очевидно, дійсно, природно та ін.) Напр.: *Утримаємося, мабуть, від дифірамбів* (ВЖ, 2020, №121, с. 11); *Дійсно, ми - не homo sapiens* (ВЖ, 2020, №121, с. 7).

2. Вставні одиниці, що передають зв'язок думок, послідовність їх викладу чи логічне завершення цього викладу

Такі синтаксичні одиниці відзначаються експресивністю та формують чітку структуру повідомлюваного, логічний ланцюжок речень. Завдяки цьому читач газети відчуває причинно-наслідкові зв'язки. Напр.: *Втім точну дату відновлення турнірів нині навряд чи хтось назве* (ВЖ, 2018, №97, с. 10); *Власне, це й пришвидшило проголошення УАПЦ* (ВЖ, 2018, №97, с. 5). *Словом, диво та й годі* (ВЖ, 2020, №121, с. 7). Можуть бути використані також із метою стуктурування висловлення за допомогою лексем *по-перше, по-друге* та ін.: *По-перше, це є нашою героїчною і трагічною історією, яку від нас приховували. По-друге, її переповіли на гідному мистецькому рівні талановиті люди. По-третє, фільм створює багато ідей для роздумів та аналізу* (ВЖ, 2020, №121, с. 6).

3. Вставні слова, словосполучення та речення на позначення джерела повідомлення. Зазначений тип одиниць – другі за поширенням у газетних текстах після вставних конструкцій із гіпотетичною та констатувальною модальністю. У реченнях за допомогою вставних конструкцій автор виражає не лише власну, але й висловлює думку третьої особи, отже, вони виконують адресно-марковану функцію. Найчастіше в репортажах та інтерв'ю фіксуємо такі конструкції: *по-моєму, на моє глибоке переконання, на мою думку, як я вважаю*. Вони виконують функцію достовірності висловлюваного та посідають позицію початку, рідше середини речення. Паралельні форми: *безперечно, говорять, ходять чутки, як повідомляють* тощо. Вони можуть виражати форми, які походять від неозначено-особових речень, виражені третьою особою множини, що вказує на неозначене джерело повідомлення: **Як зазначають** *музикознавці, у своїй музиці Мирослав Скорик «продовжує традиції львівської композиторської школи, дає модерну авторську візію українського і, зокрема, карпатського фольклору* (ВЖ, 2020, №120, с. 7). Модально-конотативне значення джерел повідомлення відображають лексеми на зразок *за оцінками, за даними, за інформацією, за спогадами, на переконання*: **Згідно з аналізом** *представників Міжнародної організації з міграції (МОМ) в Україні, з 1991 року від торгівлі людьми постраждали понад 160 тисяч українців* (ВЖ, 2020, №120, с. 7). **За інформацією** *заступника директора з питань зовнішнього оцінювання та моніторингу якості освіти обласного комунального інституту післядипломної педагогічної освіти Юрія Шайнюка, у 2019-му на ЗНО зареєструвалися понад 354 тисячі осіб в Україні, а в області — понад 10 тисяч* (ВЖ, 2019, №98, с. 2).

4. Вставні компоненти, що виражають емоційний стан мовця, його почуття. Найчастіше це форми *як на гріх, на радість, на щастя, на жаль* та ін. Такі одиниці мають властивість виконувати градаційні або антонімічні функції, перебуваючи в одному тексті: **На жаль**, *у зв'язку з карантинном всеукраїнські старты перенесли на невизначений термін* (ВЖ, 2020, №121, с.

10). *А тут іще, як на гріх, батько вибрав для неї... нареченого* (ВЖ, 2020, №121, с. 4).

5. Вставні слова, словосполучення та речення на позначення характеру висловлення, способу передавання думки, типу її оформлення. Унаслідок згрубілості лексики та тяжіння до вульгаризмів, останнім часом у розмовному мовленні та мові газет спостерігаємо тенденцію до функціонування форм безпосереднього спілкування. У газетах вона набуває вигляду «автор-читач», створюючи атмосферу невимушеного спілкування через використання в текстах арготизмів, жаргонізмів. Це конструкції типу *так би мовити, по-іншому, власне кажучи, сказати по правді, кажучи правду, з іншого боку* та ін. Найчастіше вони виражені дієприслівниками, що розміщені на початку, рідко – в кінці речення. Наприклад: *Натомість найближче майбутнє ігор у виконанні національних збірних усе ще, так би мовити, в тумані* (ВЖ, 2020, №120, с. 3). *З одного боку, члени садового товариства «Ювілейне» не вдоволені запропонованою компенсацією, а з іншого боку — найбільший спальний мікрорайон міста може залишитись без нового парку* (ВЖ, 2020, №119, с. 8).

6. Вставні слова, словосполучення та речення, що передають звернення до співрозмовника й уживаються з метою привернення уваги читача (слухача). Виконують модально-конотативне значення привернення уваги читача. Найчастіше функціонують у вигляді дієслів другої або третьої особи однини чи множини. У звернення до читача передаються такими вставними компонентами: *даруйте, вибачте, пам'ятаєте, відчуваєте, бачиш, чуєш, повинен тобі сказати, погодьтеся, повірте, скажімо* та ін. Напр.: *Досягнення ветеранів, погодьтеся, слугують прикладом для молодих атлетів* (ВЖ, 2020, №121, с. 11). *Слова про унікальність Олега Степановича, повірте, аж ніяк не перебільшення* (ВЖ, 2020, №121, с. 9). *В офіційній заяві фіалок, скажімо, йдеться про те, що клуб готовий ухвалити будь-яке рішення, прийняте спільно керівництвом ліги та урядом країни* (ВЖ, 2020, №121, с. 5).

2.4. Вставлені компоненти як маркери авторського *Я* журналіста

Починаючи із кінця 1980-х – початку 1990-х рр., мова газети поступово персоналізується, переходить у суб'єктивізовану манеру викладу. Відтак журналіст перестає бути звичайним передавачем інформації, а використовує індивідуальний підхід до форм викладу теми.

Як зазначає Л. Кройчик «персоніфікація тексту викликана до життя не лише загальним процесом демократизації пострадянського суспільства, але й тим, що в умовах чинного нині ринку інформації товаром стає не просто новина, а новина, «упакована» в публіцистичний текст» [41, с. 127]. Роль допоміжних елементів у цьому перебирають на себе вставлені конструкції (далі – ВК), що стають маркерами авторського *Я* журналіста.

«Вставлені компоненти (слова, словосполучення, речення) — мовні одиниці, що передають додаткові, побіжні повідомлення, перериваючи основне висловлення за допомогою інтонації вставленості» [33, с. 169].

Б. Кулик вважає: «На відміну від вставних слів, словосполучень і речень, що виражають суб'єктивне ставлення того, хто говорить, до висловленої ним думки, вставлені слова, словосполучення і речення виражають такі додаткові повідомлення чи побіжні асоціативні зауваження, які доповнюють, уточнюють, розвивають зміст висловлення, вказуючи на якісь деталі чи нові факти, що не були передбачені в перший момент формування думки» [33, с. 169]. На противагу вставним конструкціям, що функціонують із суб'єктивною модальністю, вставлені одиниці пов'язані з об'єктивною модальністю, відображають авторську позицію та доповнюють речення додатковою інформацією, коментарями та ін.

Щодо специфіки функціонування ВК у тесті, зокрема газети, поділяємо думку С. Шабат-Савки, яка зазначає, що «та інформація, яку подано в дужках чи за допомогою тире, є додатковою, уточнювальною, пояснювальною, оцінною. Утім, вона має свого автора, містить вказівку на мовця, а тому вставлені конструкції є виразними маркерами суб'єктивно-модальних інтенцій» [77, с. 247].

У газетному тексті виділяємо вставлені компоненти *інформативного, логічного, оцінного та ситуативного типу*. Відтак серед ВК інформативного типу в мові сучасної преси найбільш поширеними є ті, що *уточнюють, пояснюють та певним чином розширюють думку автора*, напр.: *Видно, справді, велике бачиться здалеку — на відстані і в часі* (ВЖ, 2020, №118, с. 7). *Коли ці роздруківки було оголошено, то з'ясувалося, що 14 травня 2012 року Сидор у телефонному режимі спілкувався шість разів із Шиманським – приблизно за пів години до їхньої зустрічі, а також мав 17 контактів із Гарнавським і Сивулею* (ВЖ, 2020, №121, с. 11).

Характерними у структурі інформативного типу є вставлені конструкції, що додають нову думку, пояснюючи висловлене та вказують час. Напр.: *За тиждень (12 жовтня) в Чикаго дебютний бій у суперважкій вазі проведе інший уславлений чемпіон світу Олександр Усик* (ВЖ, 2019, №99, с.10). *Але оскільки це була реалізація споконвічних прагнень українців мати свою незалежну церкву (тільки в останньому столітті вони тричі відроджували свою автокефальну православну церкву), ПЦУ не тільки встояла, а й утверджується, здобуває усе більшу любов українців та підтримку світового православ'я* (ВЖ, 2020, №119, с. 5).

Спостерігаємо в газетних текстах і тяжіння до використання оцінних вставлених компонентів, здебільшого це оцінка автора емоційного характеру, його роздуми. Напр.: *Гірше те, що в Україні теперішня влада не розуміє (чи вдає, що не розуміє) важливості існування помісної церкви* (ВЖ, 2019, №99, с. 9). *Про головні помилки Юрія Можаровського (а чому не про упередженість) вели мову практично всі* (ВЖ, 2020, №120, с. 9). *Дитину насамперед потрібно приймати такою, якою вона є, підтримувати, а не нав'язувати свої інтереси та бажання (чи нереалізовані мрії свого дитинства)* (ВЖ, 2020, №118, с. 8). *Колишній мешканець села (на жаль, не підписався) в «Історично-мемуарному збірнику Чортківської округи» згадує, що в Циганах «збудовано кам'яну церкву і таку ж дзвіницю на місці старої дерев'яної церкви, що проіснувала 200 років* (ВЖ, 2020, №118, с. 7). В

обстоюванні українства письменник лишається запеклим і несамовитим **(вкладаю у ці слова якнайбільше позитивного змісту)** (ВЖ, 2020, №113, с. 4).

У газетній мові дедалі більше функціонує експресивне вживання розділових знаків, зокрема знаку оклика. Вони акцентують увагу на конкретній лексемі та позначають різні значення (напр. гнів, радість, тощо) та взяті у дужки. Напр.: *Коли ж на сьомій(!) хвилині до штрафного майданчика суперників прибіг навіть сам Андрій Пятов, один з оборонців хорватського клубу не придумав нічого кращого, як ударити голкіпера «Шахтаря» ліктем* (ВЖ, 2020, №121, с. 5). *Перегони традиційно проводилися на спринтерській 200-метровій дистанції, а їхніми учасниками стали веслувальники віком від дев'яти до 85-ти(!) років* (ВЖ, 2019, №96, с. 9). *Усі загострили свою увагу на слові «гра», та чомусь забули про те, що йдеться про навчальну(!) гру* (ВЖ, 2020, №120, с. 6).

Логічний тип дещо меншою мірою ніж інформативний та оцінний поширений у газетах. А. Загнітко вважає: «Логічною функціонально-смісловою взаємодією вставлених одиниць з базовою частиною постає таке їхнє співвідношення, при якому вставлена конструкція вказує на певний мотив позначеної в основній частині дії (суб'єкта, об'єкта тощо) або актуалізує відповідні ознаки останнього» [5, с. 142]. Найпоширенішими є конструкції що позначають ознаки. Наприклад: *Вона пропрацювала на студії 48 років і зробила кар'єру від простої працівниці до віцепрезидента компанії «Метро-Голдвін-Майєр» (тієї, що з рикаючим левом у заставці)* (ВЖ, 2020, №121, с. 9). *Не менш необхідна школяреві підтримка тих, кому він довіряє — батьків, бабусь і дідусів чи хрещених* (ВЖ, 2019, №96, с. 8).

Функціонування ситуативних одиниць є не регулярним. Вони звернені до читача та пояснюють створення умовних позначень в основному реченні, напр.: *У повоєнні роки минулого століття «михальди» (так у народі називали книжки з пророцтвами) на наших теренах люди берегли, мов зіницю ока* (ВЖ, 2020, №118, с. 4). *Переможець цього поєдинку (бо ж і*

нічия, звісно, можлива) стане чемпіоном планети за двома версіями (ВЖ, 2020, №120, с. 4).

Починаючи з ХХІ століття у текстах газет вставлені компоненти у структурному плані набувають різноманітних синтаксичних форм у вигляді слова, словосполучення та простого чи складного речення. Ще однією особливістю є використання аббревіатур як вставлених компонентів. Функцію передавання мімічних рухів людини перебрали на себе словесні вставлені одиниці *посміхається, сміється, плаче* та ін., напр.: – *Люблю море і все, що з ним пов'язано (посміхається)* (ВЖ, 2020, №121, с. 9).

