народився Христос. Також виявлено чимало назв на позначення диявола та його слуг, наприклад: сатана, жид, смерть.

Великого та урочистого контексту набуває слово Воскресіння у вірші «Він – тут». Вказана лексема належить до групи назв свят і символізує надію – Воскресіння Христове. Згодом в поемі «Погоня» вона номінує батьківщину – Україну.

Загалом, сакральна лексика в поетиконі Д. Павличка є різноманітною та несе важливе функціональне навантаження. За спостереженнями О. Тєлєжкіної, якщо вживання у вірші «У Шептицького» слова митрополит до 90 рр. тлумачилося як зневажливе, то після 90-х рр. минулого століття це слово означає «святий» [2, с. 95]. Тобто такі зміни стали можливими з проголошенням Незалежності України. Власне, з того часу сакральна лексика почала активно відновлюватися і вживатися, адже вона містить у собі великий оцінний потенціал. Дмитро Павличко широко використовував сакральну лексику у своїх поезіях, зокрема і в книзі «Покаянні псалми», бо розумів її значущість, прагнучи в такий спосіб звеличити Бога та його діяння, а також перенести картину біблійних страждань на український народ. Проведений аналіз дав змогу не лише поглибити уявлення про сакральну лексику у творчості поета, а й розширити відомості із цієї проблематики.

Список використаної літератури

1. Павличко Д. Покаянні псалми. Київ, 1994.

2. Тєлєжкіна О. О. Конфесійна лексика в поетичному потрактуванні Дмитра Павличка. Лінгвістика : збірник наукових праць. Луганськ, 2012. № 1 (25). С. 93 – 98.

Мацелюх Тетяна,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка;

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент
Заваринська Ірина Федорівна

ЛІНГВОКУЛЬТОРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ ПОЛЬСЬКОЇ ПРЕСИ

Вважаємо доцільним думку В.Садівничого, який вважає, що заголовок - це найперша лексична одиниця, з якою зіштовхується читач, з котрої почерпує первинний компонент символів, подій та аналогій щодо поданої теми (1; с. 1).

Заголовки польської преси становлять важливий об'єкт лінгвокультурологічного аналізу, оскільки виступають не лише засобом привернення уваги читача, але й віддзеркалюють культурну специфіку, цінності та мовні тенденції сучасного польського суспільства. Вивчення їх особливостей дозволяє виявити механізми взаємозв'язку мови та культури в польському медіапросторі та специфіку національно маркованих мовних засобів.

Проблематику лінгвокультурологічних особливостей преси досліджували польські науковці В. Пісарек, М. Войтак та Є. Бральчик, які вивчали заголовки як мікротексти з власними стилістичними та культурними маркерами. Серед українських дослідників варто відзначити роботи О. Сербенської, А. Бойко та І. Морозової, присвячені аналізу структурно-семантичних і культурологічних аспектів медіазаголовків. Попри наявні напрацювання, лінгвокультурологічна специфіка сучасних заголовків польської преси залишається малодослідженою, особливо з точки зору відображення в них актуальних соціокультурних трансформацій польського суспільства.

Метою даної роботи є комплексний аналіз лінгвокультурологічних особливостей заголовків польської преси як репрезентантів національно-культурної специфіки польськомовного медіадискурсу.

Ключові завдання: систематизувати типологічні особливості заголовків, польської преси, враховуючи їх розмаїтість; виявити прийоми мовної експресії з урахуванням їх національно-культурного компонента; дослідити функціонування концептів польської лінгвокультури в заголовках.

Унікальність та своєрідність польської мови полягає у її цікавих фразеологізмах, ідіомах, каламбурах, а також складній граматичній будові, що може слугувати причиною певних труднощів під час самого процесу аналізу [3; с.10]. В той же час заголовки відіграють одну з ключових ролей у функціонуванні сучасного медіапростору Польщі, виконуючи не лише номінативно-інформативну функцію, але й виступаючи потужним засобом впливу на аудиторію. Лінгвокультурологічне дослідження заголовків різнопланових польських видань – психологічних, історичних, лінгвістичних, політичних та загальноінформаційних – розкриває їх надзвичайний функціональний потенціал.

