

УДК 81.119

Олена СТРЕЛЬБИЦЬКА

кандидат філологічних наук,
викладач кафедри філології,
Комунальний заклад вищої освіти
«Луцький педагогічний коледж»
Волинської обласної ради,
м. Луцьк, Україна
Електронна пошта: ostrelbitsjka@ipc.ukr.education
<https://orcid.org/0000-0003-1989-8829>

Світлана ПОДОЛЮК,

кандидат філологічних наук,
викладач кафедри філології,
Комунальний заклад вищої освіти
«Луцький педагогічний коледж»
Волинської обласної ради,
м. Луцьк, Україна
Електронна пошта: ptaha1920@meta.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7068-9195>

МЕДІАЛІНГВІСТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ МОВНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена висвітленню основних аспектів сучасної галузі українського мовознавства – медіалінгвістики, до проблем вивчення якої належить функціонування мови в засобах масової комунікації, питання існування національних мов та міжмовних діалогів, вплив медіа на мовну свідомість, принципи організації та інформативності медіатекстів в соціокультурному вимірі.

В епоху цифрового суспільства медіапростір виступає основним джерелом інформації та сферою впливу, тому актуальність дослідження мови медійного світу не викликає жодних сумнівів. Важливими підставами для більш глибокого вивчення медіалінгвістики є також інтегрований характер

цієї дисципліни, що дозволяє широко застосувати її потенціал в освітньому процесі.

У поданій розвідці стисло описано історію становлення та розвитку медіалінгвістичної традиції на теренах України. Залишаючись досить новим напрямом мовознавства, вітчизняна медійна лінгвістика представлена вагомими науковими дослідженнями, з-поміж яких значне місце належить працям науковців київського осередку медіалінгвістів під керівництвом професора Лариси Шевченко.

Аналізуючи новий мовознавчий напрям як окрему галузь, чимало уваги відведено характеристиці основних положень цієї науки. Уточнено дефініцію базових понять та виділено найактуальніші питання медіалінгвістичних студій.

Основна частина статті розкриває можливості роботи з медіатекстом як базовою категорією та теоретичною основою медійної філології. У процесі вивчення мовних явищ найефективнішими та найпопулярнішими для молоді є такі жанри, як реклама, блоги, коментар, пости в соціальних мережах, інформаційна стаття, презентаційні відеоролики та інші різновиди медіапродуктів. Таким чином, на сучасному етапі мовної освіти медійний текст виступає одним із найефективніших прийомів розвитку критичного мислення, креативності, комунікативної компетентності та медіаінформаційної грамотності молодого покоління.

***Ключові слова :** медіалінгвістика, мовознавство, мовна освіта, медіатекст, медіапростір, медіакомпетентність, медіатехнології, засоби масової комунікації.*

Вступ. У сучасному інформаційному світі мас-медіа виступає основним джерелом знань і чи не найбільшою сферою впливу на формування мовної свідомості та інтелектуального розвитку суспільства. Глобальні зміни цифрової епохи, пов'язані зі стрімким розвитком можливостей масової комунікації у медіапросторі впливають не лише на умови життя, а й на спосіб

мислення та сприйняття інформації сучасної людини. Поява нових форм та можливостей для комунікацій обумовлює актуальність дослідження мовних інновацій в сучасному медіапросторі.

Одним із найактуальніших напрямів мовознавчої науки в Україні сьогодні вважають медіалінгвістику. Це інноваційна галузь філології, що вивчає функціонування мови в сучасній масовій комунікації та системно аналізує різні типи медіадискурсу (газет, радіо, телебачення та Інтернету). До проблем вивчення медійної лінгвістики відносять також суперечливі та актуальні питання існування національних мов та комунікативних міжмовних діалогів, а також принципи організації медіатекстів і їх інформативності в соціокультурному вимірі [Сарміна : 38].

Очевидно, що причин появи та розвитку цієї науки чимало. Основними передумовами зародження медіалінгвістики можемо вважати появу Інтернету та його домінування в сучасному комунікативному просторі; стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах життя; створення глобальної мережі як нової віртуальної платформи для спілкування; усвідомлення необхідності інтегрованого підходу до вивчення мови ЗМК та ін.