У структурі газетного тексту як вставлені конструкції функціонують підрядні частини складнопідрядного речення, що розміщені після головної частини, набуваючи самостійного значення. У межах одного речення спостерігаємо нині збільшення кількості вставлених компонентів. Також поєдналися вставні і вставлені компоненти від початку століття у межах однієї мегаконструкції в українській публіцистиці.

2.5. Звертальні компоненти на сторінках часопису

«Вокативна конструкція – це різновид односкладної іменної реченнєвої структури, вираженої звертанням, що передає нерозчленовану думку, почуття, волевиявлення» [21, с. 79–80].

Звертальні конструкції О. Шахматов називає вокативними реченнями [78], а П. Дудик визначає їх як речення-звертання [20, с. 39]. У науковій роботі ми розділяємо думку М. Скаба, який вважає, що гіпотетично ці терміни відповідають системі синтаксису східнослов'янських мов, однак він пропонує термін *«односкладні речення апеляції»* [66].

Мова часопису напрямлена на діалог із читачами та репрезентує комунікативну функцію. Саме для створення діалогічності в мові газети на формально-синтаксичному рівні нині широко використовують звертальні конструкції, що виконують функцію адресації. Саме звертання *«приховано і нерозчленовано* виражає певну думку-почуття, якою супроводиться

звертання до особи і яка розуміється із ситуації або з контексту, а також зі спільної теми, яка розкривається конситуацією» [21, с. 262].

Широко поширеними нині є функціонування в тексті газети етикетних односкладних речень апеляції, які передаються лексемами *шановний, дорогий, високоповажний, вельмишановний, пане* тощо. У таких компонентах широко використовується вказівка на соціальний статус людини: *Пане Василю, у кого ви, такий співучий, вдалися?* (ВЖ, 2020, №118, с. 8). *Пане Ігорю, ваш батько працював учителем історії, а мати навчала дітей у початкових класах. Що спонукало вас, дитину із сім'ї педагогів, обрати професію медика?* (ВЖ, 2020, №117, с. 9). *Пане Миколо, ви, напевно, ще й досі чуєте оте запитання: чому так рвалися на фронт? Хіба це справа професора — воювати?* (ВЖ, 2020, №116, с. 7). *Отже, **пане Андрію**, розкажіть, будь ласка, що спонукало вас стати волонтером та як усе починалося* (ВЖ, 2020, №118, с. 12).

Серед звертальних компонентів репрезентами адресації на сторінках газети є особи, які характеризуються за належністю до певної соціальної сфери, передаючи семантику:

1) професії: *Тому, шановні журналісти, коли буваєте в селах, то зустрічайтеся з людьми праці, колишніми й нинішніми трудівниками, з людьми в білих халатах, адже і їм непросто в умовах реформування медицини* (ВЖ, 2019, №89, с. 3);

2) посади: *Просимо вас, пане отамане, на вашу вулицю* (ВЖ, 2020, №118, с. 4); *Пане президенте, чи це не дорого? Чи не дорого будувати пам'ятник Голодомору за 103 мільйони гривень?* (ВЖ, 2020, №118, с. 4). *Якщо ви, шановні очільники Тернопілля, думаєте, що це неважливо, то робите великий гріх щодо тих дітей, які тут навчаються* (ВЖ, 2018, №96, с. 8);

3) соціальних груп: *Тож активніше, шановні прихильники олімпійського*

руху, підтримуйте вітчизняних спортсменів на найбільш престижних змаганнях сучасності (ВЖ, 2019, №118, с. 4). Висновок, шановні прихильники гри над сіткою, зрештою, маєте нагоду зробити самі (ВЖ, 2019, №94, с. 1);

4) соціальних категорій: *Доземний уклін вам, ветерани!* (ВЖ, 2020, №121, с. 2);

5) мешканців певної місцевості: *Хай доля буде прихильною до вас, многії літа вам, дорогі тернополяни!* (ВЖ, 2020, №115, с. 8). *Тож приходьте, дорогі тернополянки і тернополяни. І разом заспіваємо осанну жінкам* (ВЖ, 2020, №120, с. 7);

6) вікових категорій: *Юні друзі, дякуємо вам за відвагу та розум!* (ВЖ, 2019, №98, с. 3);

Неофіційними комунікатами в газетній мові є вокативні конструкції на позначення «сім'ї»: *Сину рідненький, я так чекаю тебе* (ВЖ, 2019, №95, с. 4); *Матінко, вибач мене, якщо зможеш...* (ВЖ, 2020, №125, с. 3).

У газеті «Вільне життя» звертальні компоненти такого типу фіксуємо в колонці «Калина», у якій вміщено рубрику «Долі жіночі», «Людські долі» та «Між нами, жінками».

Вокативні речення-характеристики позначають ставлення автора до адресата, його ознаку. Маркер оцінки передається за допомогою атрибутивних поширювачів прислівного типу. Здебільшого в мові часопису виокремлюємо характеристики саме позитивного характеру (почуття поваги, любові і т. ін): *Любі друзі* (ВЖ, 2020, №123, с. 5). *Шановний пане Миколо* (ВЖ, 2020, №123, с. 5).

У тексті газети широко поширені звертальні компоненти, за допомогою яких редакція звертається до своєї читацької аудиторії. Це конструкції, що мають інформативно-спонукальний характер: *Тож є потреба звернутися до вас, дорогі наші читачі* (ВЖ, 2019, №99, с. 6). *Ми ж, дорогі наші передплатники, постараємось вас не розчарувати й далі випускати газету — різнопланову, насичену, толерантну до ваших думок* (ВЖ, 2020, №110, с.

8). *Тому звертаємось до вас, дорогі шанувальники «Вільного життя»: попри всі негаразди, знайдіть можливість передплатити газету на наступний рік* (ВЖ, 2020, №129, с. 5).

Серед звертальних компонентів у тексті «Вільного життя» спостерігаємо і функціонування звертальних компонентів у формулах привітання з наміром налагодження та підтримання добрих стосунків: *Нехай вас, пане Миколо, Господь береже на многії і благії літа* (ВЖ, 2019, №99, с. 3). *Вітаємо вас, молодята, і зичимо сонячного подружнього щастя аж до золотого весілля* (ВЖ, 2019, №101, с. 4)! Такі компоненти найчастіше функціонують у рубриці «Оголошення».

2.6. Висновки до другого розділу

1. Уперше термін «синтаксема» для позначення мінімальної одиниці синтаксису висунула Г. Золотова, яка до того ж виділила три їхні основні функції: 1) самостійне використання одиниці; 2) використання одиниці як компонента речення; 3) прислівне використання одиниці як компонент словосполучення (або аналога словосполучення).

2. У мові часопису мовознавці виокремлюють у структурі заголовків «вільні синтаксеми» – неподільні семантико-граматичні утворення, що беруть участь у побудові речень, стаючи його конструктивним елементом.

3. Позиція заголовку дає змогу вільним синтаксемам легко вживатися поза синтаксичним контекстом. Відтак самі заголовки зацікавлюють читача; передають суть матеріалу; висувають проблему; містять висновок публікації; дають поради; прогнозують події тощо.

4. Услід за С. Кацнельсоном, розрізняємо три типи найменувань реалій дійсності: номінативні, характеризувальні, інтригувальні. У структурі часопису «Вільне життя», зокрема в заголовкових конструкціях, вільні синтаксеми набувають різноманітних функцій, сполучаючись із компонентами речення (пропозиції) та словосполучень.

5. Вставні компоненти, набуваючи суб'єктивної модальності дедалі ширше використовують у мові газети «Вільне життя». Несучи в собі інформативне та експресивне значення, ці компоненти значно ускладнюють структуру речення та репрезентують ставлення автора до висловлюваного ним. У такий спосіб вставні одиниці є засобом увиразнення тексту: у разі змін одні з них стають актуальнішими, інші ж – менш уживанішими.

6. У текстах сучасної газетної мови спостерігаємо тенденцію до одночасного функціонування в межах одного речення вставних та вставлених конструкцій.

7. Вставлені конструкції, на відміну від вставних, несуть у собі об'єктивну модальність, відображають авторську позицію та конкретизують контекст. Спостережено тенденцію до винесення вставлених конструкцій за межі основного речення, що зумовлено наміром зберегти цілісність речення та полегшити виклад і сприймання інформації.

8. Не менш важливими у структурі часопису «Вільне життя» нині є звертальні компоненти, що є засобами тональності в тексті, які виконують функцію відображення контакту та характеристичності.

РОЗДІЛ 3

МЕДІАОСВІТНІЙ ПІДХІД ДО НАВЧАННЯ УЧНІВ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

3.1. Поняття інфомедійної грамотності та медіаосвіти. Підходи до вивчення, актуальність

Людина – споживач інформації. Щоденно ми отримуємо безліч повідомлень. Дані, які люди у середині 15 століття отримували упродовж життя, сучасна людина отримує за один день. Науковець Мартін Гілберт довів, що у 1986 році людина за день отримувала такий обсяг інформації, яку можна було б помістити у 40 газет, відповідно, нині масштаби набагато більші [2, с. 2]. Актуальність дослідження масмедійної грамотності зумовлена потребами сучасної людини, яка не може уявити свого існування без використання джерел інформації та поширення її. Такими джерелами можуть бути преса, кіно, телебачення, радіо, комп'ютерні мережі, телетекст, рекламні щити та ін. Усі вони можуть як сприятливо впливати на розвиток духовної та розумової сфер людини, так і навпаки, призводити до їх деградації.

Така актуальність інфомедійної грамотності в Україні зросла після подій 2013-2014 рр. Революція Гідності та розповсюдження «гібридної війни» Росії проти України, військові дії на Сході призвели до посилення дезінформації психологічного натиску.

Сучасне інформаційне суспільство – це суспільство 2.0. Адже це люди, які діляться інформацією, спілкуються, отримуючи нові знання, навіть влаштовують соціальні акції або флешмоби у віртуальному просторі. Саме тому, важливе значення має вміння правильно розуміти, критично оцінювати та перевіряти інформацію. Відповідно, молодь, як прогресивну ланку суспільства, ще змалку потрібно навчити інформаційній грамотності, адже нові умови розвитку суспільства та «освіти формують об'єктивні умови для переходу процесу навчання української мови на новий інформаційно-технологічний рівень, пов'язаний, зокрема, із формуванням в учнів

інфомедійної грамотності на засадах компетентнісного підходу, діалогової комунікації, електронної лінгводидактики та ідей медіаосвіти» [44, с. 2]. Усі діти проводять у масмедійному просторі більше часу, ніж у реальному житті. Згідно з такими суспільними та освітніми запитами, змінюються й особливості навчання української мови у школі, що відображено у чинних шкільних програмах. Тому медіаосвіта як складник компетентнісного підходу навчання допоможе учням розуміти медіапродукти та сформувати не лише знання у теоретичному аспекті, але й практичний доробок з основ інформаційної компетентності.

Убачаємо важливість додати, що медіакомпетентність стосується не лише учнів та вчителів. Щоденно суспільство пише інформацію у вигляді дописів у «Фейсбуці», транслює відеоматеріал у «YouTube», що потім використовують ЗМІ у своїх сюжетах та публікаціях. Через надлишок інформації постала потреба критично її аналізувати. Нині чимала кількість інформації перенеслась у віртуальний простір, де існує чимало фейків та дезінформації. Згадаймо радянський період на противагу. Уся інформація була під грифом «засекречено» або ж сприймалась як єдиновірна. Зараз усе навпаки. Із надлишку інформації тепер треба розуміти, де справжня, а де видумка.

Аналіз робіт, присвячених темі медіа в контексті освіти, зокрема на уроках української мови, свідчить про те, що лінгводидакти в Україні займаються аналізом та дослідженням окремих напрямків навчання мови, особливо на основі медіаосвітнього підходу. Відповідно, виокремлюємо: «інтегрування блогодидактики в заняття української мови (М. Боголюбова, Г. Корицька, О. Криворотенко, Г. Онкович та ін.), формування готовності майбутніх учителів-філологів до використання медіа в професійній діяльності (О. Георгіаді, О. Семенов, Т. Хижня, М. Ячменик та ін.), формування медіаграмотності на уроках української мови (О. Глазова, О. Шуневич та ін.), використання засобів ІКТ для створення розвивального

освітнього середовища в навчанні української мови (М. Греб, Н. Грона, Г. Корицька, Г. Шиліна та ін.)» [44, с. 2].

При дослідженні медіаграмотності в незалежній Україні важливими є: Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [37], теоретичні і практичні розробки вітчизняних медіапедагогів В. Іванова [30, 31], К. Левківського [46], Л. Найдьонові [52], Г. Онкович [55, 56], Б. Потятинника [63], О. Семенов, О. Кульбабської [64], Н. Череповської [75] та інших.

Вивчення досвіду інтегрування ідей та концепцій медіаосвіти інших (Росія, Німеччина, Америка, Британія, Канада, Швеція) країн виокремило в нашій країні кілька наукових осередків: «розвиток синтезу медіаосвіти та журналістики (Академія української преси, колектив дослідників під керівництвом В. Іванова); розвиток медійної екології, захист аудиторії від шкідливих медійних впливів (Інститут медіаекології Львівського національного університету); розвиток медіадидактики (колектив під керівництвом Г. Онкович); розвиток соціокультурної моделі медіаосвіти (колектив під керівництвом Л. Найдьонові); розвиток естетичного сприйняття і смаку школярів та студентів (Національна асоціація діячів кіноосвіти і медіапедагогіки України під керівництвом О. Мусієнка)» [48, с. 34].

