

Анна ОГАР,

orcid.org/0000-0002-4917-8008

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри фундаментальних дисциплін початкової освіти

Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

(Дрогобич, Україна) annaogar@dspu.edu.ua

ДІМ ЯК МЕНТАЛЬНИЙ КОНСТРУКТ У СУЧАСНОМУ МЕДІАТЕКСТІ: СПОСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ

У статті розширено уявлення про динаміку ментальних утворень в умовах екзистенційних викликів, а також визначено лінгвістичні способи їхньої репрезентації в медіапросторі. Актуальність роботи зумовлена трансформацією соціокультурного простору, яка безпосередньо вплинула на переосмислення значеннєвого вмісту образу дому, зокрема в медіатекстах і в мережевому дискурсі. Публіцистичні тексти поєднують оперативність, динамічність, високу чутливість до суспільних зрушень і дають змогу якнайшвидше простежити динаміку суспільного мислення, процеси моделювання когнітивних структур і маркування аксіологічних пріоритетів епохи. У сучасних медіаматеріалах різних жанрів і типів домінують смислові компоненти, що кодують емоційні та психологічні виміри проблеми втрати дому. Центральним смисловим компонентом є власне «втрата дому», рефлексований через індивідуальні історії евакуації з окупації, руйнування матеріального простору та втрату близьких. На сюжетно-тематичному рівні це актуалізовано через опис психологічних аспектів пережиття втрати дому, конструювання нового дому, повернення з полону додому й вербалізовано через такі когнітивні ознаки, як: «омріяний і облаштований сім'єю простір», «артефакт, що втілює спогади», «дім – це Україна», «дім – це люди», «Крим – незамінний дім», «дім – це сама людина». Лексема «вдома» делокалізується, її значення виходить далеко за межі фізичного житла й ототожнює дім (Україну) зі станом безпеки, свободи, віднайдення себе та ментального повернення людини до повноцінного життя. Водночас у просторі соціальних мереж експліковано екзистенційну тугу за втраченим домом, його ототожнення з мікросоціумом (близькими людьми), конкретним локусом (містом). Дім тут схарактеризовано як мрію, інтенційне, справжнє багатство та незамінний психоемоційний стан комфорту. Результати дослідження демонструють, що медіатекст не просто рефлексує соціальні трансформації, але є інструментом конструювання когнітивної матриці сприйняття дійсності.

Ключові слова: публіцистичний стиль, медіатекст, медіаобраз, вербалізатор, мовний маркер, смисловий компонент, сюжетно-тематичний тип вербалізації.

Анна ОГАР,

orcid.org/0000-0002-4917-8008

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Fundamental Disciplines of Primary Education Department

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

(Drohobych, Ukraine) annaogar@dspu.edu.ua

HOME AS A MENTAL CONSTRUCT IN MODERN MEDIATEXT: WAYS OF VERBALIZATION

The article expands knowledge about linguistic images in the context of existential challenges, and also identifies linguistic ways of their representation in the media space. The transformation of the socio-cultural space directly influenced the rethinking of the semantic content of the image home in media texts and in network discourse and determines the relevance of the article. Journalistic texts combine efficiency, dynamism, high sensitivity to social shifts and make it possible to trace the dynamics of social thinking, the processes of modeling cognitive structures and marking axiological priorities of the era. In modern media materials of various genres and types, semantic components that encode the emotional and psychological dimensions of the problem of losing a home dominate. The central semantic component is «loss of home», transmitted through individual stories of evacuation from occupation, destruction of material space and loss of loved ones. Other plot-thematic types of verbalization were also identified: a description of the psychological aspects of experiencing the loss of a home, constructing a new living space, and returning from captivity, which is conveyed through such cognitive signs as: «a space dreamed of and arranged by the family», «an artifact that embodies memories», «home is Ukraine», «home is people», «Crimea is an irreplaceable home», «home is the person himself». The lexeme «at home» goes far beyond the boundaries of physical housing and identifies home with a state of security, freedom, self-discovery, and a person's mental return to a full life. At the same time, in the space of social networks,

existential longing for a lost home is verbalized, its identification with a micro-society (close people), a specific locus (city). Home is characterized here as a dream, intentional, real wealth, and an irreplaceable psycho-emotional state of comfort. The results of the study demonstrate that the media text not only reflects social transformations, but also is a tool for constructing a cognitive matrix of perception of reality.

