

1. Арібжанова І. М. Граматичний статус словосполучення. *Українське мовознавство*. 2009. Вип. 39. С. 53–62.
2. Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис : підручник. Київ : Либідь, 1993. 365 с.
3. Загнітко А. П., Миронова Г. М. Синтаксис української мови. Теоретико-прикладний аспект. Brno : Masarykova univerzita, 2013. 223 с.
4. Матіос М. Мамі. Київ: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2023. 288 с.
5. Шулжук К. Синтаксис української мови. Київ : ВЦ «Академія», 2004. 408 с.
6. Янко Н. О., Мірошник І. В. Синтаксис української мови: Словосполучення. Чернівці: НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2024. 60 с.

**Олеся Вирста,**

Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка;  
Науковий керівник – кандидат філологічних наук, доцент  
Оксана Вербовацька

### **ВЛАСНІ НАЗВИ У ТВОРІ «БІГУНИ» ОЛЬГИ ТОКАРЧУК**

Ономастика – розділ мовознавства, що вивчає власні назви з погляду походження, будови, розвитку, функціонування, правопису тощо. Вона тісно пов'язана з іншими галузями мовознавства – лексикологією (власні назви – складники лексичної системи мови), лексикографією (укладання ономастичних словників), дериватологією (творення власних назв відбувається за допомогою наявних у мові способів і засобів деривації), діалектологією (використання місцевих форм власних назв, особливо мікротопонімів), орфографією (дослідження особливостей написання власних назв), а також із багатьма іншими науками, зокрема географією, історією, археологією, етнографією, краєзнавством тощо [1].

Власні назви, тобто слова чи словосполучення, спрямовані на позначення індивідуальних об'єктів, досліджують в різних галузях науки, зокрема в філософії, мовознавстві, історії та психології. Вони є невід'ємним компонентом передачі атмосфери та ідей, закладених в основі твору. Власні назви допомагають письменникам виразити їхній потенціал, створювати яскравих персонажів та неповторні світи [3]. Вони формують семантичний і символічний простір художнього тексту, надають йому глибини та змістовності.

Українську літературну ономастику має напрацювання як теоретичного, так і прикладного характеру, серед відомих дослідників – Ю. Карпенко, Л. Белей, Г. Шотова-Ніколенко, В. Галич, О. Сколоздра-Шепітко та ін.

Власні назви в тексті дають неоціненну інформацію для інтерпретації цього твору, нерідко й таку, що іншими способами в тексті не виражена. Вони забарвлюють, увиразнюють текст, виконуючи й істотну текстотвірну

функцію. Щоб по-справжньому зрозуміти текст, треба звернути увагу і на власні назви, вжиті в ньому [2, с. 69].

У романі Ольги Токарчук «Бігуни» власні назви є невід'ємним складником авторської концепції, адже вони допомагають відтворити фрагментарний простір сучасного світу, де кожна назва стає знаком, символом або ключем до розуміння філософської ідеї.

Письменниця майстерно поєднує реальні та вигадані імена, назви країн, міст, установ і предметів, створюючи своєрідну мозаїку ономастичного простору. Власні назви у творі виконують не лише номінативну функцію, а й художньо-образну, символічну та текстотвірну, що узгоджується з позицією дослідників української ономастики.

У творі «Бігуни» Ольги Токарчук нами виявлено 240 онімів. Серед них: антропоніми; топоніми; хрематоніми; ергоніми; космоніми; хрононіми. Кожна з цих груп власних назв має власну специфіку й виконує певні функції в межах тексту.

**Антропоніми.** У творі вони позначають імена реальних історичних постатей, вигаданих персонажів і культурних діячів. Серед них: *Адам, Альфред, Зенон, Ахіллес, Одиссей, Гомер, Фредерик Шопен, Людвик ван Бетховен, Ерик Клептон, Джеймс Кук, Джеймс Бонд, Річард Гір*. Така різноманітність демонструє міжкультурний характер тексту та глибоку ерудицію авторки.

Імена античних мислителів і героїв (*Зенон, Одиссей, Ахіллес*) вводять у текст твору філософсько-міфологічний контекст, тоді як імена історичних діячів (*Людвиг XIV, Петро I*) – історичну реальність. У структурному плані це, здебільшого, однокомпонентні та двокомпонентні найменування (особове ім'я + прізвище, особове ім'я + титул).

Функціонально антропоніми виконують характерологічну, експресивну та інтертекстуальну ролі: вони відображають індивідуальність персонажів, створюють міжтекстові зв'язки й поглиблюють семантичний рівень оповіді.

**Топоніми.** Найчисельнішу групу в аналізованому творі становлять топоніми – власні назви географічних об'єктів. У романі виявлено понад 90 топонімів: *Одра, Амазонка, Балтійське море, Егейське море, Босфор, Польща, Франція, Туреччина, Канада, Краків, Відень, Лондон, Єрусалим, Токіо, Нью-Йорк* тощо.

За структурою переважають однокомпонентні і двокомпонентні назви (*Одра, Краків, Париж; Балтійське море, Північне море*). Вони функціонують як просторові маркери, створюючи ефект глобальності та динаміки руху. Географічні назви часто слугують символами мандрів, відкриття світу, культурного розмаїття, що відповідає основній тематиці твору – подорожей і плинності буття.

Топоніми поділяються на кілька підтипів: гідроніми (*Одра, Амазонка*), ороніми (*Арарат*), хороніми (*Польща, Італія, Ісландія*), ойконіми (*Краків, Рим, Париж*), урбаноніми (*вулиця Блебль*). Така розгалужена система підтверджує структурну складність і різноманітність простору роману.