Медіаосвіта повинна забезпечувати компетенції щодо того, як: «1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси й контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, що несуть в собі медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів і залучення зацікавленої в них аудиторії; 5) уможливлувати вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіапродукції» [48, с. 9].

Убачаємо важливість зосередити увагу на нормативно-правових документах при ознайомленні з поняттями «медіа», «медіаосвіта» та «медіаграмотність».

Дослідники [17; 48] визначають **медіа** як способи поширення інформації (телефон, комп'ютер, планшет), інструменти (звук, колір, текст), середовище (газета, радіо, телебачення, Інтернет). В Україні Національна Академія педагогічних наук у 2010 році (нова редакція – квітень, 2016 року) затвердила *Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні* [37]. «Головна ідея концепції полягає в сприянні становленню ефективної системи медіаосвіти в Україні для забезпечення загальної підготовки дітей та молоді до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною медіасистемою. Три етапи реалізації концепції охоплюють експериментальний етап (2010–2013), поступове вкорінення медіаосвіти та стандартизацію вимог до неї (2014–2016) і подальший розвиток медіаосвіти та завершення масового запровадження (2017– 2020)» [48, с. 19]. Згідно з концепцією, «**медіаосвіта** – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою масмедіа, як традиційними (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітніми (комп'ютерне опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа, з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [48, с. 9]. Тобто медіаосвіта в Україні «повинна стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку й консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати медіакультуру громадян відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [53, с. 6].

Ідеї медіаосвіти вбачаємо і в концепції Нової української школи (НУШ) та законі України «Про освіту». Згідно з цими документами інфомедійна грамотність є чи не найголовнішою компетенцією, якою повинен оперувати

учень під час навчального процесу, що формує вміння працювати з інформацією та добирати відомості [53]. Відповідно, у *Законі України «Про освіту»* зазначається якою повинні бути мета та завдання середньої освіти: «метою повної загальної середньої освіти є різнобічний розвиток, виховання і соціалізація особистості, яка усвідомлює себе громадянином України, здатна до життя в суспільстві та цивілізованій взаємодії з природою, має прагнення до самовдосконалення і навчання впродовж життя, готова до свідомого життєвого вибору та самореалізації, трудової діяльності та громадянської активності» [26]. У щорічнику ЮНЕСКО «Медіа та інформаційна грамотність: зміцнення прав людини, протидія радикалізації та екстремізму» вказано, що **медіаосвіта** – це сукупність вивчення теорії та практичних навичок для використання сучасних масмедіа, що є окремою частиною галузі знань у педагогіці [1].

Слід відзначити й підтримку закордонних фондів – *Міжнародний фонд «Відродження»*, з допомогою якого було організовано для педагогів *Академію української преси* курси з медіаосвіти.

Медіаосвіта та інформаційна грамотність є взаємозалежними. Відповідно, результатом медіаосвіти є інформаційна грамотність, що базується на компетентнісному підході. Сам термін «медіаграмотність» є похідним від термінів, що означають вміння критичного бачення та візуальної грамотності. **Медіаграмотність** – це «сукупність мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві» [38, с. 348].

Згідно з іншим нормативним документом, «**медіаграмотність** – складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти

реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. Це такий набір компетентностей, які необхідні для повноцінного й активного функціонування в інформаційному суспільстві» [37].

Інформаційна неграмотність у сфері освіти спричинена суперечностями між: стрімким потоком інформації та незнанням вчителів, а тим більше, учнів, як правильно оперувати нею; між діджиталізацією освітнього простору, перенесення міжособистісного спілкування учнів у віртуальний простір з одного боку і недостатнім врахуванням цих тенденцій у теоретичних та практичних методах навчання української мови у освітніх закладах – з іншого.

Мета медіаосвіти обумовлена не навчанням за допомогою медіа, а навпаки, вивченням та аналізу їхньої роботи. Убачаємо за потрібне встановити визначення та специфіку таких взаємопов'язаних понять, як: *медіакомпетентність, медіаобізнаність, медіаінформаційна грамотність, медіаосвітній рух.*

Отже, «**медіакомпетентність** – рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію» [37].

Медіакомпетентність вимагає від індивіда вміння оперувати такими сферами функціонування медіа, як політика, соціум чи економіка, тобто потребує обізнаності.

Виникає потреба проаналізувати поняття медіаобізнаності. «**Медіаобізнаність** – складова медіакультури, яка передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, вміння

убезпечити себе від деструктивних медіаінформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації» [37].

«Медіаінформаційна грамотність – МІГ (mediaandinformationalliteracy – MIL) – сучасна стратегія ЮНЕСКО, яка полягає у поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогоднішній день для життя і роботи» [37]. МІГ визнає визначальне значення і роль інфомедійності у сучасному світі.

«Медіаосвітній рух – інтеграція громадських об'єднань різного спрямування, державних інституцій освітнього, культурного та іншого профілю в напрямі розвитку медіакультури суспільства, зокрема дітей та молоді» [37].

Для вчителя-філолога вагомою є **медіалінгвістична грамотність**. «Медіалінгвістична грамотність передбачає володіння спеціальною фаховою термінологією, у т.ч. культурою роботи з медіатекстом» [79].

Специфіку історичного розвитку інформаційної грамотності окреслюють підходи до її вивчення. *Охоронно-виховний підхід* вбачає виховання та захист молоді від небезпек, які криються у медіа. Тут йдеться про захист неповнолітніх від загроз, які поширені у онлайн- чи офлайн медіа. Так, у 2002 році ухвалено «Закон про захист молоді», положення якого впроваджують інституції контролю у масмедійних сферах. Важливою тут є якісна освітня медіапродукція. Наступний підхід – *естетичний та орієнтований на культуру*. У порівнянні з попереднім, він засвідчує потребу масмедіа бути культуротворчим продуктом та нести естетичну насолоду для реципієнта. *Функціональний та системно-орієнтований підхід* спрямований на зміщення акцентів із прямих стосунків між медіа і читачем. Головна мета – використання медіа для розвитку і освіти, економіки та культури. При цьому, читач повинен бути ерудованим та критично ставитися до написаного (якщо це друковані медіа). Власне, цей підхід розставив акценти, яких

повинна притримуватись сучасна медіаосвіта, тобто її цілі перебувають у тісному взаємозв'язку із основними виховними та навчальними цілями. Такі акценти повинні підходити ідеям відповідальності і зрілості, із залученням медіаосвіти до навчальних планів у якості окремого предмету або міждисциплінарних зв'язків. Представники Франкфуртської школи, критикуючи індустрію культури, утвердили *критично-матеріалістичний підхід*. Іntenціями методу є: критичний аналіз медіа, самостійне утворення медіа крізь призму власних інтересів. При цьому, такий підхід створює потужний імпульс для створення критики медіа як завдання медіапедагогіки. *Підхід, орієнтований на дію та компетенції*, спрямовує вектор на роботу та обізнаність самого реципієнта, його знань, умінь навичок, та потреб. Індивід, відповідно, звертаючись до медіа, має власні цілі, бажання та потреби, але медіа надають лише заздалегідь сформовані ідеї. Таким чином, інтенції читача деформуються, підлаштовуючись під сформовані ідеї медіа, перетворюються на визначені наперед. Саме тому використання певних медіа із конкретними цілями та завданнями, функціями та темами наперед вирізняє значення медіа для читача та групи, у якій він живе.

Отже, масмедійна грамотність повинна стати потребою сучасного діджитал-суспільства. Нині демократичне суспільство є вільним щодо самовираження, однак це провокує неправдиву або неточну інформацію. Вирішенням повинна стати медіакультура, яка стане частиною навчального процесу у школі.

3.2. Медіакомпетентність як передумова повноцінної освіти та становлення особистості учня. Вимоги до компетенцій учителя

В Україні медіаосвіта впроваджується на державному рівні. У Державному стандарті базової загальної середньої освіти входження ідей медіаосвіти є складником цілей повноцінної освіти.

«Медіаосвітній підхід до навчання української мови – це методологічний орієнтир в організації мовної освіти на основі медіаосвітніх

принципів і технологій, що передбачають у процесі формування мовної особистості учня пошук, отримання, засвоєння, аналіз, оцінювання, інтерпретацію інформації, створення учнями власних текстів із використанням медіа, формування здатності критично сприймати медіатекст» [44, с. 3]. Варто зазначити, що медіаосвіта у нашій країні не є окремим обов'язковим навчальним предметом у школі. Вона входить у зміст інших дисциплін, зокрема української мови. Окрім цілей, які визначає сам предмет, як такий, медіаосвітній підхід до навчання української мови передбачає впровадження ідей, що ґрунтуються на сутності та компонентах поняття інфомедійної грамотності. Такими компонентами є: «інформаційна грамотність, медіаграмотність, критичне мислення, соціальна толерантність, стійкість до впливів медіа на наші емоції, фактчекінг, цифрова безпека візуальна грамотність, інноваційність, креативність» [44, с. 3]. Тобто це допомагає учителеві формувати на уроці не лише предметні компетенції, але й інтегрувати в учнів знання предмета у взаємозв'язку із компонентами інформаційної грамотності.

Для повноцінного функціонування в освітній сфері, медіаграмотність повинна відповідати групам цілей. Цілями, пов'язаними із **формуванням інформаційної грамотності в учнів** є:

- вміння добирати й аналізувати інформацію, що подана у різних вираженнях (фото, відео, текст, таблиця, малюнок, тощо);
- вміння віднаходити першоджерела та працювати із ними;
- вміння вирізняти достовірну інформацію від думок чи оціночних суджень;
- вміння добирати інформацію, узагальнювати та систематизувати її.

Цілі, що орієнтовані на формування медіаграмотності учнів складають:

- чітке уявлення роботи медіа та засобів їх впливу;
- розуміння жанрів медіатекстів.

Цілі, що формують критичне мислення:

- вміння добирати інформацію, міркувати, аналізувати;
- аргументувати власну точку зору;
- вміння зіставляти події теперішнього та минулого;
- вміння оцінювати інформацію;
- вміння віднаходити причини та передумови.

Цілі, що пов'язані з формуванням толерантності у соціумі:

- вміння визначати стереотипи, мову ворожнечі, дискримінацію та протидіяти їм;
- вміння етично спілкуватись (доречні мовні формули, аналіз та спостереження).

Цілі, пов'язані із здатністю протистояти впливові:

- вміння визначати пропагандистські ідеї;
- вміння визначати засоби та способи маніпуляції;
- вміння усвідомлювати вплив медіа на життя та емоції людини.

Цілі, що пов'язані з умінням формувати цифрову безпеку:

- розуміння кібербезпеки;
- вміння уникати шкідливих контактів, протидіяти інтернет-мобінгу.

Цілі, що розвивають інформаційну грамотність, креативність, формують інноваційність:

- вміння користуватись медіа з метою самовираження та творчості
- вміння використовувати медіа не лише для творчих цілей, але й суспільного блага.

Медійний підхід в освіті має власну мету та завдання. **Метою** медіаосвіти є ціль сформувати компетентну та медіакультурну особистість, яка вміє користуватися інформацією у середовищі її спільноти

(різнопланових осередках). Відповідно, **завдання**, які формує медіаосвіта – це формування та активізація таких ключових навичок школяра:

- **медіаінформаційної грамотності** (для безпечного та ефективного користування сучасними медіапродуктами, з перспективою захистити себе та рідних від шкоди неправдивої інформації);

- **інформаційного імунітету** (вміння, що допомагає учню протистояти неперевіреним інформації, деструктивному впливові ЗМІ, формувати відчуття психологічно позитивної ролі функціонування медіа у житті, розуміти та свідомо оминати шкідливу інформацію);

- **критичного мислення та самоаналізу** (вимагає розуміння дитиною власних медіапотреб, критичного аналізу інформації, її джерел та форми, у якій вона подана, її якості);

- **медіаторчості** (потрібне для об'єктивного самовираження, показу своїх потреб та бажань, життєвої мети та цілі, формуванню патріотизму, любові до держави, «солідарності, зокрема для подолання соціальних наслідків воєнних дій на Донбасі та окупації Криму, покращення якості міжособової комунікації і приязності соціального середовища, доброзичливості в мережі стосунків, а також якості життя в значущих для особистості спільнотах» [37];

- **спеціальних (окремих) аспектів медіа** (для формування медіа культури та медіаграмотності у аудіо- (радіо, музика), візуальних сферах медіа (кіно, телебачення), розвитку смаків, що передбачають розуміння напрямків сучасного арт-медіа).

Як ми уже зазначали, медіаосвіта не існує сама собою, як таке явище, а ставить перед собою не лише цілі, а й формує чіткі принципи.