Key words: *journalistic discourse, media text, media image, verbalizer, language marker, semantic component, plot-thematic type of verbalization.*

Постановка проблеми. Лінгвістика сьогодні антропоцентрична: інтерес дослідників спрямований на суб'єкт пізнання – на носія і творця мови, який і визначає її специфіку. Антропоцентрична парадигма є не просто системою знань і поглядів на певному етапі, а методологічною матрицею сучасних лінгвістичних досліджень. У межах цієї концепції виникли такі наукові напрями, як когнітивна лінгвістика, лінгвоконцептологія, психолінгвістика, теорія комунікації. Кожна з них прагнула визначити одиницю дослідження, хоча цей процес ускладнений кількома чинниками: 1) найперше ментальною природою об'єкта дослідження: слово є інструментом вербалізації когнітивно-психічних конструктів, які піддається аналізу лише опосередковано, через мову; 2) слово охоплює певне значення, хоча в межах антропоцентричної парадигми досліджують смисли, тобто те знання, що стоїть за мовними явищами, які й вибудовують співзначення, конотації, асоціації тощо; саме надглибинна семантика, змістові аспекти мовних форм є об'єктом наукового зацікавлення, яке полягає в зіставленні мовних фактів і категорій із ментальними репрезентаціями та тим досвідом, які вони як структури знання відбивають (Бріцин, 2009: 66); 3) відсутністю чіткої методики вивчення таких одиниць, адже ментальні утворення багатовимірні, що зумовлює численні труднощі їхнього моделювання й опису. Навіть обґрунтування методу вивчення абстрактних номенів залишає широкий простір для добору й вироблення прийомів вивчення ментальних утворень (наголосимо, що не будь-яких, а лише ключових, хоча трактування певного мовного явища як домінантного теж викликає багато запитань у наукових колах) як цілісності у свідомості образу предмета чи явища в його зв'язках з іншими предметами і явищами. Ще однією проблемою є вибір матеріалу дослідження: найповнішу картину дає поєднання вивчення лексикографічних джерел (тлумачні, аксіологічні словники, словники символів культури тощо), усього різноманіття мовних продуктів людини, серед яких еталонними є художні твори, але не менш інформативними є тексти інших стилів, серед яких виокремимо публіцистичні.

Публіцистичний стиль забезпечує передавання, поширення в національномовному про-

сторі суспільно-політичної, наукової, культурної інформації, реалізуючи інформативну, кумулятивну функції та функцію впливу на масову свідомість суспільства. Їхню реалізацію забезпечує загальноновживаний лексикон, який дуже чутливий до часових запитів соціуму, тому постійно оновлюється, поповнюється новою лексикою й тими сенсами, які вона втілює, забезпечуючи фіксацію еволюції суспільного життя, апеляції до різних часових зрізів національно-мовної пам'яті та уможливлення ідеологічно регламентоване словесне моделювання дійсності, уживання експресивних позитивно- і негативнооцінних мовних засобів, ідеологем тощо. Засобом створення публіцистичності є трансформовані прецедентні вислови, які є маркерами соціально-політичних пріоритетів часу. Динамічними є семантико-аксіологічні механізми вияву часових, ціннісних, ідеологічних, естетичних орієнтирів епохи у зв'язку зі змінами пріоритетів суспільно-політичного життя народу (Коць, 2020: 14).

Аналіз досліджень. Медіатекст в контексті актуалізації образів часто був об'єктом дослідження, зокрема на основі зарубіжних матеріалів, скажімо медіаобраз Україна в американських новинних текстах, який також зазнає змін через суспільно-політичну ситуацію (Бондаренко, Бурлака, Єршова, 2024). Так, А. Фрумкіна проаналізувала медіадискурс як простір вербалізації концепту свобода в українських і німецьких ЗМІ, виявивши, що попри спільне розуміння свободи як базової цінності в німецькомовному дискурсі домінує нормативно-правовий і громадянський вимір, тоді як в українському – екзистенційний, національно-політичний та емоційно-ціннісний, що зумовлено відмінностями історичного досвіду та актуального соціально-політичного контексту (Фрумкіна, 2026: 283). Так само є немало розвідок, які б репрезентували бачення дому в сучасному українському комунікативному просторі (Kovalevska, Denysevych, 2024). Однак праць, присвячених саме актуалізації образу дому в медіа, ми не виявили. Частково проаналізовано медіатексти як частину сучасного українського дискурсу, що демонструє сучасну трансформацію концепту дім, зумовлену суспільно-політичною ситуацією (Огар, 2025).