Погоджуємось із думкою Дмитра Сизонова, що «медіалінгвістика вивчає мову не тільки у ЗМІ, а й у політичній, діловій, бізнесовій та розмовній сферах, що реалізуються завдяки медіакомунікаціям. Тому до основних завдань цього модерного мовознавчого напрямку належить також аналіз маніпулятивних аспектів мови медіа, сугестивного впливу медіа на реципієнта, психологічного тиску на мовну свідомість та багато інших аспектів, що є актуальними в українському суспільстві» [Сизонов : 53].

Постановка проблеми. Попри те, що медіалінгвістика в Україні як окремий напрям сформувалась не так давно, на сьогодні вона має всі ознаки самостійної науки, як на теоретичному, так і на прикладному рівні. Актуальні проблеми української медійної лінгвістики неодноразово поставали центром досліджень багатьох мовознавців, з-поміж яких : Л. Шевченко, Д. Дергач,

Д. Сизонов, О. Селіванова, С. Чемеркін, Т. Ковалевська, Л. Компанцева, Н. Шумарова, Л. Губа, Г. Сарміна та інших. Предметом наукових студій зазвичай поставали такі питання медійної лінгвістики, як зародження та розвиток цієї науки в Україні, перспективи її еволюції у сучасній славістиці (Шевченко Л., Селіванова О., Кузнецова О., Шумарова Н.), жанрова типологія та функціонально-стильові ознаки мови мас-медіа, особливості медіатексту, як базового поняття та методи його дослідження (Д. Сизонов, Кардаш Л., Металіди Д., Чемеркін С.), а також специфіка застосування медіалінгвістичних технологій та багато інших.

Протягом останніх років в Україні активно розробляються лексикографічні проекти з укладання словників мови медіа різних типів, проводяться щорічні конференції та круглі столи, де аналізується мова медіапростору в різних дослідницьких парадигмах.

З огляду на те, що ця галузь нова, залишається ще чимало відкритих питань, що й зумовлює актуальність обраної проблематики. Важливими підставами для більш глибокого вивчення медіалінгвістики, на нашу думку, є інтегрований характер цієї дисципліни, що дозволяє застосувати її потенціал під час активного впровадження медіаосвіти в Україні в умовах модернізації навчального процесу. Це й змотивувало нас у своїй розвідці акцентувати саме на тих аспектах медіалінгвістичного напрямку, які сприятимуть ефективному прогресу мовної освіти в Україні. **Мета** нашої статті – проаналізувати особливості тенденцій медійної лінгвістики на сучасному етапі розвитку українського мовознавства та окреслити основні перспективи широкого впровадження нової галузі в освітній простір.

Аналіз останніх досліджень. Гостра актуальність медіалінгвістики для сучасної науки усвідомлена в західноєвропейській гуманітаристиці ще з початку минулого століття, про що свідчать численні праці видатних дослідників (Р. Бертса, В. Бріда, Т. Ван-Дейка, М.Л. Гейса, Д. Мак-Квейла), у яких учені розглядають важливі питання медійних жанрів, специфіки носіїв медіаінформації та особливості диференціації (тематичної, соціальної,

політичної, гендерної та ін.) медіатекстів. Свідченням популярності цього інноваційного напрямку лінгвістики є також наукові численні видання медійної періодики Європи, такі як «Європейський журнал комунікації» («European Journal of Communication»), «Аннали Американської академії політичних та соціальних наук» («Annals of the American Academy of Political and Social Sciences»), «Журнал медіа-студій» («Media Studies Journal»), «Масова комунікація і суспільство» («Mass Communication and Society»), «Комунікативний пошук» («Communication Research»), «Культуральні студії та комунікації» («Cultural Studies and Communication») та ін. [Шевченко 2013 : 4]

Сам термін «медіалінгвістика» уперше з'явився у 1998 році у статті Джона Корнера «The Scope of Media Linguistics», де було визначено предмет та завдання нового філологічного вчення. На думку автора, медіалінгвістику можна вважати не просто окремою, а міждисциплінарною наукою, оскільки в ній об'єднано широкий спектр досліджень мови засобів масової комунікації [Добросклонська : 33].