Принцип особистісного підходу. Для повноцінного функціонування у шкільній освіті, медіаосвіта ґрунтується на базових потребах учнів, а саме їхніх вікових, особистісно-індивідуальних, соціальних та психологічних особливостях, розумінні їхніх захоплень у сфері медіа, а також рівня сформованості інформаційної грамотності та медіакомпетентності.

Принцип оновлення змісту та форм освіти. Зміст медіаосвіти повинен відповідати розвиткові технологій на сучасному етапі освіти, звертати увагу на зміни у сфері масмедіа, стан медіакультури суспільства. Повинен залучати актуальні новини та новітні явища у сфері медіа, поширені у молодіжному середовищі.

Принцип використання досягнень у сфері інформаційно-комунікаційних технологій. Означає використання новітніх технологій у сфері медіа.

Принцип важливості морально-етичних цінностей. Медіаосвіта спрямована на захист людини, її моральних засад, гідності, протистоїть насильству та утверджує загальнолюдські цінності. До сфери таких цінностей належить ставлення окремої людини до навколишнього середовища, суспільства, до держави.

Принцип патріотизму обумовлений врахуванням медіаосвіти власної здатності організувати суспільство, формувати його культурний код, свідому громадянську позицію за допомогою патріотичного медіаконтенту. Цей принцип визначає вміння критично добирати та оцінювати інформацію, формувати нові погляди та зміцнювати патріотичну позицію. Розвиток медіаграмотності демонструє патріотичний світогляд громадян у розвиненому масмедійному світі.

Принцип громадянської позиції пов'язаний із медіаосвітнім рухом і характеризується набуттям громадянської позиції та створенням відповідного суспільства. Медіа у такому підході є важливою частиною громадсько-політичної обізнаності суспільства.

Естетична спрямованість. Медіаосвіта послуговується кращими зразками різноманітних видів мистецтва, що формує естетичне виховання дітей.

Для того, аби наведені принципи медіаосвіти продуктивно функціонували в освітній сфері, учитель повинен чітко розуміти способи їх інтеграції в освітній процес та класифікацію засобів масмедіа. Відповідно,

вважаємо доцільним класифікувати освітні засоби та засоби засоби масмедіа за науковими джерелами.

Класифікації	Наукові джерела
<ul style="list-style-type: none"> - відповідно до типу основного засобу медіа; - за каналом сприйняття – за місцем використання – за змістом інформації, напрямку соціалізації – за функціями та цілями використання – за результатом впливу на особистість 	Г. Онкович [56]
<ul style="list-style-type: none"> - традиційні - інноваційні 	І. Дичківська [19]
<ul style="list-style-type: none"> - інструмент, за допомогою якого традиційні заняття обробляються у спеціальній формі – помічник у навчанні – засіб комунікації – інструмент моделювання дійсності 	В. Мантуленко [47]
<ul style="list-style-type: none"> – інструмент обробки інформації для полегшення її використання – інструмент для забезпечення гнучкості інформації, її «підстроюваності» під майбутнього вчителя ІМ (гіпертекстові технології) – засіб спілкування з носіями мови за допомогою електронної пошти, чатів, 	С. Іць [32]

<p>аудіо / відео конференцій тощо</p> <ul style="list-style-type: none"> – засіб спілкування «людина-штучний інтелект»; для тренування вимови і аудіювання (системи генерації та розпізнання мови) – засіб контролю та корекції помилок (засіб перевірки граматики та правопису, системи розпізнавання мовлення) 	
<ul style="list-style-type: none"> – газетні та журнальні матеріали – аудіовізуальні файли – кінофільми – матеріали Інтернет-сайтів – листівки, плакати, які містять пропаганду 	І. Гуріненко [18]
<ul style="list-style-type: none"> – за способом передачі інформації (традиційні та новітні) – за каналом сприйняття (візуальні, аудіальні, аудіовізуальні) – за цілями використання (отримання інформації, освіта, спілкування, вирішення проблем, розвага, соціальне управління). 	О. Кравчишина [40]

[65]

Система медіаосвіти вимагає компетенцій з боку вчителів. Саме зміст підготовки медіаосвіти педагогів повинен включати в себе такі компетенції педагогів:

- **професійно-педагогічна** (обізнаність із науково-методичною базою з педагогіки для створення освітнього середовища, що сприятиме індивідуально-особистісному розвитку особистості учня. Це здатність до

продуктивної професійної діяльності на основі ґрунтовного педагогічного самоаналізу відповідно до вимог нормативних документів, викликів Нової української школи);

-соціально-громадянська (володіння знаннями про права і свободи людини, розуміння потреб та проблем людства, усвідомлення власної значимості у можливості їх розв'язання; громадського обов'язку та почуття власної гідності);

-загальнокультурна компетентність (вміння самостійного вираження ідей та позицій, усвідомлення національної самоідентичності та поваги до різноманіття культурного);

-мовно-комунікативна компетентність (володіння нормами педагогічної комунікації у процесі індивідуального та колективного навчання, вміння вислуховувати, формувати власну думку і позицію, доцільно аргументувати та відстоювати її, формування високої культури педагога);

-психолого-фасилітативна компетентність (здатність сприяти творчому становленню учнів);

-інформаційно-цифрова компетентність (вміння орієнтуватися в інформаційному полі, отримувати інформацію та розпоряджатись нею).

Для того, аби навчити дітей оперувати поняттям інформаційної грамотності, розуміти його особливості та застосовувати здобуті знання на практиці, сучасному педагогові потрібно сформувати власну медіакультуру, що визначається такими компонентами: мотиваційний, професійно-когнітивний, діяльнісно-технологічний, інтерпретаційно-оцінний та культурно-медіакомунікативний. Убачаємо важливість зобразити структурні критерії медіакультури вчителя у вигляді таблиці.

Критерій	Значення
Мотиваційний	Аналізує мотиви, які стали причиною розвитку медіакультури, бажання

	вдосконалення власних знань у сфері інформаційно-комунікаційних технологій. Проявляється у необхідності працювати з різними видами інформаційних джерел.
Професійно-когнітивний	Передбачає оволодіння вчителем знаннями, що є частиною професійної самоосвіти та сформують медіаобізнаність та культуру. Є відображенням засвоєних вчителем теоретичних та практичних знань в інтегрованому плані.
Культурно-медіакомунікативний	Полягає в рівневі розвитку структури медіакультури вчителя, здатності здійснювати міжкультурний аналіз текстів.
Діяльнісно-технологічний	Полягає у здатності педагога реалізувати цілі власного розвитку, системі умінь, що запускають механізми розвитку медіакультури учнів. Полягає у вміннях педагога використовувати власні знання та навички, здатностях доцільно добирати медіатексти та проводити самоаналіз.
Інтерпретаційно-оцінний	Передбачає сукупність станів та якостей вчителя, умінь, що дають можливість активно реалізовувати

	завдання, що сприяють формуванню медіакультури вчителя.
--	---

У контексті навчання української мови *когнітивний компонент* передбачає:

- оволодіння знаннями, що формують розуміння різних видів медіа, їх можливостей для здобуття інформації, спілкування та розвитку;
- усвідомлення впливу медіатексту на свідомість та емоційно-поведінковий чинник стану людини;
- розуміння специфіки маніпулятивних впливів;
- освоєння сучасних технік та специфіки застосування інтерактивних платформ, які слід використовувати для презентацій.

Діяльнісний складник вимагає компетенцій, що стосуються практичних навичок у роботі вчителя:

- досвіду роботи з медіатекстами, вміння їх аналізувати та піддавати критичному осмисленню;
- досвіду перетворення інформації (обсягу, змісту, форми);
- досвіду створення медіаповідомлень та медіатекстів
- досвіду аналізу мови медіаповідомлень, прихованих думок та значень, мови ворожнечі у ній.

Емоційно-ціннісний компонент передбачає:

- створення медіаповідомлень, що не містять прихованих сенсів, мови ворожнечі;
- розуміння норм етики спілкування в медіапросторі.

Такий перелік обширу знань, досвіду та елементів мотиваційної структури особистості на перший погляд, можливо, важко втілити під час навчання української мови, однак ми вважаємо, що він тісно співвідноситься

із очікуваними результатами навчально-пізнавальної діяльності, що передбачені у значеннєвій, діяльнісній та ціннісній складовій навчальної програми. Саме тому, завдяки залученню до програми змістових ліній, що формують інтеграцію у викладанні української мови, цінності та навички, постає потреба формування та розвитку медаграмотності мови дитини. Слід розвивати її за допомогою медіатексту, який постане об'єктом аналізу, способом тлумачення змісту навчального матеріалу та засобом позиціонування дитиною власної особистості.

Формування медіаграмотності учнів – ще один складник, що урізноманітнить, осучаснить заняття та покращить результати навчальної діяльності, а не стане черговим тягарем для вчителя.

Для розуміння чинників формування готовності майбутніх вчителів-словесників використання засобів медіаосвіти у їхній діяльності, варто звернути увагу на освітньо-професійну програму першого (бакалаврського) рівня освіти, спеціалізації 014, 01 «Середня освіта (українська мова та література)», Освітньо-професійну програму (2017р.). У програмі ключовими серед загальних компетенцій, якими повинен володіти вчитель, є вміння пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, вміння практично їх застосовувати і діяти в нових ситуаціях. До предметних компетенцій зараховують здатність залучати до педагогічної діяльності сучасні підходи навчання (особистісно-орієнтований, діяльнісний, компетентнісний), враховуючи вітчизняний та зарубіжний прогресивний досвід.

Варто приділити увагу роботам науковців, які визначили особливості формування медіаосвітньої компетенції учителів-мовників. Наприклад, О. Георгіаді [15] означила такі педагогічні особливості для компетентнісної підготовки майбутніх учителів-філологів до використання засобів медіаосвіти у фаховій діяльності: створення медіаосвітнього середовища, підготовленість вчителів до застосування медіатехнологій у різних видах навчальної діяльності, формування зацікавлення до створення власних професійних медіапродуктів.

Слід звернути увагу й на фахову підготовку майбутніх педагогів, а саме процес та зміст їхнього навчання. Важливою педагогічною умовою є оволодіння студентами вимогами дослідницької роботи з медіатекстом, у зв'язку із чим варто залучати теми, що стосуються медіатексту, медіалінгвістики, масмедіа, мови газет, журналів, ЗМІ та мережі Інтернет. Майбутньому вчителю потрібно навчитися аналізувати текст, розуміти його, а також структурувати чи виокремлювати інформацію з одного чи кількох медіаджерел, розуміти тему й мікротему, визначати особливості кожного тексту.

3.3. Інтегрування інфомедійної грамотності на уроці української мови у 5–11 класах

Сучасна людина живе в континуумі джерел інформації. Актуалізується потреба формувати навички критичного аналізу медіа у суспільстві. Відповідно, медіаграмотність є складовою компетенцій майбутніх вчителів, особливо мовників, які, працюючи із текстом, повинні сформувати інформаційну грамотність у своїх вихованців.

Така актуальність потребує від вчителя розуміння методів та форм медіаосвіти. У шкільній системі навчання прогресивними є форми медіаосвіти: *шкільна, позашкільна та батьківська*. *Шкільна медіаосвіта* є інтегрованим утворенням, передбачає залучення вивчення медіа у межах навчальних предметів. До шкільної освіти належать спеціальні курси, семінари, факультативи, гурткова чи індивідуальна робота. *Позашкільна медіаосвіта* спрямована на розвиток творчих можливостей дитини. Визначається як складник шкільної медіаосвіти. *Батьківська медіаосвіта* є показником рівня сімейної медіаосвіти та визначає рівень соціалізації дитини. Вона є важливою складовою системи її формування у житті школяра.

Нині маємо можливість формувати культуру медіаспоживання за допомогою різноманітних джерел. Одним із таких є портал Академія

української преси. Це – «неприбуткова, неурядова та незалежна організація» [4], що функціонує від 2001 року. Розташована у Києві та деяких регіонах, Академія української преси має підтримку європейських та американських інституцій. Мета організації – поширення медіаграмотності та формування високих стандартів журналістики, зокрема на основі європейського стандарту. Портал має на меті інформування суспільства, використовуючи дослідження та публікації спеціалізованих фахових видань. Серед довготермінових завдань варто виділити впровадження культури споживання медіа серед громадян держави, дотримання професійної етики журналістів, та, найголовніше, впровадження медіаосвіти в освітньому просторі України. Портал стане корисним не лише для викладачів, вчителів, чи студентів вищої школи, адже окрім наукових розробок до теми, поданих у розділах «Видання» та «Медіаосвіта» (складається з окремих підрубрик «Навчальні програми», Потралу «Медіаосвіта та медіаграмотність», Проекту «Програма медіаграмотності для громадян», та «Майстерня медіаграмотності»), буде цікавим і для дітей шкільного віку. Відповідно, слід звернути увагу на розділ «Медіаосвітні ігри», де вміщено такі онлайн-ігри, як «360° за шкалою медіаграмотності», «Пригоди література», та онлайн-гра «Медіазнайко». Гра «360° за шкалою медіаграмотності» допомагає розвинути критичне мислення та формує навички аналізу на конкретних прикладах. Перевагою гри є можливість реалізувати її як офлайн, так і дистанційно, за допомогою онлайн платформ, таких як ZOOM, Microsoft Teams, Google Клас тощо. Гра «365° за шкалою медіаграмотності» «розроблена командою Академії української преси в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», запровадженого за посередництва Ради міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, разом із Міністерством освіти і науки України та Академією української преси» [4].