Заголовки виступають своєрідними мікротекстами, що концентрують у собі національно-специфічні мовні засоби, відображають актуальні тенденції сучасної польської мови та транслюють культурні коди. Особливо значущим є їх прагматичний потенціал – здатність не лише привертати увагу читача, але й

формувати громадську думку, актуалізувати важливі для польського суспільства проблеми, апелювати до колективної пам'яті та національних цінностей.

Аналіз лінгвокультурологічних особливостей дозволив виявити низку специфічних рис, що характеризують їх як важливі репрезентанти національно-культурної специфіки польського медіадискурсу.

Передусім важливо підмітити активне використання в заголовках польської преси іншомовних елементів, зокрема латинізмів та англіцизмів, що відображає характерну рису польської мовної культури – відкритість до запозичень при збереженні національної специфіки. Латинські вислови в виданнях ("Nomen est omen", "Tabula rasa", "Libido dominandi", "Świętujący Homo sapiens") є не просто запозиченнями, а культурними маркерами, що підкреслюють приналежність польської культури до європейської цивілізаційної традиції з її античним корінням.

Англіцизми в заголовках ("Storytelling w jednym słowie", "Toy story", "Społeczny jet lag" та ін.) виконують подвійну функцію: з одного боку, вони відображають глобалізаційні процеси в польській культурі та мові, з іншого – демонструють здатність польської мови до інтеграції запозичень у власну мовну систему з адаптацією до її граматичних особливостей. Часто англійські слова в заголовках поєднуються з польськими лексемами, утворюючи гібридні конструкції, що є проявом сучасних тенденцій у розвитку польської мови.

Варте уваги багатство мовних засобів експресії, що використовуються в заголовках досліджуваних видань. У науково-популярних психологічних журналах, зокрема в журналі "Charaktery", спостерігається активне використання різноманітних стилістичних засобів. Значна частина заголовків будується на основі інтертекстуальності та мовної гри: "Oda do radości" (алюзія на вірш Фрідріха Шиллера), "Być jak Boris Becker" (посилання до відомої особистості як культурного маркера), "Ach śpij, kochanie" (апеляція до польської колискової). Заголовки психологічних видань також часто містять оксиморони та парадоксальні конструкції, що відображають складність психологічних явищ: "zwyczajnie szalona normalność", "normalne dziwactwa", "Słodko-gorzka dyskryminacja". Така суперечливість відображає польську схильність до філософської рефлексії та глибокого аналізу психологічних станів.

Журнал "Charaktery" активно використовує ідіоматичні вирази та фразеологізми. Аналіз журналів психологічного спрямування "...дозволив виокремити групу слововживань за допомогою графічного увиразнення, що сприяє подвійному розшифруванню значення та вирізненню на візуальному рівні" [2; с.30]: "Stąd do (długo)wieczności", "(Nie)widzialne katedry". Ці мовні трансформації

свідчать про прагнення до семантичної багатозначності, що дозволяє залучати читача до активного процесу інтерпретації тексту, а також підкреслює важливість візуальної складової у сучасній польській комунікативній практиці.

У загально-пізнавальних виданнях, як-от "Magazyn Coaching", заголовки часто побудовані у формі спонукальних конструкцій, що відображає практичну спрямованість преси: "Wyśpiewaj to!", "Nie bój się porażek", "Czytaj, fantazjuj i pytaj", "Nie opieraj się pokusie!". Примітною є лінгвокультурологічна особливість використання ідіом з анімалістичним компонентом: "Kuta na cztery łapy" (трансформація виразу "kuty na cztery nogi"), що відображає специфіку національного мовомислення.

