

УДК 811.111'42

Ольга ЛЛІК,

професор кафедри української мови, літератури та журналістики Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, доктор педагогічних наук, професор



Олександра ГРИЩЕНКО,

ліцеїстка суспільно-гуманітарного профілю (мовна галузь) КЗ «Чернігівський обласний науковий ліцей»

МОВНО-МИСЛЕННЄВІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СЕРГІЯ ПРИТУЛИ

У статті схарактеризовано мовно-мисленнєві засоби реалізації комунікаційних стратегій віртуальної мовної особистості Сергія Притули на матеріалі його медіаконтенту. З'ясовано, що віртуальна мовна особистість – це штучно спроектована й керована персоналія, яка існує в мережевому просторі, їй притаманні певні вербальні характеристики, вона використовує комунікативні стратегії й мовні засоби для досягнення поставленої мети.

Констатовано, що віртуальна мовна особистість Сергія Притули досить широко представлена в соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Twitter), до функціонування в кожній із них він підходить із певною стратегією, на основі вивчення цільової аудиторії, забезпечуючи подання інформації в тому форматі, який притаманний цьому медіаресурсу. У процесі дослідження проаналізовано медіаконтент віртуальної мовної особистості Сергія Притули, наукові праці з проблеми дослідження, а також матеріали інтерв'ю з персоналією.

Обґрунтовано, що функціонування віртуальної мовної особистості Сергія Притули ґрунтується на послідовному й системному використанні низки комунікаційних стратегій (раціонально-інформаційної, емоційно-мотиваційної, стратегії консолідації, прозорості, мовної гнучкості, автентичності), які реалізуються, зокрема, за допомогою низки мовно-мисленнєвих засобів (звертань, риторичних фігур, просторіч, оцінної й прецедентної лексики, жаргонізмів і

фразеологізмів). Це сприяє індивідуалізації мовлення віртуальної мовної особистості й активізації уваги підписників.

Ключові слова: мовно-мисленнєві засоби, віртуальна мовна особистість, медіаматеріали, комунікаційні стратегії, соціальні мережі.

LANGUAGE-MENTAL MEANS OF IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION STRATEGIES OF SERGII PRYTULA'S VIRTUAL LANGUAGE PERSONALITY

The authors of this article describe the language-mental means of implementing the communication strategies of Sergii Prytula's virtual language personality based on his media content. It was found that a virtual language personality is an artificially designed and controlled personality that exists in the network space, has certain verbal characteristics, and uses communicative strategies and language means to achieve the set goal. It was found that Sergii Prytula's virtual language personality is quite widely represented in social networks (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Twitter), and he approaches his functioning in each of them with a certain strategy, based on studying the target audience, ensuring the presentation of information in the format that is inherent in this media resource. In the process of the study, the media content of the virtual speech personality of Serhii Prytula, scientific works on the research problem, as well as interview materials with the personality were analyzed.

It is substantiated that the functioning of the virtual speech personality of Serhii Prytula is based on the consistent and systematic use of a number of communication strategies (rational-informational, emotional-motivational, consolidation strategy, transparency, language flexibility, authenticity), which are implemented, in particular, with the help of a number of language and thinking tools (addresses, rhetorical figures, colloquialisms, evaluative and precedent vocabulary, jargon and phraseology). This contributes to the individualization of the speech of the virtual speech personality and the activation of the attention of subscribers.

Keywords: language and thinking tools, virtual speech personality, media materials, communication strategies, social networks.

Постановка проблеми в загальному вигляді. В умовах тотальної диджиталізації й технологізації формується так звана віртуальна реальність, яка, з одного боку, є своєрідним відображенням сучасного суспільства, а з іншого, вона передбачає творення власного віртуального світу, із приманними йому механізмами й правилами функціонування, а також зі своїми персонажами – віртуальними особистостями, кожна з яких є результатом реалізації реальною людиною певної, спеціально розробленої комунікативної стратегії, спрямованої на досягнення відповідної мети. На основі аналізу наукових праць з'ясовано, що віртуальна мовна особистість – це штучно спроєктована й керована персоналія, яка існує в мережевому просторі, їй притаманні певні вербальні характеристики, вона використовує комунікативні стратегії й мовні засоби для досягнення поставленої мети. В умовах російсько-української війни на особливу увагу