Гра «Пригоди Літератуса» створена центром медіаініціатив (Вірменія), а вітчизняну версію створила Академія української преси. Мета – відшукати кохану головного героя за допомогою інформаційних відомостей. Зміст

одного із завдань звучить так: «...Раптом я побачив пост у Фейсбучі «Верітас і я в замку Сараланжі. Ми насолоджуємося чудовою погодою». Він опублікував підозрілий знімок і я вирішив перевірити його» [58]. Таке заняття допоможе сформувати вміння критичного оцінювання інформації у віртуальній реальності та, звичайно, буде важливим і в реальному житті дитини.

Медіаосвітня гра «Медіазнайко» створена «22 травня 2014 року в м. Києві Академія української преси спільно з Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти МОН України у партнерстві з Центральною бібліотекою для юнацтва» [57]. Це – навчальна гра, завданням якої є формування уявлення учнів про інформаційне поле. Ця гра допоможе дітям зрозуміти вплив медіа, ознайомитись із поняттям інформаційного поля та є частиною курсу з медіаграмотності, яку було розроблено спеціально для загальноосвітніх шкіл. Якщо говорити про основне призначення, то «суть гри полягає у тому, що потрібно пройти 9 рівнів/етапів, надати відповідь на запитання, стати журналістом, створити телепрограму, сайт і газету, дізнаючись при цьому як працюють медіа і як вони впливають на тебе – споживача інформації» [57]. Цю гру теж розробив і створив Центр медіаініціатив у Вірменії «за фінансової підтримки Всесвітнього банку в рамках програми «Альтернативні ресурси для медіа» в партнерстві з Інтерньюзом (США) і за фінансової підтримки USAID» [57].

Наприклад, при проходженні першої теми «Що таке інформація?», учень повинен обрати зі списку усі правильні відповіді на запитання «Який з цих заголовків може стати новиною в Україні?». Перелік імовірних відповідей: «дельфіни плавають у воді; американського туриста пограбували на Хрещатику; взимку в Києві очікується сніг; головна новорічна ялинка в Тбілісі буде встановлена 1-го грудня; собака вкусила людину; людина вкусила собаку; 31 грудня буде вихідний день; учитель попросив учня розповісти урок; безробіття в Україні знизилося на 10%; четверта гілка нью-йоркського метро не працюватиме найближчі два дні» [57]. Важливим

убачаємо той факт, що при виборі кожного з варіантів з'являється пояснення щодо правильності/хибності такого варіанту. Наприклад, якщо обрати відповідь «американського туриста пограбували на Хрещатику» [57], матимемо таке пояснення: «Новина повинна бути орієнтована на аудиторію. Отже, інформація не обмежується тільки місцевими новинами. Важливі події, які певним чином стосуються відповідної аудиторії, впливають на неї або ж просто її цікавлять, – також новина. Варіанти «собака вкусила людину» та «людина вкусила собаку» мають такі цікаві роз'яснення: «Новина насамперед повинна бути свіжа, актуальна і важлива для відповідної аудиторії. Для того щоб стати новиною, інформація повинна бути також цікава і особлива, незвичайна. Ще в 19 столітті американський журналіст і видавець Чарльз Андерсон Дейна говорив: «Якщо собака кусає людину, це не новина. Новина, якщо людина кусає собаку» [57].

Отже, три названі медіаосвітні ігри спрямовані не лише на формування медіаграмотності дитини, але й використовують міждисциплінарні зв'язки, що допоможе сформувати медіакомпетентну та всебічно розвинену дитину.

Із рубрик, що будуть корисними для дорослого населення, варто виокремити Школу соціальної журналістики. Започаткована 2007 Академією української преси, школа презентує суспільно-важливі теми, які, на думку експертів, недостатньо розгорнуті у медіа та, відповідно, не в повному обсязі здатні проінформувати населення. До таких тем належать наприклад громадське здоров'я, права пацієнтів та медична система.

Інший портал «Медіаосвіта та медіаграмотність» [4] започаткований у вересні 2013 року на базі онлайн бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси». Портал є інтерактивним методом спілкування медіапедагогів, способом вираження доступності медійних процесів. У структуру платформи вміщено відповідні розділи: «для вчителя середньої школи (з градацією по групам класів), для викладачів ВНЗ та для медіаспоживачів. Створена мапа медіаосвітніх ініціатив України. На порталі розміщуються новини медіаосвіти, поповнюється електронна

бібліотека, календар подій, плани уроків, презентації тощо» [4]. Загальний інтерфейс сторінки складають такі розділи, як «вихователю», «вчителю», «викладачу», «медіаспоживачу» та «бібліотекарю» із розробками занять, презентаціями та публікаціями до кожного із них.

Убачаємо доцільність та актуальність використання порталів Академія української преси і Медіаосвіта та медіаграмотність, оскільки вони мають високий рівень наукового забезпечення, є цікавими з погляду методики, фахового підходу до формування медіакомпетентності як дітей, так дорослого населення.

Існуючи в середовищі багатовимірних текстових утворень в медіа, учні повинні володіти культурою аналізу, створення, використавання та презентування таких медіатекстів. Беручи до уваги положення навчальної програми про те, що знання, які здобувають учні, повинні бути засобом розвитку та інструментом при розв'язанні життєвих проблем, розуміємо доцільність зосереджувати увагу на роботі з медіатекстами під час уроку української мови. Підтримуємо думку О. Шуневич про важливість роботи учнів із медіатекстами. Дослідниця вбачає актуальність такого виду навчальної роботи, оскільки «медіатексти можуть слугувати на уроці різним цілям: використання медіа як навчального контенту (наприклад, матеріали сайтів «Словотвір», «Сталі вирази», «СловОпис», під час вивчення теми Лексикографія в 10 класі), медіатексти для реалізації наскрізних ліній програми (матеріали сайту «Theukrainians»), медіатексти для ознайомлення учнів зі світом медіа, емоційною і технологічною безпекою в мережі, авторським правом (сайт «Mediadriverr»)» [80].

Окрім електронних ресурсів, що, безсумнівно, є на часі, зручними та доступними, не варто недооцінювати такий тип медіа як газети. Саме газети мають безпосередній стосунок до відображення та аналізу подій навколишнього життя. Окрім цього, варто підкреслити високу стандартизацію газетного матеріалу, який чітко добирає та перевіряє редакція. Газети максимально точно та компактно передають інформацію, що

підходить для роботи на уроці. Окрім такої компетентності, газетний текст відображає аналітику та, найголовніше, допомагає молодому поколінню швидко орієнтуватись в інформаційному потоці, серед великої кількості рубрик віднайти потрібну тему. Візуально газета нагадує цілісний текст, і, відповідно, що більше дитина працюватиме з ним, то все більш легше та швидше знаходитиме потрібну інформацію, серед переліку інших, зуміє критично аналізувати інформацію та створити власний медіатекст.

Сама ж робота з медіатекстом передбачає вміння проводити детальний його аналіз, а така праця вимагає від вчителя розробки завдань, що допоможуть учням виконати перший етап аналізу – правильно поставити запитання. Наприклад до однієї із газетних статей інформативного типу вчитель може запропонувати таке завдання: *«Здійсніть аналіз поданого медіатексту. Для зручності скористуйтеся такими запитаннями: Хто є автором повідомлення? Яка його тема? Якою є його мета? Чому я так вважаю? Якою є цільова аудиторія написаного? Хто може отримати користь від тексту? Кому він може завдати шкоди? Де підтверджена інформація – факти, а де припущення, думки автора? Як це повідомлення впливає на мої почуття? Що мені сподобалось? Що не сподобалось? Як це повідомлення вплине на інших людей? Якою є позиція автора тексту? Чи варто довіряти такій інформації?»*.

Окрім інфомедійної компетенції, надважливим завданням у інтеграції медіаосвітніх ідей у шкільному курсі української мови вбачаємо формування «м'яких» навичок учнів на уроках з інфомедійним компонентом. Адже концепт «м'які» навички як «один із нових треків динамічно мінливого світу» (Бацунов та ін., 2018, с. 198) усе більшою мірою знаходить відображення в нормативних освітніх документах та наукових дослідженнях. Загалом ідеться про комплекс неспеціалізованих, надпрофесійних навичок, які забезпечують успішну участь людини в робочому процесі, високу продуктивність і, на відміну від спеціалізованих навичок, є наскрізними, не пов'язаними з конкретною предметною сферою; про поєднання

міжособистісних, соціальних навичок, навичок спілкування, рис характеру (чесність, ефективне спілкування, ввічливість, відповідальність, професійність, гнучкість); роботу в команді, ставлення, атрибутів кар'єри і коефіцієнта емоційного інтелекту» [64, с. 231–235]. Для того, аби ґрунтовно впровадити у шкільну систему таке вміння учнів, майбутньому учителю потрібно слідувати сучасним вимогам освіти. Допоміжними тут будуть такі проєкти, як «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬСЬКИЙ кампус», метою якого і є формування «м'яких» навичок учнів. О. Семенов та О. Кульбабська визначають особливість формування категорії «soft skills» у векторі сучасної освіти, що має на меті «навчити особистість, як віднайти інформацію, критично оцінити її достовірність, запропонувати нові ідеї розв'язання професійних ситуацій, мотивувати до самоосвіти» [64, с. 237].

Серед таких навичок, що їх виокремлюють дослідниці, учитель повинен сформувати в дітей: вміння слухати, ставити питання, переконувати та відстоювати власну думку, брати участь у командній роботі, а найголовніше – самостійно знаходити інформацію, перевіряти її на достовірність (особливо мовних фактів).

Окрім стандартних дисциплін з методики української мови, що їх пропонує навчальна програма ЗВО, О. Семенов та О. Кульбабська виділяють важливість використання неформальної освіти майбутніми учителями-філологами, що підтримуємо й ми у нашій роботі. Для підготовки майбутніх учителів щодо вміння формувати м'які навички школярів, важливими стануть такі мовно-методичні вебіари, «як («Інфомедійна грамотність як важливий складник професіоналізму вчителя», «Інфомедійна грамотність: валізка вправ для словесника», «ЧИЯК взяти участь у конкурсі методичних розробок з інфомедійним компонентом?» тощо), «...», «вправи, як «Фактчекінг «Українська – друга за милозвучністю?», інтерактивний проєкт «Нова редакція українського правопису», «Стрічка новин»; «...», «мовний аналіз заголовків новинної стрічки» [64, с. 241].

На сьогоднішній день в Україні існують різні системи медіаосвіти, які орієнтовані на вікові категорії школярів. Згідно з програмою української мови для учнів 5–9 та 10–11 класів 2017 року, у перелік компетентностей учнів повинна входити інформаційно-цифрова компетентність. Її мета – сформувати вміння пошуку та аналізу інформації, мовних явищ; складати детальний план тексту; критично осмислювати отриману інформацію; розуміти маніпуляції та фейки, вміти та знати як протистояти їм; розвивати інформаційну грамотність та розвивати форми навчального процесу. Навчальними ресурсами, що допоможуть реалізувати мету компетенції, будуть медійні тексти. Такими і є газетні тексти, а також на часі дописи у соціальних мережах. Ми зосередили увагу на метапредметному блокові (мовленнєвій змістовій лінії) та компетекомпететнісному блокові (соціокультурній змістовій лінії) і тих завданнях, що належать до них.

Перший тип заснований на імовірних вправах для формування на уроці української мови у 5–11 класах інформаційної грамотності. Специфіка завдань полягає у поєднанні основ медіаграмотності та завдань з української мови.

➤ 5 клас

Тема навчальної програми: «Повторення вивченого в початкових класах. Текст. Речення. Слово. Зміст, заголовок тексту. План тексту».

Завдання: Доберіть заголовок до статті, передайте зміст тексту. Складіть його план. За ключовими словами (Михайло Яремко, полотно, митець, колекція, любов, картина, настрої, душа, експозиція, творчість) складіть речення.

У Тернопільському обласному художньому музеї організували виставку живопису художника із села Кровінки, що на Тербовлянщині, Михайла Яремка. Це друга персональна виставка митця, і приурочена вона до 60-річчя від дня його народження. На експозиції заслужений майстер народної творчості України (2018 р.) представив 40 живописних полотен та один

графічний автопортрет. Картини митця зберігаються у музеях та приватних колекціях в Україні, Канаді, Польщі, країнах колишньої Югославії, Росії, Туреччині, США, Аргентині, Швейцарії. Особливе місце у творчості художника займає церковна тематика.

«Усе починається з любові» — так називається моя виставка, організована в художньому музеї. Ця назва передає мій душевний стан. Є дні, коли нічого не можу намалювати. А деколи буває, що за день напишу кілька картин. Усе починається з настрою. Може надихнути природа, краєвид, людина... Любов — це головний поштовх для мене до творчості».