Мета статті полягає у виявленні та комплексному лінгвокогнітивному аналізі вербалізації образу дому як складного ментального конструкту в сучасному українському медіапросторі, а також у дослідженні його семантичної трансформації в умовах екзистенційних викликів.

Виклад основного матеріалу. Переваги публіцистичних текстів у вербалізації ключових мовних одиниць вбачаємо в поєднанні оперативності, динамічності, чутливості до змін в суспільстві. Також цим текстам властивий експліцитний характер подачі інформації через уживання семантично прозорих лексичних номінацій, що робить виклад доступним, чітким, логічним. Тож медіатексти матеріалізують динаміку мислення суспільства, транслиують національну пам'ять, не просто відбивають, а активно моделюють ментальні утворення, маркують пріоритети епохи, схоплюючи словом актуальні соціально-політичні, естетичні та ціннісні орієнтири народу в певний проміжок часу. Це й визначає цінність публіцистичних текстів для фіксації домінантних мовних одиниць та їхнього смислового обширу.

Сьогодні публіцистичний стиль отримує дедалі більше форматів вияву. Публіцистичний текст визначає зміст і мета – впливати на суспільну думку, переконувати, формувати громадянську позицію та спонукати до дії. Традиційні аналітичні статті, есе, нариси тощо давно отримали доповнення в радіо- та телеформатах, а згодом адаптувалися в інтернет-просторі: електронні та цифрові платформи та соціальні медіа. У науковому обігу функціонує й поняття медіатекст, специфіка якого визначена каналом передачі: це текст створений для масового поширення в медіа – на телебаченні, радіо, в інтернеті, соцмережі чи пресі. Його характерна риса – багатовимірність: можливість поєднання з аудіовізуальними елементами – зображеннями, відео, графіками, звуком або гіперпосиланнями. Дослідники так трактують медіатекст: «поліфункціональна гетерогенна смислова система, яка є продуктом вербалізації когнітивної діяльності індивіда та об'єктом і результатом цілеспрямованого конструювання смислів відповідно до прагматичної орієнтації ЗМІ» (Медіалінгвістика, 2014: 101–102). Медіатекст творить особливий вид комунікативного дискурсу, який презентує інформацію соціальної значущості. Виникає питання, чи підпадає допис окремого користувача (що важливо для нашого дослідження) під трактування медіатекст. Тут є аргументи як за, так і проти. Широка аудиторія, гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність свідчать, що так. У юридичній площині

зафіксовано тенденцію, коли суди прирівнюють загальнодоступні особисті сторінки користувачів у соціальних мережах до медіа зважаючи на те, «що вони дозволяють поширювати інформацію необмеженому колу осіб, а спосіб такого поширення розрахований на масове сприйняття інформації. Такий підхід підтримує і Верховний Суд». Проти лежна думка базована на тому, що зазвичай це міжособисте спілкування перенесене в інтернет (допис на закритій сторінці для дуже обмеженого кола друзів, що не має суспільної цінності) (Правова...).

Матеріалом розвідки слугуватимуть медіатексти в класичному розумінні, а також дописи окремих користувачів в соцмережах, які є загальнодоступні, розраховані на масове сприйняття та мають, на нашу думку, суспільну значущість, адже вони також передають актуальні соціально-політичні, естетичні та ціннісні орієнтири народу в конкретний час, але мають певну певну особливість – вираження широкого спектру особистих емоцій. Саме вони додають важливих, а часом ключових, штрихів до характеристики певного мовного явища.

Медіадискурс загалом, як і дискурс соціальних мереж, посідає центральне місце в сучасному комунікативному просторі, репрезентуючи способи колективного осмислення соціальної реальності, творячи когнітивні моделі та формуючи структуру концептуального досвіду суспільства. Медіатексти постають одним з найдинамічніших каналів актуалізації, закріплення й трансформації ментальних утворень. Інформаційна насиченість, висока швидкість циркуляції повідомлень і дискурсивна багатоманітність саме текстів сучасного комунікативного простору, насамперед медіапростору, формують оперативний рівень суспільної свідомості, де формуються та активно функціонують ідеологеми, культурні сценарії та цінності (Фрумкіна, 2026: 280). На такому рівні тексти не просто подають факти, а моделюють реальність, надаючи їй певних екзистенційних чи ідеологічних смислів. Водночас вони більш прямолінійні та однозначні, ніж художні твори, які виражають рефлексію, є голосом колективного позасвідомого, що уявляє культурні особливості, універсальні цінності та нюанси світосприйняття, відображає відчуття особистісної та національної самоідентифікації, поціновування свободи (Вертиполох, 2024: 73). Це важливо з огляду на те, що тексти соцмереж теж демонструють рефлексивні процеси. Як бачимо, аналіз медіатекстів і текстів соцмереж дає змогу оперативно й достовірно відтворити сучасну мовну картину світу, що можливо завдяки їхній динамічності та чутливості до змін. Зазначимо, що дослідники медіа оперують