заслужують віртуальні мовні особистості лідерів української громадської думки, які забезпечують тлумачення певних зовнішньо і внутрішньополітичних подій, а також сприяють активізації суспільної діяльності щодо участі в громадському житті. У цьому контексті на особливу увагу заслуговує постать Сергія Притули – українського громадського та політичного діяча, засновника Благодійного фонду Сергія Притули, волонтера, теле й радіоведучого, актора [4]. Його кар'єра на телебаченні веде свій відлік від 2004 року, зокрема з-поміж найбільш відомих проєктів варто згадати програму «Було ваше, стало наше» на телеканалі «Інтер», ранковий ефір Нового каналу, телешоу «Підйом», скетч-шоу «Файна Юкрайна», гумористичне шоу «Вар'яти», розважальне телешоу «Хто зверху?», а також «Педан-Притула шоу», національний відбір на пісенний конкурс «Євробачення» тощо [4]. Проте з початком повномасштабного вторгнення він припинив телевізійну діяльність і зосередився на волонтерській діяльності. Завдяки добре спланованій комунікації з широкими верствами населення йому вдається акумулювати суттєві кошти й допомагати військовим підрозділам, які боронять українську державність. Онлайнове спілкування віртуальної мовної особистості Сергія Притули з широкою аудиторією є прикладом добре налагодженої й дієвої взаємодії із соціумом, спрямованої на реалізацію певних комунікативних стратегій.

Аналіз останніх публікацій, у яких започатковане розв'язання проблеми. Проблема функціонування віртуальної мовної особистості в українському медіапросторі загалом і окремих персоналій зокрема на сьогодні залишається недостатньо дослідженою: спроби теоретичного осмислення поняття «віртуальна мовна особистість» здійснено в дисертаційних дослідженнях Є. Сазонової (місце й роль антропоніму в інтернет-комунікації), Є. Нікіфорової (типи віртуальних мовних особистостей у форумному просторі). Загальним аспектам функціонування віртуальної мовної особистості присвячені праці І. Великої, А. Загнітка, В. Папіш, Т. Храбан. Віртуальна мовна особистість Сергія Притули до сьогодні не стала предметом окремого лінгвістичного дослідження, окремі аспекти її функціонування висвітлювали О. Горшко, Н. Каширова [7]. До зазначеної проблеми ми вже зверталися в попередніх публікаціях [2; 3]. У процесі дослідження використано матеріали авторського інтерв'ю із Сергієм Притулою, яке відбулося 18 листопада 2025 року в онлайн-форматі.

Мета статті – схарактеризувати мовно-мисленнєві засоби реалізації комунікаційних стратегій віртуальної мовної особистості Сергія Притули на матеріалі його медіаконтенту.

Виклад основного матеріалу дослідження. У попередній публікації [3] вже було зацентровано, що віртуальна мовна особистість Сергія Притули в соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Twitter) послідовно й системно реалізує кілька комунікаційних стратегій:

- раціонально-інформаційну стратегію, що ґрунтується на точних звітах, фактах, цифрах, що підкріплюють довіру до персоналії, а відтак і до очолюваного нею фонду;

- емоційно-мотиваційну, що пов'язана з теплими зверненнями, закликами, повторами, короткими емоційними реченнями;
- стратегію прозорості, репрезентована через постійне пояснення процесів, відкритість до аудиту, звітування;
- стратегію консолідації, яка полягає у створенні ефекту «ми», що досягається шляхом уживання виразів «дякую всім, хто донатив», «ми зробили це разом»;
- мовної гнучкості, що виражається через поєднання офіційних і розмовних елементів, жаргонізмів, які роблять дописи Сергія Притули сучасними, а водночас близькими й зрозумілими для читачів;
- автентичності, яку можна розглядати як одну з основних, оскільки завдяки їй комунікація Сергія Притули сприймається як справжня, не така, що була штучно змодельована [3].