Методичний коментар. Такий тип завдання допоможе поглибити очікувані результати навчально-пізнавальної діяльності учнів. Ними є передусім потреба знати і пояснити поняття «слово», «речення», «текст», зрозуміти відмінності між ними та пояснити значення кожного. Також учні зможуть покращити вміння виділяти головну інформацію, створювати речення за допомогою ключових слів.

➤ 6 клас

Тема навчальної програми: Іменник.

Завдання:

Проаналізуйте статтю газети та створіть подібний інформаційний допис у шкільну газету про подію з життя класу, використовуючи іменники-власні назви (імена і прізвища однокласників, географічні назви і т. ін.).

Методичний коментар. Завдання допоможе поглибити тему «Іменник», зокрема учні матимуть можливість повторити та поглибити знання з теми «Іменники загальні й власні». Вбачаємо доцільність такого типу завдання на уроці, оскільки воно допоможе учням не лише поглибити знання з мови, а й сформує в дітей розуміння структури медіатексту, джерел та самого процесу його написання.

➤ 7 клас

Тема навчальної програми: Дієприкметник

Завдання:

Прочитайте речення. Відредагуйте їх, замінивши активні дієприкметники нормативними відповідниками.

«А під час перерви кожен *бажаючий* посмакував гарячим чаєм із солодощами, про які подбали ОСББ розташованих неподалік багатоповерхівок».

«Натомість *керуючий* ділянкою «Агро – Експрес – Сервіс» за номером 6 на території села Розтоки, Кременецького району, Тернопільської області, Віктор Фаєрчук каже, що проблеми з договорами не існує».

«А ще взяли квитки в експрес, де тільки *сидячі місця*, тож навіть прилягти не було де».

«Не перестаю дивуватися такій країні, як Об'єднані Арабські Емірати. Країні, де створене не міфічне, а реально *діюче* міністерство щастя».

Методичний коментар. Завдання є методично вправним з погляду компетентній редагування тексту, вміння знаходити у тексті зайве, на прикладі дієприкметників. Учні повинні віднайти у тесті ті форми дієприкметників, які не відповідають нормам сучасної української мови. Таке завдання допоможе активізувати критичне мислення учнів, сформує навички добору інформації.

➤ 8 клас

Тема навчальної програми: Односкладне речення

Завдання: Напишіть статтю для Вікіпедії «Інструкція з пошуку потрібної інформації у мережі Інтернет», використовуючи неозначено-особові речення.

Методичний коментар. Завдання пов'язане із навчальною програмою з української мови у 8 класі, і передбачає формування компетентностей, пов'язаних зі складанням плану, написанням самого тексту та публікацією у мережі Інтернет. Такий тип завдання навчить учнів складати тест, редагувати його та обстоювати власну думку як автора, покликаючись на приклади авторитетних джерел та обстоювати власну позицію.

➤ 9 клас

Тема навчальної програми: Вступ. Розвиток української мови.

Учитель об'єднує дітей у групи «за» та «проти», поставивши перед цим проблемне запитання «Чи пов'язані розвиток мови та ЗМІ (газети)»? Наведіть приклади

Завдання: методом «Прес» висловити власну думку щодо проблемного запитання.

Методичний коментар. Оскільки дев'ятикласники більш ерудовані та володіють великою кількістю медіаінформації, на відміну від дітей молодшого шкільного віку, для занять з інтеграцією медіаграмотності в українській мові варто залучати завдання, які б передбачали висловлювання власної думки та аналіз позицій інших учнів, що виформує м'які навички учнів.

➤ 10 клас

Тема навчальної програми: Мовна стійкість як ключова риса національномовної особистості.

Завдання: прочитайте статтю із актуальними новинами газети. Проаналізуйте її, послуговуючись такими запитаннями: *Що? Хто? Як? Де? Чому? Для чого? Це факти чи думки автора?* Здійсніть аналіз синтаксичних конструкцій тексту. Напишіть план тексту. Репрезентуйте інформацію. Доберіть ілюстрації до неї у мережі Інтернет.

Методичний коментар. Десятикласники під час вивчення теми «Мовна стійкість» повинні продемонструвати жвавий інтерес до дискусійних питань, аналізувати текст, критично осмислювати його. На противагу плану, які складають учні 5 класу, десятикласники повинні демонструвати навички складання змістовного плану тексту, визначення теми, змісту та критичного осмислення інформації. Для формування навичок критичного підходу та вміння ґрунтовно і коротко передати інформацію, нами було запропоновано завдання, що передбачає пошук ілюстрацій у мережі.

➤ 11 клас

Тема навчальної програми: Практична риторика

Завдання: Напишіть допис у соціальні мережі на тему «Чи справді

володіє світом той, хто володіє інформацією?», добираючи риторичні фігури. *Методичний коментар*. Написання творів з української мови, особливо у старших класах потребує оновленого підходу. Оскільки старшокласники більшу частину свого вільного часу проводять у мережі, до написання твору варто залучити жанр Інтернет-ЗМІ. Це допоможе не лише сформувавши уявлення про зміст та структуру Інтернет-ресурсів, але й урізноманітнить урок української мови.

Наведені вправи, відповідно до вимог навчальної програми, допоможуть розвинути вміння учнів аналізувати інформацію, формувати навички критичної роботи із джерелом інформації та створення власного медіатексту.

Іншими типами роботи будуть завдання, метою яких є робота із вставними та вставленими компонентами та розділові знаки між цими компонентами речення. Згідно з навчальною програмою, такі завдання є відображенням теми «Пунктуаційна норма» в 11 класі. У змісті навчального матеріалу вказано мовну змістову лінію, що передбачає роботу із розділовими знаками, ускладненими звертаннями, вставними та вставленими компонентами. Відповідно, вважаємо доцільним створення завдань, що передбачають такі види роботи, як редагування тексту, відтворення почутого на письмі, поставлення розділових знаків, виявлення вокативних конструкцій у текстах газети.

Згідно з навчальною програмою, тему звертання, вставних та вставлених конструкцій вивчають у таких класах: 5 клас («тема «Звертання», розділові знаки при звертанні (повторення), «Ознайомлення з найбільш уживаними вставними словами та сполученнями слів»») [72], 9 клас («тема «Речення зі звертаннями, вставними словами (словосполученнями, реченнями), розділові знаки при звертанні і вставних словах»») [72]. Ми розробили приклади вправ для учнів 5 і 9 класу, що відрізнятимуться за складністю та типами завдань.

Завдання (5 клас). Прочитайте газетний текст. Віднайдіть у ньому

звертання, розставте пропущені розділові знаки. Підкресліть вставні слова та сполучення слів.

Завдання (9 клас). Для учнів 9 класу таке завдання не відповідатиме віковим особливостям. Їм потрібно запропонувати завдання іншого типу. Учитель роздає кожному учневі газету. Рекомендовані види роботи: Ознайомтесь із газетою, її рубриками та текстом. Знайдіть у них звертання, вставні та вставлені конструкції.

1. Знайдіть вставні компоненти та поділіть їх за такими групами: 1) вставні слова, словосполучення та речення, що виражають ступінь вірогідності повідомлюваного; 2) вставні одиниці на позначення зв'язків думок та ідей, їх послідовності або логічного завершення викладу; 3) вставні компоненти на позначення джерела повідомлення; 4) вставні компоненти для відображення емоційного стану мовця та його почуттів; 5) вставні слова, словосполучення та речення, що відображають характер слів, спосіб інтерпретації думок, типів іншого оформлення; 6) вставні слова, словосполучення та речення, що передають звернення до співрозмовника й уживаються з метою привернення уваги читача (слухача).

2. Відшукайте у газеті вставлені одиниці на позначення оцінки автора тексту з емоційним забарвленням.

3. Знайдіть вокативні конструкції на позначення: професії, посади адресата мовлення, його приналежність до соціальної групи, вікової категорії.

Для формування критичного ставлення до написаного учні повинні володіти навичками аналізу тексту інформації. З цією метою варто підібрати завдання, що передбачають пошук, наприклад, стилістичних помилок у газеті.

Автори медіатекстів часто створюють у своїх роботах заголовки із елементами драми та сенсації. Це приверне увагу аудиторії та стане ідеальним інструментом для маніпуляції. Наприклад заголовок «Ебола у повітрі! Жах, що стане реальністю» (ВЖ, 2021, №146, с.1) одразу привертає увагу та викликає емоції. Та експерти, яких цитує ця стаття, заявляють, що

вірус Ебола мутує і буде розповсюджуватися повітряно-крапельним шляхом. Отож, натомість, заголовок цієї статті міг бути «Ебола у повітрі? Навряд чи, кажуть експерти». Критичне мислення – це надважлива компетенція особистості. Отож учням варто пропонувати завдання, що стосуються розрізнення фейків та маніпуляцій, заголовкових компонентів текстів медіаресурсів.

Завдання «Перевірка інформації. Інформаційна гігієна».

Проаналізуйте заголовковий компонент газети «Ебола у повітрі! Жах, що стане реальністю» (ВЖ, 2021, №146, с.1). Зосередьте увагу на таких пунктах:

- оцініть текст на предмет можливої маніпуляції, чи схиляє вас автор повідомлення до конкретної думки, як підтверджує власні тези, чи оперує емоціями, чи аргументами?
- Відшукайте першоджерело інформації, перевіривши її з декількох джерел;
- Проаналізуйте редакційну діяльність газети, ознайомтесь з її історією та відгуками. (Це допоможе зрозуміти чи є видання заангажованим).

Завдання для груп. Складіть таблицку із визначенням понять факт, фейк, судження та маніпуляція. Наведіть приклади з газети для кожного поняття.

Завдання для парного опрацювання.

Для того, аби розуміти важливість розрізнення неправдивої інформації від підтвердженої, дітям слід зрозуміти специфіку роботи газети. Саме тому учитель об'єднує учнів у пари. Кожна пара отримує газету та шаблон, у якому потрібно вказати зазначену інформацію. Таким шаблоном може бути ***табличка «Відомості про газету»:***

<i>Назва видання</i>	
<i>Вид видання</i>	

<i>Напря́м видання</i>	
<i>Мі́сце видання</i>	
<i>Мі́сце поширення</i>	
<i>Періодичність</i>	
<i>Аудиторія</i>	
<i>Мова видання</i>	
<i>Тематика</i>	
<i>Рубрики</i>	
<i>Кількість сторінок</i>	

Іншим прикладом є табличка *«Відомості про статтю»*, яка допоможе сформуванати навички аналізу медіатексту:

<i>Яка тема статті? (Про що вона?)</i>	
<i>Хто її автор?</i>	
<i>Яка цільова аудиторія? Яке призначення статті, для кого вона написана?</i>	
<i>Чи містить вона посилання автора на джерело інформації?</i>	
<i>Чи подають наведені джерела інформації різні позиції?</i>	
<i>Якою є стаття для вас? Чи сподобалась вона?</i>	
<i>Чи вважаєте ви, що інформацію потрібно було подати у іншому вигляді? Якщо так, наведіть власний приклад.</i>	

Використання на уроці української мови онлайн-ігор буде важливим та цікавим доповненням до уроку. Пропонуємо використати медіасвітню гру «*Медіазнайко*», тема №6 «Друкована преса». Ця гра допоможе учням усвідомити процес створення газети, її структуру та мету, оскільки сама гра передбачає виконання таких завдань: - обрати макет газети, - розмістити статті та фотографії.

Пропонуємо інструкцію уроку, специфіка якого сформує ключові компетентності в учнів для аналізу та розуміння медіатексту.

Урок «Аналіз медіатексту»

Очікувані результати: після уроку учні повинні зрозуміти основні критерії, за якими потрібно аналізувати газетний текст, робити власні висновки, знатимуть значення і зміст понять, термінів уроку, активізують вміння виражати власні думки та порівнювати їх із думками інших учнів.

Тип уроку: комбінований.

Обладнання: газети, проектор.

План уроку

1. Аналіз медіатексту, складові аналізу.
2. Категорія.
3. Агенство.
4. Технології.
5. Мова.
6. Аудиторія.
7. Репрезентація.

Хід уроку

Організаційний момент: учитель повідомляє учням тему та мету уроку.

Мотивація навчальної діяльності: учитель пропонує учням зразок газетної статті для того, аби спробувати проаналізувати її за такими питаннями: - хто автор статті?; яка мета статті?; чи важливою є така стаття?; які її позитивні моменти, а що не сподобалось? Після бесіди з учнями

вчитель переходить до ознайомлення та вивчення складових компонентів аналізу медіапродукції.

Вивчення нового матеріалу

Вчитель: будь-які медіаповідомлення створені з певною метою. Вони відтворюють погляди, формують оцінку подій у реальності та, відповідно, здатні впливати на наше життя та весь світ. Для того, аби добре розуміти газетний текст ми повинні усвідомити за яким принципом його потрібно аналізувати. Ось п'ять ключових запитань, які ви повинні ставити, аналізуючи медіаповідомлення:

- 1) Хто автор повідомлення?
- 2) Які техніки він використав для привернення моєї уваги?
- 3) Які цінності продемонстровані або пропущені у повідомленні?
- 4) Чому це повідомлення було створене?
- 5) Як інші люди можуть його зрозуміти?