Філологічні видання (наприклад, "Świat i Słowo") характеризуються інтелектуалізованими заголовками з використанням наукової термінології та інтертекстуальних елементів, наприклад: "Pan Samochodzik w terenie, czyli geopoetyczna podszewka pewnej utopii", "Libido dominandi, czyli region jest… kobietą" (використання латинського виразу, що вказує на культурну еклектичність польської інтелігенції).

Суспільно-політичні видання ("Nowa Europa Wschodnia") характеризуються концептуальністю, оцінністю, діалогічністю, історичністю та культурна маркованістю. Заголовки відображають ключові теми сучасної східноєвропейської публіцистики: російський імперіалізм, релігійна залежність, національна ідентичність, війну та моральні виклики. Вони вирізняються символічністю, іронією, критичним тоном, часто використовують метафори, лапки, дужки, що підкреслює двоїстість понять та глибину суспільних процесів. Заголовки апелюють до історичної пам’яті та духовних пошуків у контексті глобальної та регіональної нестабільності, наприклад: "Byle nie było wojny", "Cerkiewny „ruski mir", "Trzej jeźdźcy rosyjskej apokalipsy", "Długi proces religijnego u(nie)zależnienia". Проведений аналіз також засвідчив, що заголовки польської преси часто відображають автостереотипи польського суспільства. Зокрема, в них реалізуються уявлення поляків про себе як про націю з багатою історією та культурою, борців за свободу, людей глибоко релігійних та відданих гуманістичним цінностям: "Wierzyć w dobro - mimo wszystko", "Bądźmy dla siebie uprzejmi".

Лінгвокультурологічний аналіз дозволив виявити роль заголовків у конструюванні національної ідентичності шляхом постійної актуалізації культурно значущих концептів, апеляції до спільного культурно-історичного досвіду та використання мовних засобів з національно-культурним компонентом. Він відображає як традиційні риси польської мовної картини світу, так і сучасні

тенденції розвитку польського медіадискурсу в умовах глобалізації та європейської інтеграції.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що заголовки польської преси відіграють важливу роль у конструюванні національної ідентичності та транслюванні культурних цінностей польського суспільства.

Перспективи подальших досліджень полягають у порівняльному аналізі лінгвокультурологічних особливостей заголовків польської та української преси, що дозволить глибше зрозуміти специфіку слов'янського медіапростору та механізми взаємодії мови і культури в медіадискурсі.

Список використаної літератури

1. Садівничий, В.О. Властивості, функції й типи заголовків у структурі та змісті публіцистики Миколи Данька. *Вісник Сумського державного університету. Серія Філологія.* 2007. №1, Т.1. С. 66-74.
2. Ідзьо, Мар'яна Володимирівна. *Мовні засоби експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ*. Diss. Національна академія наук України, 2016. 30 с.
3. Крупіна Т. В. Лексико-семантичні та структурні особливості заголовків у медіадискурсі : кваліфікаційна робота магістра : 035.033 Філологія. Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська. Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2023. 76 с.

Митреньга Соломія,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка;
Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент
Бачинська Галина Василівна

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ЕРГОНІМІВ КРАКОВА ТА ТЕРНОПОЛЯ

Ергоніми – це власні назви організацій, установ, підприємств та інших об'єктів людської діяльності, які відіграють важливу роль у мовному просторі. У повсякденному житті вони виконують різноманітні функції. Зокрема, слугують маркерами індивідуальності організацій, сприяють формуванню їхнього іміджу та впізнаваності. Вони допомагають виділити певну установу серед інших і передають інформацію про її сферу діяльності та цінності. Найменування підприємств, організацій відображають історичні, культурні та соціально-економічні процеси в суспільстві, містять символічне та естетичне забарвлення, яке відповідає як традиціям, так і сучасним тенденціям. Ергоніми сприяють ефективній комунікації, привертають увагу споживачів та клієнтів, допомагаючи організаціям позиціонувати себе на ринку. Крім того, ергоніми активно впливають на розвиток