Аналіз дописів і відеоматеріалів Сергія Притули в мережевому дискурсі дає підстави для висновку щодо вербального сугестивного впливу цієї віртуальної мовної особистості на підписників. Дослідники розглядають вербально-сугестивний вплив як дискурсивно-семіотичний феномен, який передбачає використання мови з метою налагодження та підтримання психоемоційного зв'язку, приєднання до реальності суб'єкта, вплив на його свідомість та отримання доступу до несвідомого [6, с. 131]. Хоча задіяними в процесі вербально-сугестивного впливу є різноманітні рівні (фонологічний, номінативний, семантичний, синтаксично-логічний, контекстуально-смысловий, формально-символічний), проте зосередимося передусім на вербально-семантичному, адже, як слушно зауважує В. Чернобай, «успішне функціонування людської особистості неможливе без її ідентифікації через її мовлення» [5, с. 82]. Розглянемо мовні засоби, які віртуальна мовна особистість Сергія Притули використовує у своїх комунікаційних стратегіях у контексті мережевого дискурсу.

Передусім варто згадати про *звертання*, які, як зазначає Ф. Бацевич, виконують функцію організації інтеракції, тобто використання в процесі взаємодії мовних засобів для початку, підтримання й завершення контакту, зумовленого фокусуванням уваги на контактному елементі повідомлення [1]. Звертання, які вживає Сергій Притула («друзі мої», «люди», «українці»), на нашу думку, спрямовані на формування в підписників відчуття єдності, колективної спільності, згуртованості заради спільної благородної мети – захисту рідної країни. Вони також дають змогу персоналії створити опозицію за принципом «свої» (українці, усі, хто їх підтримує) – «чужі» (країна-агресор, а також її союзники). Це підсилюється присвійним займенником «наш», який Сергій Притула використовує в промовах, коли йдеться про українську армію («наші хлопці», «наш народ», «наші військові», «наші захисники»). Певна емоційність, що міститься в цих звертаннях, посилюється вигуками («це факт», «це правда», «це важливо!»), які системно повторюються в усних текстах Сергія Притули і сприяють активізації уваги реципієнтів, підсиленню ключових думок, ритмізації мовлення персоналії. Аналіз відеоматеріалів дає змогу констатувати, що постійне звернення персоналії до певних словесних формул сприяє також структуруванню

його висловлень, робить його мовлення виразним і запам'ятовуваним, а також чинить сугестивний вплив на підписників, сприяючи їхній консолідації.

Власне, окрім зазначених синтаксичних одиниць, досліджувана віртуальна мовна особистість активно послуговується ще й такими риторичними фігурами («*Так не можна!*», «*Ні, блін!*», «*Ви серйозно?!*»), що спрямовані на підсилення впливу, емоційне залучення слухачів, а також додають динамічності й переконливості його мовленню. До роздумів і висновків підписників мають спонукати й еліптичні конструкції («*це не про...*», «*і от тоді...*»), водночас вони передають природність розмовного потоку, відображають живе мислення мовця, є свідченням динамічності й спонтанності мовлення.

У зазначеному контексті варто згадати і про *емоційно-оцінну лексику* («*жах*», «*велика проблема*», «*катастрофа*», «*колосальний ризик*»), яку використовує досліджувана віртуальна мовна особистість для вираження емоцій, відображення суб'єктивного ставлення до певних подій чи ситуацій, репрезентації своєї громадянської позиції. Вважаємо, що вживання такої лексики посилює переконливість мовлення Сергія Притули, створює публіцистичний ефект і підкреслює його активну життєву позицію, а водночас спрямоване на виникнення певних реакцій у підписників.

Широко вживаною в мовленні досліджуваної персоналії є *прецедентна лексика*, яка відображає явища і процеси, які відбуваються в суспільстві. Зокрема, як зазначає Сергій Притула, у розмовах з людьми, які були залучені до волонтерства, «для лаконічності обміну інформацією, ми не казали один одному «добре», «гарзд», «почув», «погоджено», ми просто казали один одному «плюс» або «плюс-плюс», набравшись цього у військових» (зі стенограми інтерв'ю). Поступово лексика, пов'язана з реаліями життя в умовах війни, потрапляє до широкого вжитку, стає зрозумілою широким верствам населення, а відтак нею послуговуються і віртуальні мовні особистості лідерів громадської думки: «до 2014 року, коли я чув, як хтось каже «Дашка», то я, мабуть, засадничо сприймав це як дівоче ім'я. А після 2014 року перше, що мені приходило на думку, це крупнокаліберний кулемет ДШК» (зі стенограми інтерв'ю). Водночас Сергій Притула зауважує, що на поповнення його лексичного запасу впливає і науково-технічний прогрес, адже з'являються нові пласти застосування засобів ураження чи захисту: «до 2022 року практично ніхто не знав, що таке FPV-дрон, у розмовах українців не було словосполучення РЕБ. Зараз нікому не потрібно пояснювати, що означає НРК» (зі стенограми інтерв'ю). Загалом аналіз медіаконтенту Сергія Притули засвідчує, що він зазвичай використовує просту, неважку у сприйнятті лексику, а речення за своїм обсягом не перевищують 20-ти слів.