Далі учитель проводить бесіду з учнями про шість ключових понять з медіаосвіти:

1. «Агентство медіа» — «організація, яка займається виробництвом, розповсюдженням і продажем медіатекстів (газет, журналів, фільмів, теле / радіопередач, інтернет-сайтів, реклами тощо), збиранням, опрацюванням медійної інформації;

2. «Категорії медіа» — види медіа та жанри (репортаж, інтерв'ю, драма, кліп, комедія, портрет, пейзаж тощо) медіатекстів;

3. «Технології медіа» — різні медіатехніки, за допомогою яких створюються медіатексти;

4. «Мова медіа» — умовні позначення, формати, символи і форми, якими передають повідомлення медіа;

5. «Аудиторії медіа» — різні групи людей, що контактують з медіатекстами;

б. «Репрезентації медіа» — як у медіатексті описана і потрактована реальність, зв'язок між реальними подіями чи особами і тим, як вони зображені в медіаконтенті» [59, с.180].

Пункт **Агентства медіа** передбачає роботу із такими запитаннями:

- Чиї погляди демонструє текст?
- Чому медіатексти різні за популярністю?
- Чому одних авторів текстів фінансово підтримують при створенні інформації, а інших – ні?

Запитання для учнів: наведіть приклади агентства медіа, яка відмінність між ними?

Завдання для учнів: об'єднавшись у групи, створіть план від розробки до поширення газети в контексті агентства медіа.

Категорії медіа. Передбачають поділ медіаінформації за категоріями, що допоможе краще розуміти тексти та мету їх створення.

Завдання для учнів: об'єднавшись у групи, поділіть медіатексти, що ви вивчали протягом року за видами. Назвіть приклади відомих вам жанрів друкованої преси.

Мова медіа. Розуміння мови медіа допоможе зрозуміти приховані значення медіатекстів, їхню мету.

Завдання для учнів: проаналізуйте мову газетного тексту.

Технологія медіа. Це технічні можливості тексту, що висувають перед нами такі запитання: які технології притаманні кожному медіа текстові; як ці технології впливають на кінцевий результат?

Завдання для учнів: запишіть технології, які б ви використали для створення шкільної газети.

Аудиторія медіа. На яку аудиторію розрахована газета? Як видавництво визначає власну аудиторію? Які причини успіху/невдачі функціонування газети в читацької аудиторії?

Завдання для учнів: визначте аудиторію газети «Вільне життя». Аргументуйте власну думку.

Репрезентації медіа. Як представлено у часописі головних героїв розповідей? На що акцентовано увагу, а що, навпаки, опущено? Чого може уникати автор тексту?

Аналіз медіатексту може проводитися за такими складовими:

1. Комунікативний аналіз (етап осмислення).
2. Інтерпретація тексту, його декодування.
3. Самостійне оцінювання медіаінформації.

Комунікативний аналіз складається із безпосереднього сприйняття інформації та її обговорення.

Інтерпретація тексту передбачає переклад мови масмедіа на індивідуальну мову реципієнта. Інтерпретація вимагає від учнів чималих знань, розуміння власної позиції щодо згоди або незгоди з текстом. Декодування передбачає не лише ототожнення аудиторії з частиною тексту, але й суперечку та гру із ним.

При самостійно аналізі медіатексту варто звернути увагу на:

- 1) відмінностями між інформацією, що вказана у тексті та загальновідомою інформацією;
- 2) надійність джерела повідомлення;
- 3) точність інформації;
- 4) допустимі та неприпустимі твердження;
- 5) упередженість суджень;
- 6) наявність нечітких чи двозначних аргументів;
- 7) порушення логічних зв'язків у ланцюзі міркування;
- 8) доцільності аргументацій.

Учитель об'єднує учнів у групи та пропонує проаналізувати газетну статтю за таким планом:

1. Агентства медіа: хто є автором медіатексту? Яка мета тексту? На яку реакцію очікують творці тексту?

2. Категорії медіа: який жанр цього медіатексту?

3. Технології медіа: які медійні технології використано при створенні повідомлення?

4. Мова медіа: які особливості мови тексту? Чи використано вставні, вставлені конструкції, звертання? Яка їх мета? Як автор формує заголовок? Чи виконує заголовковий компонент функцію маніпулювання чи викривлення інформації?

5. Аудиторії медіа: як варто окреслити цільову аудиторію медіатексту? Чи розраховане повідомлення на аудиторію часопису? На яку вікову аудиторію розраховане повідомлення? Які відчуття викликав у вас цей медіатекст? Чи планував автор викликати саме таку емоцію?

6. Репрезентації медіа: яке значення для змісту повідомлення має його заголовок? Чи містить текст підтексти, неправдиву інформацію?

Підбиття підсумків. Укінці уроку учні кожної групи демонструють свій аналіз медіатексту. Учасники інших груп беруть участь в обговоренні плану та аналізу медіатексту.

Домашнє завдання. Учитель пропонує здійснити аналогічний аналіз тексту газети.

Отже, урок слід проводити не у звичному для всіх традиційному форматі. Для формування компетенцій інфомедійної грамотності важливо залучати інші види роботи, які передбачають використання газетного тексту, Інтернет-джерел, інтерактивних технологій.

3.4. Висновки до третього розділу

Інформація стає важливим елементом життя сучасної людини. Однак серед великої кількості інформаційних джерел набуває поширення викривлення інформації та маніпулятивні можливості медіаповідомлень. Саме тому, для формування медіаграмотності у школярів, варто

використовувати друковані мас-медіа як одні із головних джерел інформації, не зважаючи на поширення впливу Інтернет-ресурсів.

Для формування медіаграмотності в учнівському середовищі учителеві варто зосередити увагу не лише на теоретичних аспектах, але й на впровадженні методичних розробок щодо інтеграції ідей медіаосвіти на уроці. Нами було розроблено методiku впровадження медіаосвітніх ідей під час уроку української мови у 5 – 11 класі. Така методика передбачає насамперед використання інформаційних джерел під час уроку. Основою формування розробки були шкільні програми з української мови (рівень стандарту) для 5 – 11 класу. Тому наші завдання з медіаосвіти відповідають чинній програмі уроків, формують ключові компетентності. Розробка слугує цілям та спрямована на виконання таких методичних завдань: бути навчальним компонентом; реалізовувати наскрізні лінії програми; формувати уявлення учнів про інформаційне поле; налаштовувати на культуру аналізу, створення, використання та презентування медіатексту; сприяти міждисциплінарній підготовці учнів.

Газетний матеріал, на відміну від Інтернет-джерел, характеризується високою стандартизацією змісту та детальним добром інформації, що й робить його особливо актуальним для використання на уроці. Оскільки наші завдання є засобом інтеграції медіакомпетентності у навчальний процес і відповідають завданням інформаційно-цифрової компетентності, вони передбачають роботу, спрямовану на: формувати вміння пошуку та аналізу інформації, мовних явищ; складання детального плану тексту; критичного осмислення отриманої інформації; розуміння маніпуляцій та фейків, вміння та виявляти, усвідомлювати як протистояти їм; розвиток інформаційної грамотності.

Убачаємо важливість розрізнення учнями авторської модальності у тексті, а відтак, усвідомлюємо потребу формування завдань, які спрямовані на формування розуміння у дітей функцій вставних, вставлених, звертальних компонентів у газетному просторі, а також ролі заголовкових компонентів.

Виявивши такі маркери авторської модальності у часописі, учні зможуть з легкістю розрізнати маніпуляції у медіатексті.

Окремо пропонуємо урок-інструкцію для аналізу медіа тексту, а також методичний коментар жо кожного із завдань.

ВИСНОВКИ

1. Нами досліджено, що динаміка газетних жанрів із плином часу зазнала суттєвих модифікацій. У науковців немає єдиної думки щодо розвитку жанрової системи газет. Наша наукова робота ґрунтована на підході І. Завальнюк, яка сформувала таку класифікацію жанрів публіцистики: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні, рекламні жанри. Так само у вивченні синтаксису мови ЗМІ погляди науковців були різними. Дехто був проти функціонування на сторінках часописів пасивних конструкцій, підтримуючи натомість використання повторів, розмовних конструкцій. Важливим постало унормування мови публіцистики, стандартизації її, що є актуальним і нині. Серед перших наукових доробків, присвячених даній проблемі, виділяємо праці М. Гладкого «Наша газетна мова» (1928), І. Чередниченка «Нариси загальної стилістики сучасної української мови» (1962), А. Жовтобрюха «Мова української періодичної преси ХІХ – початку ХХ ст.» (1970), І. Білодіда «Сучасна українська літературна мова. Стилїстика» (1973), А. Швець «Публицистический стиль русского литературного языка» (1979). У кваліфікаційній роботі виокремлюємо напрямки дослідження мови преси: нормативно-стилістичний (праці С. Єрмоленка, А. Коваль, М. Пилинського, К. Ленець, О. Пономаріва, В. Русанівського, О. Сербенської, Н. Сологуб та ін.) та функціонально-стилістичний (представлено в роботах М. Пилинського, Г. Колесник, А. Мамалиги, Г. Сагач, Л. Шевченко та ін.).

2. Функціонування вставних та вставлених компонентів газети «Вільне життя» ми узагальнили як маркерів авторського *Я-журналіста* у тексті, де вставні синтаксичні конструкції виконують модально-конотативне значення із суб'єктивною модальністю, а вставлені одиниці пов'язані з об'єктивною модальністю, відображають авторську позицію та доповнюють речення. Класифікуємо вставні одиниці за типологією К. Шульжука, що створена відповідно до їх семантики та з урахуванням оцінки повідомлюваного (б

типів). Вставлені компоненти у тексті газети диференціюємо за логічними, оцінними та ситуативними типами.

3. У системі «автор – газетний текст – читач» звертальні компоненти виконують функцію діалогічності на формально-синтаксичному рівні і наближають автора до читача. Це – засоби тональності у тексті, що виконують функції адресації і є допоміжними у виявленні авторської позиції, є маркерами оцінки. Виділяємо у тексті часопису вокативи на позначення соціального статусу людини, зокрема позначають професію, посаду, соціальну групу, соціальну категорію, приналежність до певної місцевості, вікову категорію. Неофіційними комунікатами у досліджуваній газеті було виявлено звертання на позначення «сім'ї» (наприклад «сину», «донечко»).

4. *Медіаосвіта* – це ключова частина навчального процесу, складник компетентнісного підходу навчання, сукупність теоретичних та практичних навичок формування медіакультури та відтворення принципів безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою масмедіа.

Медіаграмотність є частиною медіакультури, яка передбачає застосування вмінь користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа.

Визначаємо, що *змістом медіаосвітнього* підходу навчання в Україні є застосування методологічного орієнтиру в організації освіти на сонові медіаосвітніх принципів та технологій і передбачає впровадження ідей, що ґрунтуються на сутності та компонентах поняття інфомедійної грамотності. Зміст медіаосвітнього підходу в Україні визначається за допомогою нормативних документів: *Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні (2016)*, *Законі України «Про освіту», концепції «Нової української школи» (2016)*, *Концепції розвитку педагогічної освіти (2018)* а також щорічнику ЮНЕСКО *«Медіа та інформаційна грамотність: зміцнення прав людини, протидія радикалізації та екстремізму» (2011)*.

5. Розпрацьований практичний блок вправ та завдань передбачає використання індивідуальних, парних та групових робіт для впровадження концепції медіаосвіти та формування учнівської медіаграмотності на уроках з української мови. Розробка слугує цілям та спрямована на виконання таких методичних завдань: бути навчальним компонентом; реалізовувати наскрізні лінії програми; формувати уявлення учнів про інформаційне поле; налаштовувати на культуру аналізу, створення, використання та презентування медіатексту; сприяти міждисциплінарній підготовці учнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129 (INI)). European Parliament: portal. URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-ТА-2008_0598+0+DOC+XML+V0//EN. (дата звернення: 27.09.2021).
2. Hilbert, M., & López, P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *Science*, 332(6025), 60–65. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-32001-4_511-1 (дата звернення: 03.11.2020).
3. Авторські заняття від медіапедагогів-лідерів: медіаосвітні практики в позакласній роботі учнів 5–7 класів. О. Волошенюк, І. Іванюк, О. Куш, Г. Шевченко / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ : ЦВП, АУП, 2017. 50 с.
4. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/pro-aup/misija/> (Дата звернення: 20.10.2022)
5. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації. *Мовознавство*. 1983. № 6. С. 13–17.
6. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского. Москва: Художественная литература, 1972. 470 с.
7. Білодід І. К. Стилїстика великих синтаксичних сполук. *Українська мова і література в школі*. 1970. № 12. С. 16–26.
8. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з доп. і допов.). Уклад. і голов. ред. Бусел В.Т. Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
9. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол.н.; *журналістика*: 10.01.08. Київ, 2007. 36 с.