На відміну від західноєвропейської та американської гуманітаристики, в якій питання медійної проблематики актуалізуються уже понад століття, зародження української медіалінгвістичної традиції, як самостійного філологічного напрямку, пов'язують із значно пізнішим періодом, а саме – останньою третьою ХХ ст. До наукових першооснов медійного мовознавства відносять праці професорів Михайла Жовтобрюха та Олександри Сербенської [Кузнецова : 193]. Проте, як самостійний філологічний напрям, ця галузь в Україні сформувалась дещо пізніше.

У вітчизняному мовознавстві термін «медіалінгвістика» активно впроваджується завдяки науковим дослідженням професора Лариси Шевченко. Саме її праці можна вважати рушійною основою розвитку сучасної медійної науки в Україні, зокрема першим виданням стала колективна лексикографічна праця «Медіалінгвістика. Словник термінів і понять» (2013), автори якої – викладачі Київського національного

університету імені Тараса Шевченка : Лариса Шевченко, Дмитро Дергач та Дмитро Сизонов [Медіалінгвістика]. Відмітимо, що в цьому словнику представлено близько тисячі термінів, якими активно послуговуються як медіалінгвісти, так і інші дослідники мови ЗМК.

Прикметно, що коло українських наукових праць, зосереджених на питаннях медійної лінгвістики щоразу зростає. Досить вагомими є дослідження Т. Ковалевської, О. Селіванової, Н. Слухай, Н. Шумарової, Д. Дергача, Д. Сизонова, М. Штельмах, Л. Кудрявцевої, С. Чемеркіна, Н. Компанцевої, Д. Баранника та ін. Таким чином, можна стверджувати, що під керівництвом професорки-мовознавиці Лариси Шевченко в Україні сформувалась потужна київська школа медіалінгвістів, які неодноразово були учасниками Міжнародного наукового проєкту «Медіалінгвістика XXI ст.». Варто відзначити й ще одне досягнення нової галузі української філології, що засвідчує її майбутню перспективу – у 2013 році в Україні вперше започатковано медіалінгвістичну спеціалізацію, яка передбачає підготовку фахівців різних рівнів (бакалаврів, магістрів, аспірантів, докторантів), а отже й гарантує розвиток нового мовознавчого напрямку. На думку Лариси Шевченко, саме медіалінгвісти мають працювати над питаннями щодо функцій мови в соціумі, проблем мовної ситуації та мовної політики, сучасних тенденцій розвитку літературної мови, її реального нормування у засобах масової комунікації [Шевченко 2015].

Протягом останніх років в Україні активно розробляються лексикографічні проєкти з укладання словників мови медіа різних типів, проводяться щорічні конференції та круглі столи, де аналізується мова медіапростору в різних дослідницьких парадигмах. Медіалінгвістика дає знання про закони сучасної медіакомунікації, відтак фахівці цієї галузі завжди у тренді світових інформаційних змін, розуміються на стратегіях та тактиках медіапростору, що дозволяє зробити медійний продукт більш якісним та потрібним.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи новий напрямок сучасного мовознавства, варто охарактеризувати предмет вивчення медіалінгвістики, що базується на таких питаннях : теоретичне підґрунтя та соціокультурні передумови виникнення медіалінгвістики; роль ЗМК у розвитку мовних процесів; функціонально-стилістична характеристика медійного мовлення; поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики; опис методів вивчення текстів масової інформації; методика вивчення медійних текстів, аналіз лінгвостилістичних ознак основних жанрів і типів – друкованих, електронних, інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних» [Медіалінгвістика : 98].

Зазначимо, що окрім вище названих аспектів дослідження, потенціал медіалінгвістики як мовознавчої науки дозволяє аналізувати особливості формування масової мовної свідомості нації. Відтак, в поле зору медійних лінгвістів потрапляє часто важливе та досить дискусійне для нашого суспільства питання – самоусвідомлення громадян України, здатності ідентифікувати себе як націю в мові народу, держави та сучасного українського соціуму.

Важливим та актуальним завданням цієї наукової галузі є також мовна реальність в Інтернеті, диференціація жанрів віртуального спілкування, типів текстів і джерел інформації мережевого простору комунікації. Таким чином, медіалінгвістика на сьогодні виступає тим інноваційним напрямом філології, який відповідає найактуальнішим потребам спілкування інформаційного суспільства.

Яскравим прикладом прояву медіалінгвістичних тенденцій в освітньому процесі (до речі, не лише філологічних дисциплін) є активне використання педагогами у своїй роботі медіатекстів різних видів.