поняттям медіаобраз, який розуміють як одиницю засобів ЗМІ, що є художньою конструкцією, спрямованою на моделювання не так фактичного, як емоційного компонента факту, події тощо (Бондаренко, Бурлака, Єршова, 2024: 47). Тож сьогодні йдеться про формування певного образу в медіа на основі художнього конструювання, де емоційний компонент превалює над поняттєвим.

Поняття дому є універсальною фундаментальною культурною константою. Він постає базовою лінгвоментальною координатою, яка структурує світосприйняття людини, маркує межі її ідентичності та трансформує фізичний простір у сакральний осередок безпеки, духовних цінностей і зв'язку поколінь. Дім втілює безпеку, ідентичність і культуру, є переходом від хаосу зовнішнього світу до впорядкованого особистого простору, формує основу для соціалізації, духовного розвитку та збереження традицій (Огар, 2025: 86–88). Війна сильно вплинула на картину світу українців та їхнє осмислення цінностей. Омовлення демонструє контраст між довоєнним трактуванням дому й підчасвоєнним, між семантичною динамікою й емоційно-експресивним ореолом слова-стимула дім у різних екстралінгвальних умовах. Так, спільним є розуміння дому як 'місця родини', 'місця проживання', 'квартири', 'кімнати', 'будинку', які і домінують у структурі асоціативного поля на початку 2000-х років. В асоціативному полі 2022 року превалюють реакції, які мають не констативний, нейтральний характер, а виявляють відчуття, емоції, мають уяскравлену конотативність, наприклад, дім – це затишок, тепло, спокій, захист, комфорт тощо, а також характерні власне для сучасних реалій війни реакції (безпека, Україна), що ілюструє загострене усвідомлення звичайних явищ, але насправді – концептуальних, фундаментальних цінностей українців (Kovalevska, Denysevych, 2024: 115). Якщо дослідження виявляють універсальні та унікальні для кожної національної мовної картини світу смислові компоненти, то для української характерна трансформація і домінантність таких, які відсутні або периферійні в інших. Дослідження цих змін не могло не отримати наукової фіксації. Однак збільшення й розширення вербалізації образу дому в медіа та в соціальних мережах змушує детальніше зупинитися на цьому питанні.

Відзначимо, що в українських медіа сьогодні головним смисловим компонентом є «втрата дому», який активно розвивається, розбудовується новими конотаціями й асоціаціями. Поширеними є розповіді про людей, які втратили дім і намагаються його створити на новому місці. Журналісти

BBC News Україна розкривають трагічні наслідки війни для українців саме через історію однієї оселі: російський військовий сам знімає руйнацію його армією дому героїні, дому, який сім'я будувала 10 років, вклавши стільки зусиль, грошей, любові, витворюючи свій затишок (Куришко, Аракелян, Преображенська, Горянов, 2024). Дім вербалізовано як омріяне та створене сім'єю святе, але крихке перед варварством місце.

Такий типовий сюжет: сім'я тільки-но придбала/збудувала будинок – його зруйновано/через постійні обстріли не можливо там жити – намагання влаштувати життя, значною частиною якого є спогади-мрії про свій втрачений дім. Скажімо, така історія Ірини та Артема. «Частинка дому, яку ми взяли із собою, – це наші фотоальбоми. Меблі можна купити знову. Техніку замінити. А фотографії, спогади про минуле життя – ні» (Цибко, 2026). Дім втілюють фотографії через спогади, тому він є доти, доки пам'ять про нього плекають, бо він у серці людини.