10. Виноградова В., Кукушкина О., Поликарпов А., Савчук С. Компьютерный корпус текстов русских газет конца XX века: создание, категоризация, автоматизированный анализ языковых особенностей. *Русский язык: исторические судьбы и современность. Межд. конгресс исследователей рус. яз.* (Москва, филологический ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 13–16 марта 2001 г.): Труды и материалы. М., 2001. С. 398.
11. Вихованець І. Р., Городенська К. Г., Русанівський В. М. Семантико-синтаксична структура речення : монографія / відп. ред. І. Р. Вихованець. Київ : Наук. думка, 1983. 219 с.
12. Вільне життя плюс. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5_%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F_%D0%BF%D0%BB%D1%8E%D1%81 (дата звернення: 07.08. 2021).
13. Водолазська Т. В., Курмишева Н. І., Устименко Т. А. Інфомедійна грамотність: імплементація в освіті дорослих : навч.- метод. посіб. : упор. Т. А. Устименко. Полтава : ПОІППО ім. М. В. Остроградського, 2021. 108 с.
14. Ворошилов В. В. Журналистика. Базовый курс: учебник. 5-е изд. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова, 2004. 704 с.
15. Георгиади А. А. Подготовка будущих учителей филологических специальностей к профессиональной деятельности с применением медиа-образовательных технологий : автореф. дисс. канд. пед. наук : 13.00.08. Ялта, 2014. 23 с.
16. Голік О. В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 *теорія та історія журналістики*. Київ, 2009. 20 с.
17. Горська К. О. Медіаконтент цифрової доби : трансформації та функціонування : дис. д-ра наук з соц. комун. : 27.00.01. Київ, 2016. 416 с.

18. Гуріненко, І. Ю. Педагогічні умови застосування засобів масмедіа у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Умань, 2012. 261 с.
19. Дичківська, І. М. Інноваційні педагогічні технології : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2004. 352 с.
20. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). Москва : Флинта : Наука, 2008. 264 с.
21. Дудик П. С. Звертання, його граматичні категорії. *Граматичні категорії української мови* : тези Всеукр. наук. конф. Вінниця : ВДПУ ім. М. Коцюбинського, 2000. С. 38–41.
22. Дускаева Л. Р. Принципы типологии газетных речевых жанров. *Язык современной публицистики* : сб. ст. / сост. Г. Я. Солганик. [2-е изд., испр.]. Москва, 2007. С. 115 – 143.
23. Журналістика газет і журналів. Вид. 2-ге, переробл. Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр вільної преси, 2017. 377 с.
24. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови : Синтаксис : Монографія. Донецьк: ДонНУ, 2001. 662с.
25. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.1992 № 2782-ХІІ. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> (дата звернення: 25.07.2021).
26. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення 23. 04. 2021).
27. Звегинцев В. А. Смысл и значение. *Теоретические экспериментальные исследования в области структурной и прикладной лингвистики*. М., 1973. С. 91– 98.
28. Здоровега В. Іван Франко і українська публіцистика. *Дзеркало тижня*. 2006. № 23. С. 19.

29. Золотова Г. А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. Москва : Наука, 1988. 440с.
30. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / Ред. – упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
31. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ : Академія української преси, 2010. 260 с.
32. Іць С. В. Педагогічні умови формування професійної компетентності майбутнього вчителя іноземної мови засобами медіаосвіти : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Житомир, 2014. 21 с.
33. К. Ф. Шульжук. Синтаксис української мови : підручник. Серія «АльмаМатер». Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 408 с.
34. Канцельсон С. Д. Содержание слова, значение и обозначение. Москва : Наука, 1965. 110 с.
35. Ким М. Н. Жанры современной журналистики. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2004. 355 с.
36. Коваль Л. М. Семантико-синтаксична основа головного компонента односкладних речень в українській мові : монографія. Вінниця : ФОП Корзун, 2015. 320 с.
37. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). *MediaSapiens*. URL: mediasapiens.ua. (дата звернення: 13.06.2021).
38. Коропатник М. М. Інформаційно-цифрова компетентність – одна з ключових компетентностей «Нової української школи»: теоретико-практичні орієнтири для медіапедагога. Методичний посібник із медійної та інфомедійної грамотності. Чернігів: ЧОІППО імені К. Д. Ушинського, 2018. 99 с.
39. Коропатник М. Медіаосвіта на вітчизняних теренах : досвід минулого для уроків сьогодення. *Практична медіаграмотність* : міжнародний досвід та українські перспективи : збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції з медіаосвіти та

медіаграмотності 20–21 квітня 2018 рік. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_statey_AUP2018.pdf. (дата звернення 23. 04. 2021).

40. Кравчишина О. О. Формування готовності майбутніх вихователів до використання засобів медіаосвіти у навчально-виховному процесі дошкільних навчальних закладів : дис. канд. пед. наук: 13.00.04. Старобільськ, 2016. 23 с.

41. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. *Основы творческой деятельности журналиста: учеб. для студ. вузов по спец. «Журналистика»* / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. Санкт-Петербург : Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. С. 125 – 167.

42. Кульбабська О. В. Функційний потенціал вставних конструкцій у газетно-публіцистичному тексті. *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса. 2017. Спецвипуск. С. 106–110.

43. Кучеренко І. К. Вокатив як виразник функціонуючого члена речення і так зване звертання. *Проблеми синтаксису* : Праці міжвуз. наук. конф. з питань синтаксису. Львів, 1963. С. 64–73.

44. Кучерук О. Інтегрування інфомедійної грамотності в простір мовної освіти. *Українська мова і література в школі*. 2020. №3. С.12

45. Ладика І. Медіаграмотність як сучасна потреба інформаційного суспільства. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ: ЦВП, АУП, 2015. С. 37–40. URL: <https://cutt.ly/Sh62qaN> (дата звернення: 05. 09. 2021).

46. Левківський К. М. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). Київ, 2011. 97 с.

47. Мантуленко В. В. Особенности использования электронных медиа в учебно-воспитательном процессе общеобразовательной школы : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.01. Самара, 2007, 175 с.

48. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник ; Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк / За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
49. Мойсієнко А. К. Структурно-семантична організація простого ускладненого речення : навчальний посібник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. 167 с.
50. Мокрогуз О. Модельна навчальна програма «Основи медіаграмотності»(5–6 класи) для закладів загальної середньої освіти / За ред. О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. І. Євтушенко Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2021. 21 с.
51. Нагіна В.О. Мовні зміни у сфері інформаційного стилю. URL : <http://www.kspu.edu.ua/About/Library.aspx> (дата звернення 04.05.2021).
52. Найдьонова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу : процесуальна модель медіакультури. *Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи*. Київ, 2007. С. 162–168.
53. Нова українська школа»: концептуальні засади реформування середньої школи. 2016. С. 11. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 11.10.2021).
54. Онкович Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа // Вища освіта України. 2008. № 3. Д. 1. Тем. вип. Наука і вища освіта в Україні : міра взаємодії. 212 с.
55. Онкович Г. В. Медіаосвіта. Експериментальна програма базового навчального курсу для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Логос, 2010. 41 с.
56. Онкович Г. В. Технології медіаосвіти. // Вища освіта України. 2007. № 3. Д. 3 (т.5). С. 357–363.

57. Онлайн-гра «Медіазнайко». URL: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/online-gra-mediaznajko/>. (Дата звернення: 20.10.2021).
58. Онлайн-гра «Пригоди Літератуса». URL: <https://media.am/literatus/#uk> (Дата звернення: 20.10.2021).
59. Основи медіаграмотності: навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.
60. Погляд. URL: <https://poglyad.te.ua/podii/ternopilski-zhurnalisty-vilne-zhyttya-plyus.html> (дата звернення: 07.08.2021).
61. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. М., 1966. С. 95–196.
62. Портал медіаосвіта та медіаграмотність. URL: <https://medialiteracy.org.ua/> (Дата звернення: 20.10.2021).
63. Потятинник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. / За ред. Б. В. Потятинник. Львів: Паіс, 2004. 312 с.
64. Семеног О., Кульбабська О. Формування м'яких навичок студентів-філологів у міжрегіональному проекті з інфомедійної грамотності. *Педагогічні науки : теорія, історія, інноваційні технології: наук. журнал* / голов. ред. А. А. Сбруєва. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2021. № 4 (108). С. 231–248. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2193/4%2c2021%20%285%29%20%28pdf.io%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 05.09.2021).
65. Семеног О., Ячменик М. Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти: монографія / за ред. О. М. Семеног, М. М. Ячменик. Суми : Видавництво СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. 211 с.

66. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові : монографія. Чернівці : Місто, 2002. 272 с.
67. Стилiстичнi характеристики заголовка як прагматичного знака журналістського тексту. Олена Кульбабська, Ірина Остафійчук. *Актуальні проблеми синтаксису* : матеріали міжнародної наук. конф. (Чернівці, 19–21 жовтня 2006 р.) : відп. за вип. Н. В.Гуйванюк. Чернівці : Рута, 2006. С 295–303.
68. Тертычный А. А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати. *Вестник. Моск. ун-та. Сер 10. Журналистика*. 2002. №2. С. 54–63.
69. Траченко О. М. Заголовок як різнорівнева лінгвістична одиниця. Роботу виконано на кафедрі англійської філології ЛНУ ім. І. Франка = Trachenko O.M. The Title as a Linguistic Sing of Different Levels. Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Розділ 2. Дискурсознавство. Текстологія. 4, Львів, 2007. С.78–82.
70. Траченко О. Н. Синтаксические характеристики заглавия как знака текста в синтагматике и парадигматике (на материале современного англоязычного рассказа): Канд. дис. Киев, 1984. С. 91; Gardiner A. The Theory of speech and Language. Oxford, 1969. P. 236; Mathesius V. A. Functional analysis of present-day English on a general linguistic basis. The Hague; Paris, 1975.P. 82.
71. Тулодзєцький Г., Герціг Б., Графе С. Медіаосвіта в школі та на уроці: Основи і приклади / За загал. ред. В.Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 405 с.
72. Українська мова 5–9 класи. Програма для загальноосвітніх навчальних закладів. (2017). URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalniprogrami/navchalni-programi-5-9-klas> 267. (дата звернення: 06.28.2020).

73. Українська мова. 10–11 класи. Програма для профільного навчання учнів загальноосвітніх навчальних закладів. Філологічний напрям, профіль – українська філологія. Профільний рівень. (2011). Укладачі Л. І. Мацько, О. М. Семенов. Київ: Грамота.

74. Функціонально-стильова ідентифікація мовлення як проблема лінгводидактики. Юрій Олександрович Арешенков. *Проблеми вдосконалення навчального процесу у вищій та середній школі* : зб. наук. статей. Кривий Ріг : КрДПШ, 1993. С. 75-81.

75. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ: спецкурс для учнів. Київ, 2010. 155 с.

76. Чернявський Сергій. Як створити сучасну шкільну газету: Навчальний модуль. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 75 с.

77. Шабат-Савка С. Т. Граматичні маркери суб'єктивно-модальних інтенцій: вставні та вставлені конструкції. *Філологічний дискурс*. 2016. Вип. 3. С. 240–250.

78. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. 2-е изд. Л.: Нева, 1925.

79. Шевченко, Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.

80. Шуневич О. М. Шляхи формування медіаграмотності в процесі навчання учнів української мови. *Український педагогічний журнал*, 2017. № 4. С. 103–110.

АНОТАЦІЯ

Тема: «Робота з газетним текстом як засіб реалізації медіатехнологій на уроках української мови (на матеріалі часопису «Вільне життя»)».

Роботу присвячено дослідженню формування медіаграмотності у шкільному курсі української мови. Розглянуто специфіку синтаксичних особливостей часопису «Вільне життя» як медіакультурного компонента для інтеграції під час занять з української мови. Зокрема, зосереджено увагу на компонентах медіаосвіти та медіаосвітнього підходу до формування основних компетентностей, якими повинен оволодіти вчитель та учень для формування інфомедійної грамотності. Простежено аналіз поняття медіаграмотності у науково-методичних розробках вітчизняних лінгводидактів, а також запропоновано власну методику щодо впровадження ідей медіаосвіти під час занять з української мови.

Ключові слова: *мова ЗМІ, газета, синтаксема, заголовковий компонент, вставні одиниці, вставлені конструкції, звертання, інфомедійна грамотність, медіаосвіта, медіаосвітній підхід, медіаграмотність, медіазасоби, медіатекст, компетенція.*

ABSTRACT

Topic: «Working with newspaper text as the implementation of media technologies in the Ukrainian language lessons (based on the magazine «Vilne zhyttia»)».

The study is devoted to researching the formation of media literacy in the school course of the Ukrainian language. The specifics of syntactic peculiarities of the «Vilne zhyttia» as a media-cultural component for integration during the Ukrainian language lessons was considered. In particular, attention has been focused on the components of media education and the media approach to the formation of the basic competencies that teachers and students have to obtain to form an inflationary literacy. The analysis of the concept of media literacy in scientific and methodological development of domestic scientists in the field of

linguistics was viewed and our own method of introduction ideas of media education during the Ukrainian language classes has been studied.

Key words: *media language, newspaper, syntax, header component, insert units, embedded designs, applications, infomedia literacy, media education, media approach, media literacy, media means, media text, competency.*