Медіатекст – це твір масово-інформаційної діяльності, що розрахований на велику аудиторію, характеризується поєднанням вербальних і медійних одиниць, репрезентує мовну особистість автора та має виражену прагматичну спрямованість (вплинути на громадську думку)

[Медіалінгвістика :]. Важливою характеристикою медіатексту є його мовне оформлення, адже мова засобів масової інформації мінлива, відповідає вимогам часу та актуальна потребам сучасності. Саме тому в медійному мовленні зафіксовано багато лексичних інновацій, авторських неологізмів та онімів, мовних кліше тощо [Сизонов : 55], що дозволяє активно використовувати аналіз медійних творів у процесі вивчення лексичних тем з мовознавства.

У цілому, потенціал використання текстів медіа на навчальних заняттях філологічних дисциплін чималий : від об'єкту лінгвістичного аналізу до засобу розвитку мовно-мовленнєвої компетентності, інструменту формування медіаграмотності та критичного мислення, а також як прийому практикування навичок створення власного медіапродукту.

Відомо, що робота з медіатекстами уже давно стала ефективним прийомом для вивчення мовних явищ на заняттях філологічних дисциплін. Результативність застосування цього прийому очевидна : молоді набагато цікавіше аналізувати те, що вони споживають (читають, пишуть, чують) щодня у своєму інформаційному просторі. Тому дуже часто багатьом учням та студентам легше створити власний медіапродукт, аніж написати твір чи виконати письмове завдання практичного характеру. Окрім створення медіапродуктів різних жанрів важливо зосередитись на формуванні умінь їх аналізувати. Медіалінгвістика допомагає розширити спектр методів опрацювання тексту : від традиційних методів системного аналізу та контент-аналізу до логічного, емпіричного, соціолінгвістичного та порівняльно-культурологічного опису [Кардаш : 147]. Уміння глибоко аналізувати тексти допомагає бачити помилки та неточності в творах, а також розуміти жанрове різноманіття тексту.

Нагадаємо, що робота з медіатекстом пропонується учням для аналізу мовних явищ уже на рівні початкової школи, і є одним із методів реалізації змістової лінії мовно-літературної галузі «Досліджуємо медіа». Утім, досить часто, через відсутність компетентності в роботі з медійними текстами,

педагоги ігнорують специфіку цього жанру. Як результат – усе зводиться до тих же практичних завдань, що й зі звичайним текстовим матеріалом художнього стилю, а іноді й взагалі розглядається поверхнево лише сам зміст твору. Відповідно, учні не набувають необхідних навичок спілкування та легко піддаються маніпулятивним впливам фейкової інформації сучасних ЗМК. А це ще раз підтверджує актуальну потребу в розвитку медіалінгвістичних компетентностей як для учнів, так і для педагогів.

Проаналізувавши нові освітні програми з мовно-літературної галузі для середньої школи, можемо зробити висновки, що робота з медіатекстами залишається в пріоритеті. Цілком підтримуємо таку ідейну спрямованість, адже вважаємо, що медіатекст для сучасних здобувачів освіти є одним із найефективніших прийомів розвитку творчих, комунікативних та лінгвістичних умінь та навичок. До того ж, на сьогодні це один із найпопулярніших жанрів молодіжної комунікації, який потребує більш глибокого вивчення та аналізу.

Специфіка медіатекстів полягає в тому, що вони несуть в собі не тільки об'єктивний факт, а й суб'єктивне його відтворення, в процесі якого відображаються почуття і думки автора, його ставлення до цього факту, оцінка, тлумачення. Відповідно використання медіатекстів у системі мовної освіти мотивує учнів до активної розумової діяльності та формує комунікативні вміння, а саме: передбачає залучення всіх учасників обговорення – і педагога, і учнів – у спільну творчу мовленнєву діяльність; ставить їх у позицію рівноправних суб'єктів такої діяльності, у ході чого під час сприйняття та інтерпретації текстів медіакультури реалізуються предметно-рефлексійні стосунки як між педагогом та учнями, так і між аудиторією і творцем (чи творцями) медіатексту [Металіді : 355].