Не завжди дім втілює якась його частинка через спогади, часто відчуття дому навпаки масштабується, розширюється, як у письменниці А. Грувер. «Уже 9-й рік як я не маю дому. 9-й рік, як я намагаюся усвідомити свою бездомність...<...> Знову вдруге прийшли до мого дому, прийшли до мого дому знову ж таки на Сході. Для моїх батьків це був дійсно дім... І я відчуваю себе зараз парадоксально бездомною вдома, бо Україна – це мій дім» (Буча...). Тут дім – це вся Україна, на затишок і спокій якої зазіхнули, розмивши поняття вдома.

Відзначимо, що втрата дому двічі-тричі – це не поодинокі історії (Двічі..., 2026). Кожна втрата вимушена, пов'язана з окупацією та руйнуваннями, а разом з домом українці втрачають родини, все нажите, минуле життя. Тож дім – це близькі люди, це минуле в спогадах, це кожна облюбвана річ. Такі розповіді, попри те, що втрата дому асоціюється із втратою себе, «наче в нас взяли і відрізали коріння», здебільшого мають оптимістичне завершення: про надії на повернення, про перетворення чужих міст на свій дім, хоча в серці прірва, про відродження з руїн до впевненості

Окремо скажемо про статтю-рецензію на документальний фільм «Втрачений дім» – розповідь про війну, а саме: багатьох людей, які втратили дім, а також доми для тварин – кінного клубу та притулку, сотні тварин в яких загинули від вибухів і від розстрілів. Попри те, що схожі історії про втрату дому вже чули і бачили, але тут акцентовано жорстокість і нелюдськість росіян. Ключовою фразою є цитата з культового фільму «Володар перснів»: «Я відчуваю зло у воді, у повітрі»

(Скляревська, 2022). Саме ця фраза відсилає до орків – агресивних потвор-варварів, що слугують уособленню зла й позбавлені всього людського. Оглядачка відзначає, що фільм передає живий біль від втрати дому, близьких, зрештою, всього, що творило життя героїв, акцентуючи на причині цього – російських військових. Ні самому відео, ні героям не стало слів передати усе це жахиття, тому вони апелюють до відомих орків і художніх зображень кінотрилогії, щоб донести світові, сформувати образ варварів, які не мають нічого людського, та задокументувати їхні злочини. У статті втрата дому – це драма та трагедія.

Культурне осмислення феномену через візуальну публіцистику та мистецтво, як-от виставка «Дім постійного вигнання», висвітлена на Суспільне Культура. Розуміння втраченого дому кримськими татарами особливе: корінний народ Криму депортували; вони зазнали «дискурсивного винищення» – «знищення письмової та усної пам'яті кримських татар, спрямоване і на минуле спільноти, і на уявлення про майбутнє»; у 2024 російські військові знову захопили їхній дім. Тож зрозуміло, що в роботах митців життя постає надкрихким та ефемерним, а «відчуття дому для нього залишається недосяжним: його не вдавалося добудувати ні в Криму, ні тепер у Києві» (Історія..., 2025). Для цього народу Крим є домом, який неможливо замінити. Домом, який кримські татари обживали та пізнавали через турботу попри несприятливі умови. Ця виставка наштовхнула авторів статті на певні висновки: «після початку війни українці як мультиетнічна спільнота стикнулися з глобальним досвідом втрати дому, переселення й вигнання. Частина суспільства перебуває в стані постійного транзиту. Від 2022 року українці та українки присутні майже в кожній країні західного світу – як біженці та біженки. Дім уже не лише будівля – стіни вразливі й недовговічні, – а радше практика соціальної краси, пам'яті, турботи та піклування одне про одного» (Історія..., 2025).

Інший сюжетний тип вербалізації в медіа втраченого дому – пережиття цієї втрати, зокрема розмови з психологами. Наголосимо, що психологічні аспекти втрати дому медіа актуалізують найчастіше: ми опрацювали понад 20 таких матеріалів в медіа різних рівнів і типів. Скажімо, подкаст «Де не стоятиму – вистою», який свою мету формулює через запитання: «Що відчуває людина, втративши дім? Як пережити цю втрату та не загубити в ній себе?» (Не стримуйте..., 2022). «Українська правда» пропонує кілька статей такого типу. Це болючий досвід, адже дім – це не лише житло, а продовження людини. «Втрата дому

означає втрату великої частини власного життя» (Мосорко, 2022), а образ дому – це місце, де ми відчуваємо себе справжніми, втішеними та захищеними. Сильна емоційна прив'язка до дому як символу стабільності та безпеки зумовлена тими зусиллями, яких доклали, аби створити для себе таке місце.

