

2. Заліпська І. Я. Чистота мови прямого ефіру (на матеріалі каналу «М1»). Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство. Тернопіль: Підручники і посібники, 2011. №1 (20). С. 94–100.
3. Культура мови: від теорії до практики: монографія / за ред. Л. Струганець Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2015. 228 с.
4. Поплавська Н. Комунікативні параметри футбольного репортажу. *Studia methodologica*. 2024. № 57. С. 61–71.
5. Струганець Л., Ленько О. Українська мова в національному телеефірі: моніторинг реалізації комунікативних ознак: монографія. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2019. 124 с.

Khrystyna Lototska,

Ternopil National Pedagogical University
named after Volodymyr Hnatiuk;
Scientific supervisor: Associate Professor
Olha Haida

FUNCTIONS OF MIXED-TYPE CONDITIONAL SENTENCES IN THE ENGLISH-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE

Mixed-type conditional sentences, commonly known as mixed conditionals, are grammatical structures that combine elements from different types of conditional sentences to express complex hypothetical scenarios involving different time frames. In media, these constructions are instrumental in conveying nuanced meanings, allowing journalists and content creators to discuss hypothetical situations, speculate on outcomes, and engage audiences with thought-provoking narratives.

Mixed conditionals typically merge aspects of the second and third conditional forms. They are used to describe situations where the time in the 'if' clause and the main clause differ, often combining past conditions with present results or present conditions with past results.

1. Past Condition with Present Result: This structure reflects on a past event that did not happen and its hypothetical effect on the present. *Structure:* If + past perfect, would + base verb. *Example:* If I had studied journalism, I would be working as a reporter now [1, p. 128].

2. Present Condition with Past Result: This form considers a current unreal situation and imagines how it could have affected a past outcome. *Structure:* If + past simple, would have + past participle. *For example:* If she were more diligent, she would have met the deadline [2, p. 130].

These structures allow for the expression of complex temporal relationships and hypothetical scenarios, which are prevalent in media narratives.

Mixed conditionals serve several functions in media contexts. **Speculation and Hypothesis:** journalists often use mixed conditionals to speculate on events, especially when discussing alternative outcomes or analyzing decisions [3, p. 214]. *For instance: If the government had implemented the policy earlier, the economic downturn might not be as severe now* or another example: *If Ukraine were a NATO member, it might have been able to prevent the escalation of the conflict* [4]. This illustrates a present to past relationship and serves to engage the reader in a hypothetical political analysis.

2. Emphasizing Consequences. Media narratives utilize mixed conditionals to highlight the consequences of actions or inactions, making the implications more relatable to the audience. *Example: If the company had invested in cybersecurity, it wouldn't be facing a data breach crisis today* [4].

3. Engaging Storytelling. In features and human-interest stories, mixed conditionals add depth by exploring “what if” scenarios, engaging readers emotionally. *Example: If he had taken the earlier flight, he would have missed the accident entirely* [4].

4. Persuasive Commentary. Editorials and opinion pieces often employ mixed conditionals to persuade readers by presenting hypothetical alternatives to current situations. *Example: If the city had prioritized public transportation, traffic congestion wouldn't be such a pressing issue now* [4]. Mixed conditionals are prevalent across various media formats. **News Reports:** Analyzing policy decisions and their impacts. *Example: If the health department had acted sooner, the outbreak wouldn't be affecting so many communities now.* **Documentaries:** exploring historical events and their present-day implications. *Example: If the treaty had been honored, the region might be experiencing peace today* [4]. **Opinion Pieces:** arguing for or against certain actions based on hypothetical scenarios. *Example: If the administration were more transparent, it would have avoided the current scandal* [4].

Mixed-type conditional sentences are powerful tools in media, enabling the articulation of complex ideas that span different time frames. They allow for nuanced storytelling, critical analysis, and persuasive argumentation, making them indispensable in journalistic writing and broadcasting. A thorough understanding of mixed conditionals enhances the ability to interpret media content critically and appreciate the depth of hypothetical discourse presented. In conclusion, mixed conditionals serve an essential role in both grammar and media discourse. Their ability to combine temporal frames allows speakers and writers to engage in reflective, critical, and speculative communication.

References

1. Azar B. S., Hagen S. A. Understanding and Using English Grammar. Pearson Education, 4th ed. 2009. 465 p.
3. Eastwood J. Oxford Practice Grammar: Advanced. Oxford University Press, 2005. 320 p.
3. Murphy R. English Grammar in Use. Cambridge University Press, 5th ed. 2019. 380 p.
4. The New York Times. April 6, 2025. URL: <https://www.nytimes.com/issue/todayspaper/2025/04/04/todays-new-york-times> (accessed 6.04.2025)

Ляхович Лілія,

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка;

Науковий керівник: кандидат педагогічних наук, доцент
Нестайко Ірина Миколаївна

МОВА СУЧАСНОЇ ПОЛЬСЬКОЇ РЕКЛАМИ

Реклама є невід'ємною частиною сучасного суспільства, що формує культурні та мовні тенденції. Польська рекламна мова зазнає постійних змін під впливом глобалізації, технологій та суспільних запитів. Дослідження мовних особливостей рекламних текстів дозволяє виявити основні тенденції розвитку польської мови, а також механізми впливу реклами на споживачів. У зв'язку з постійним зростанням конкуренції серед брендів та розширенням цифрового маркетингу, вивчення мовних стратегій реклами набуває особливої актуальності.

Сучасна рекламна мова зазнає швидких змін під впливом глобалізації, діджиталізації та розвитку соціальних мереж, що створює нові виклики для ефективної комунікації з аудиторією. Існує необхідність дослідити, як ці зміни впливають на сприйняття рекламних повідомлень та ефективність рекламних стратегій, особливо в контексті використання іншомовних запозичень та адаптації міжнародних трендів.

Мета дослідження- дослідити зміни в польській рекламній мові під впливом сучасних тенденцій, зокрема розвитку соціальних мереж, та проаналізувати використання англіцизмів в українських онлайн-ЗМІ.

Завдання:

- Розглянути етимологію та класифікацію реклами
- Проаналізувати вплив соціальних мереж на рекламну мову
- Дослідити використання емоційних та раціональних методів впливу в рекламі
- Вивчити особливості використання англіцизмів в українських мас-медіа