Найцікавішими для сучасного покоління прикладами медіатекстів, які варто використовувати на заняттях мовознавчих дисциплін, на нашу думку, є : інформаційна стаття (повідомлення); реклама, афіша (оголошення), блоги, сайти, пости у соціальних мережах; коментар, рекламні та презентаційні

ролики, відеорепортаж, візуальні тексти, відео з каналів youtube та інших ресурсів. А найефективнішими видами роботи з медіапродуктами під час вивчення мови вважаємо прийоми критичного мислення та різноманітні творчі завдання, серед інноваційних варто надати перевагу сторітелінгу, лонгрідам, візуальному скрайбінгу та ін. Стосовно ж предметного діапазону залучення медіатекстів у систему мовознавчих дисциплін – простір надзвичайно широкий, адже робота з медійними продуктами буде актуальною чи не на кожному розділі таких освітніх курсів, як «Сучасна українська мова з практикумом», «Українська мова професійного спрямування», «Риторика», «Основи культури мовлення», «Методика мовно-літературної освітньої галузі», «Ділова українська мова» та багато інших. Варто підкреслити, що популярності медіалінгвістичним тенденціям у новітньому процесі освіти посприяли й нагальні потреби в модернізації методів і форм викладання інформації, що особливо відчутно у форматі дистанційного та змішаного навчання. Не менш важливим лишається й той факт, що основи медійної лінгвістики спрямовані на формування найважливіших компетентностей, закладених у Концепції нової української школи [Концепція НУШ] та Концепції впровадження мовної освіти в Україні [Концепція].

Висновки. Таким чином, актуальність медіалінгвістичних досліджень у розвитку мовної освіти на сучасному етапі – беззаперечна. Додамо лише, що ця інноваційна мовознавча галузь наразі перебуває у стані активного розвитку в Україні, і в умовах стрімкого розвитку цифрової комунікації виступає важливим підґрунтям формування медіакомпетентної, інформаційно грамотної та національно свідомої мовної особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. Москва : Флинта: Наука, 2008. 264 с

2. Кардаш Л. В. Поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики. *«Молодий вчений»*. 2017. № 4 (44) С.146 – 150.

3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL :http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

4. Концепція Нової української школи. URL :
<https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>

5. Кузнецова О. Синкретизм медіалінгвістичних досліджень професора Олександри Сербенської. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»* : збірник наукових праць. Журналістські науки. 2020. Вип. 4. С .192 – 198.

6. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с. URL: http://sizonov.blogspot.com/p/blog-page_7872.html.

7. Металіди Д. Медіатекст як засіб реалізації соціокультурної змістової лінії шкільного курсу української мови в старших класах. *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації* : зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 43. С. 353 – 357. URL :
http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/13441/1/These_Pot_374.pdf

8. Сарміна Г. Л. Проблеми медіалінгвістики в епоху цифрового модерну. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика». 2018. Т. 2, Вип. 5. С. 38 – 42.

9. Сизонов Д. Ю. Методи лінгвістичного дослідження медіатексту: до проблеми наукової інтерпретації. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2015. Вип. 30. С.52 – 63.

10. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3 – 12.

11. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика як дискурс сучасної славістики: наукова перспектива. «Науковий потенціал славістики: історичні здобутки та тенденції розвитку» : міжнародна наукова конференція. 2015. URL : <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/511>

REFERENCES

1. Dobrosklonskaya T. G. (2008) Medialinguistics: systematic approach towards mass-media language [Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI]. Moscow, Flinta: Nauka, 264 p.

2. Kardash L. V. (2017) The concept of mediatext as a basic category of medialinguistics. [Poniattia mediatekstu yak bazovoi katehorii medialinhvistyky] «Molodyi vchenyi», no (44) 146 – 150.

3. The concept of introducing media education in Ukraine (new edition). [Kontsepsiia vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia). URL : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

4. The concept of the New Ukrainian School (2016). [Kontsepsiia Novoi ukrainskoi shkoly.] Available at : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>

5. Kuznetsova O. (2020) Syncretism of medialinguistic researches of professor Olexandra Serbenska. [Synkretyzm medialinhvistychnykh doslidzen profesora Oleksandry Serbenskoi]. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha» : zbirnyk naukovykh prats. Zhurnalistski nauky. Vol. 4, pp. 192 – 198. <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.192>

6. Medialinguistics: dictionary of terms and concepts [Medialingvistika: slovnik terminiv i ponyat] / Ed. L. I. Shevchenko. Kyiv, 2014. VPTS Kiyivskiy universitet, Kyiv, 326 p.