**Хрематоніми.** До хрематонімів віднесено назви об'єктів матеріальної культури: «*Посейдон*», «*Нептун*», «*Нова*», «*Ерик*», «*The Clinical Syndromes*»,

«Біблія», «Реквієм». Частина з них позначає транспортні засоби чи судна, інші – літературні або релігійні тексти.

Ці назви мають символічне значення: наприклад, «Посейдон» та «Нептун» апелюють до міфологічних образів моря, символізуючи рух і безмежність, а «Біблія» чи «Реквієм» – до духовності, смерті та вічності. Структурно вони належать до однокомпонентних або багатокомпонентних моделей, утворених як трансонімізацію (перенесення вже відомих назв), так і шляхом онімізації.

**Ергоніми.** У тексті твору трапляються також ергоніми – назви установ і організацій: *ООН, Євросоюз, Вікіпедія, ОМАН TV, Книгарня-канцтовари*. Їхнє використання додає твору реалістичності й актуальності, адже вони відображають сучасну соціальну та інформаційну реальність.

За структурою переважають аббревіатури (*ООН, ЄС*), а також двокомпонентні назви зі сполученням двох іменників (*Книгарня-канцтовари*). Ергоніми відображають технологічний і культурний розвиток сучасного світу, де інформаційні та медійні простори тісно переплітаються з повсякденним життям.

**Космоніми та хрононіми.** Космоніми (*Земля, Уран*) у романі мають символічне стилістичне навантаження: вони розширюють межі зображуваного простору, переводячи події у філософсько-космічний вимір, що узгоджується з постмодерним світоглядом письменниці. Хрононіми (*Різдво, Великдень*) репрезентують часові орієнтири: вони не лише вказують на конкретні події, а й позначають духовні цикли життя, оновлення та пам'ять. Структурно це однокомпонентні назви з глибокою культурною семантикою.

Аналіз власних назв у романі Ольги Токарчук «Бігуни» доводить, що онімна система твору є надзвичайно багатшаровою й виконує важливу функцію у формуванні художнього простору. Найбільшу частку становлять антропоніми (46,5 %) та топоніми (40,3 %), що свідчить про увагу авторки до людини й простору як ключових категорій її філософії.

Власні назви у романі не обмежуються роллю ідентифікаторів – вони стають знаками культури, історії та філософії, які передають ідеї руху, пошуку, ідентичності та пам'яті. Таким чином, ономастичний рівень тексту є основою його семантичної структури, а аналіз онімів дозволяє глибше зрозуміти авторський світогляд і художню концепцію.

### Список використаної літератури

1. Вербич С. О. Ономастика. *Енциклопедія Сучасної України* / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2022. URL: <https://esu.com.ua/article-75454> (дата звернення 08.11.2025).

2. Карпенко Ю. О. Літературна ономастика. Одеса : Астропринт, 2008. 328 с.

3. Масенко Л. Т. Власні назви (оніми). *Енциклопедія Сучасної України* / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.;

*Ангеліна Власюк,*

Галицький фаховий коледж  
імені В'ячеслава Чорновола;

Науковий керівник – викладач Алла Бездіжа

## **МЕДІАСПОЖИВАННЯ ПОКОЛІННЯ Z: ТРЕНДИ, ПЛАТФОРМИ, РИЗИКИ**

Соціальні медіа сьогодні виконують функцію не лише комунікаційного інструмента, а й середовища формування ціннісних орієнтацій, самоідентифікації та психологічного комфорту молодшої людини. Актуальність теми наукової роботи зумовлена тим, що цифрове середовище стало невід'ємною частиною повсякденності, істотно впливаючи на мислення, емоційний стан і соціальні зв'язки молоді.

Метою проведеного дослідження було вивчення специфіки медіаспоживання студентської та молодіжної аудиторії, а також аналіз їхньої поведінки у соціальних мережах.

Опитування, проведене серед 63 респондентів, дало змогу простежити характерні моделі користування медіа, визначити переваги різних платформ та оцінити рівень цифрової грамотності.

Покоління Z охоплює осіб, народжених приблизно у 1995–2010 рр. Вони зростали в умовах, коли інтернет був органічною складовою щоденного життя. Представники цього покоління мислять переважно візуальними образами, швидко реагують на інформаційні стимули, схильні до багатозадачності та сприйняття постійного потоку даних. Для них цифровий простір є не лише сферою дозвілля, а й способом мислення. Звідси походить феномен кліпового сприйняття, що характеризується розподілом уваги між численними короткими повідомленнями, відео та мемами, які водночас виступають засобами самопрезентації [2].

Результати дослідження засвідчили, що інформаційна активність покоління Z зосереджується навколо кількох ключових платформ. TikTok забезпечує швидкі емоційні реакції завдяки коротким відео; Instagram виконує функцію «вітрини» особистого життя; YouTube поєднує освітні та розважальні матеріали. Telegram і Discord формують закриті спільноти, побудовані на довірі, тоді як X (Twitter) зберігає роль середовища для коротких дискусій і суспільних коментарів. Така структура медіапереваг демонструє зсув від офіційних джерел до персоналізованого контенту.

Важливою тенденцією є домінування коротких форматів – сторіс, рілсів, шортів. Молодь надає перевагу динамічним відео, що не потребують значних когнітивних зусиль для сприйняття. Такий тип медіаспоживання ґрунтується на поєднанні швидкості, емоційності та персоналізації: користувач прагне отримати контент, який відповідає його актуальному настрою. Саме тому короткі форми стають універсальною мовою цифрового покоління [1].