В. Чорнобай зауважує, що віртуальна спільнота проявляє себе як «досить прагматична, активно витискаючи з комунікації в мережі просторічну лексику» [5, с. 83]. Проте Сергій Притула активно використовує в публічному мовленні *просторіччя* («*фігня*», «*ніфіга*», «*по сраці*», «*доперло*»), які забезпечують природність мовлення, зменшують дистанцію між мовцем і слухачем, формують довірливий тон комунікації, яка є близькою і зрозумілою широкому загалу українців. Із цією ж метою він звертається і до фразеологізмів («*пороти гарячку*»,

«носити камін за пазухою», «як білка в колесі»), які, окрім того, дають змогу влучно й дотепно висловитися щодо певної ситуації, образно її схарактеризувати.

В окремих дописах Сергій Притула використовує жаргонізми, що мають ефект згрубілості («затрофеїли», «бісить триколор»), а подекуди й вульгаризми («пздець», «нахй»). Проте це не знижує рівня комунікації, а навпаки, робить її правдивою, живою, такою, яку розуміють «свої». Водночас, у дописах Сергія Притули завжди помітна чітка моральна позиція, а також фінальний акцент, який увиразнює сенс – забезпечення емоційної підтримки, заклик до дії, посилення віри в перемогу.

Оскільки в контексті мережевого дискурсу авторські цілі можна ототожнювати з текстовою концепцією, то завдяки доступному для сприйняття й осмислення вербально-семантичному рівню швидкість розуміння змісту медіаматеріалів Сергія Притули стає фактично миттєвою.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Обґрунтовано, що функціонування віртуальної мовної особистості Сергія Притули ґрунтується на послідовному й системному використанні низки комунікаційних стратегій (раціонально-інформаційної, емоційно-мотиваційної, стратегії консолідації, прозорості, мовної гнучкості, автентичності), які реалізуються, зокрема, за допомогою низки мовно-мисленневих засобів (звертань, риторичних фігур, просторіч, оцінної й прецедентної лексики, жаргонізмів і фразеологізмів). Це сприяє індивідуалізації мовлення віртуальної мовної особистості й активізації уваги підписників.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в аналізі механізмів функціонування віртуальної мовної особистості за рахунок більш широкої вибірки персоналій із українських лідерів думок, характеристики жанрів інтернет-журналістики, до яких вони звертаються в процесі публічної діяльності, а також контенту, який вони оприлюднюють.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2009.
2. Лілік О., Грищенко О. Віртуальна мовна особистість у контексті неолінгвістичних досліджень. Європейський досвід освітньої політики в сфері медіаграмотності: збір. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (24 жовт. 2025 р.). Чернігів: НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2025. С. 22-24.
3. Лілік О., Грищенко О. Комунікаційні стратегії віртуальної мовної особистості Сергія Притули (на матеріалах соціальних мереж). Вісник науки та освіти. 2025. №10 (40). С. 596-609.
4. Притула Сергій. Вікіпедія. URL: <https://surl.li/soyscq>. (дата звернення: 25.10.2025).
5. Чорнобай В. Мовна особистість та соціальні мережі. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: збір. матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (21 лютого 2024 р.). Ломжа-Ірпінь, 2024. С.81-84.
6. Шапар В. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків, 2007.
7. Horshko O., Kashyrova N. Reputation management of ukrainian political opinion leaders on social media in times of war (the Serhiy Prytula case). *The polish journal of the arts and culture*. 2024. Vol. 1, no. 19. P. 11–30.