7. Metalidi D. (2019) Mediatext as a means of implementing the socio-cultural content line of the school course of the Ukrainian language in senior

classes. [Mediatekst yak zasib realizatsii sotsiokulturnoi zmistovoi linii shkilnoho kursu ukrainskoi movy v starshykh klasakh]. Tendentsii ta perspektyvy rozvytku nauky i osvity v umovakh hlobalizatsii : zb. nauk. prats. Pereiaslav-Khmelnyskyi. Vol. 43. P. 353 – 357.

8. Sarmina H. L. (2018) Problems of media linguistics in the age of digital modern. [Problemy medialinhvistyky v epokhu tsyfrovoho modern]. Zakarpatski filolohichni studii. Uzhhorod : Vydavnychi dim «Helvetyka». 2018. T. 2, Vol. 5, pp. 38 – 42.

9. Syzonov D. Yu. (2015) Methods of linguistic research of the mediatext : the problem of scientific interpretation.[Metody linhvistychnoho doslidzhennia mediatekstu: do problemy naukovoï interpretatsii]. Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky : teoriia i praktyka. Kyiv : Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiyi universytet». Vol. 30, pp.52 – 63.

10. Shevchenko L. I. (2013) Medialinguistics in modern Ukraine: analysis of the situation [Medialingvistika v suchasnij Ukraïni: analiz situacii]. Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky: teoriia i praktyka. Vol. 26, pp. 3 – 12.

11. Shevchenko L. I. (2015) Medialinguistics as a discourse of modern Slavic studies: scientific perspective. [Medialinhvistyka yak dyskurs suchasnoi slavistyky: naukova perspektyva. «Naukovyi potentsial slavistyky: istorychni zdobutky ta tendentsii rozvytku» : mizhnarodna naukova konferentsiia.] Available at : <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/511>

Olena STRELBITSKA

Candidate of Philological Sciences,
Teacher of the Department of Philology,
Municipal Higher Educational Institution “Lutsk Pedagogical College”
of the Volyn Regional Council, Lutsk, Ukraine
E-mail: ostrelbitsjka@lpc.ukr.education
<https://orcid.org/0000-0003-1989-8829>

Svitlana PODOLIUK

Candidate of Philological Sciences,
Teacher of the Department of Philology,

Municipal Higher Educational Institution “Lutsk Pedagogical College”
of the Volyn Regional Council, Lutsk, Ukraine
E-mail: ptaha1920@meta.ua
orcid.org/0000-0002-7068-9195

MEDIALINGUISTIC TRENDS AT THE PRESENT DEVELOPMENT STAGE OF LANGUAGE EDUCATION IN UKRAINE

The article is devoted to the main aspects of the modern branch of Ukrainian linguistics – mediallynguistics, the study of which includes the functioning of language in the media, the existence of national languages and interlanguage dialogues, the influence of media on language consciousness, principles of organization and informativeness of media texts in sociocultural dimension.

In the age of digital society, the media space is the main source of information and sphere of influence, so the relevance of the media world language study is beyond doubt. An important reason for a deeper study of media linguistics is also the integrated nature of this discipline, which allows to use widely its potential in the educational process.

The given investigation briefly describes the history of formation and development of the mediallynguistic tradition in Ukraine. Remaining a fairly new field of linguistics, domestic media linguistics is represented by important scientific studies, among which a significant place belongs to the works of scientists of the Kyiv media linguists branch under the leadership of Professor Larysa Shevchenko.

Analyzing the new linguistic direction as a separate branch, much attention is paid to the characteristics of the main provisions of this science. The definition of basic concepts is specified and the most actual questions of mediallynguistic studies are allocated.

The main part of the article reveals the possibilities of working with media text as a basic category and theoretical basis of media philology. In the process of studying language phenomena, the most effective and popular for young people are such genres as advertising, blogs, commentary, posts on social networks,

information articles, presentation videos and other types of media products. Thus, at the present stage of language education, the media text is one of the most effective methods of developing critical thinking, creativity, communicative competence and media literacy of the younger generation.

Keywords: *media linguistics, philology, language education, media text, media space, media competence, media technologies, mass media.*