Такі матеріали втрату дому вербалізують крізь призму травми, «бо і фізична втрата будинку, і у ширшому сенсі, втрата дому, куди ти не можеш повернутися, – це зникле відчуття безпеки» (Не стримуйте..., 2022). Його компенсують близькі, однодумці та улюблена справа. Біль від втрати дому провокує низку емоцій, які супроводжують заперечення, злість, торг, депресію – від суму та апатії – відвертої агресії, тобто втрата дому – це втрата відчуття безпеки й переживання це на емоційному рівні.

До цього ж типу віднесемо відеоогляд «Двічі втратити дім, але не втратити себе: у Чернівцях презентували книжку-подорож Анастасії Овчарової «Ми з тобою ще зустрінемося». Письменницею керувало бажання поділитися власним досвідом і так розрадити людей із таким самим досвідом, адже переживати втрату дому варто не на самоті, а в колі однодумців. Головний посил і відеоматеріалу, і самої книжки – це надія. Втрата дому – це про війну, про переселення, про біль, про сльози, про втрати і водночас про силу, про життєствердність, погляд у майбутнє (Двічі..., 2026).

Ще один сюжетний тип медіаматеріалів про створення дому для тих, хто вимушено його покинув. І йдеться саме про житло – комфортне, добре обладнане, яке вже люди перетворюють на справжній дім. Якщо попередній матеріал задавав напрям від духовного відновлення до фізичного віднайдення дому, то тут навпаки – від фізичної будівлі, яку перетворюють в новий дім. Назва проєкту КО-ХАТИ – це мовна гра, побудована на співзвуччі та переплетенні значень слів кохати і хати, а його смисл: КО – це колаборативний, а ХАТИ – українська хата, дім. Проєктанти сфокусувалися не на тимчасовому житлі, яке не дає відчуття дому, а саме житлі постійному (Як знаходити...). Організатори прагнуть збудувати не центр перебування, а саме дім: для них важливо характеризувати його словами любов і гідність, для в ньому намагаються створити затишок завдяки текстилю, рослинам, декору тощо. Тобто розмежовано «поселення в кімнату» і «створення дому». Останнє передбачає перебування поруч із близькими людьми й облаштування з любов'ю, а процес створення нового дому актуалізовано через зображення стійкості та об'єднання українців.

Відзначимо, що україномовні медіа здебільшого вербалізують емоційні, психологічні складники проблеми втрати дому шляхом розповіді історій конкретних героїв, які настільки щемливі та болючі, що часом розмивають межі публіцистичного стилю, нагадуючи повість чи новелу. Англomовні більше наводять аналітичні та статистичні дані (щонайменше 10 млн українці були змушені покинути свої домівки, відсоткові дані щодо вікових, часових характеристик і країн розселення тощо) (Ramsay, 2022). Розбіжності між способами актуалізації є закономірними. Вони зумовлені різницею в аудиторії, меті публікацій, соціокультурному контексті та психологічній дистанції до подій війни. Українському читачеві не потрібно доводити катастрофічність цих подій, адже він бачить їх щодня, тому медіа фокусуються на глибинних сенсах, а не на констатації масштабів. Конкретні історії фіксують як свідчення для майбутнього, а художні засоби допомагають зберегти пам'ять про емоційну глибину трагедії, яку суха статистика передати не здатна. Тож близькість і глибина пережиття втрати дому (часто українські журналісти самі втрачали дім або були безпосередніми свідками цього), актуальність та масовість цієї травми для українців не може не вплинути на її вербалізацію навіть у публіцистичному стилі.

Унікальним об'єктом для аналізу є телеканал «Дім»: сама його назва стає центральним мовним маркером, що вербалізує концепт «дім» як простір безпеки, ідентичності та психологічного прихистку. Сьогодні канал позиціонує себе як «надійне джерело інформації, підтримки та єдності з рідною країною для українців по всьому світу. Ми консолідуємо світове українство і небайдужих іноземців довкола українського порядку денного, знайомимо світ із феноменом української багатонаціональної ідентичності, культурної самобутності, хоробрості, згуртованості й патріотизму» (Телеканал...). Це демонструє розширення семантики образу від географічно-політичних кордонів до ментального та емоційного єднання. Вербалізація цього образу активно конструюється через лексичні маркери у назвах програм власного виробництва, де кожне згадування слова «дім» чи «вдома» програмує у свідомості глядача відчуття стабільності, затишку та нерозривного зв'язку з рідною землею. Так медіатексти каналу транслюють «дім» не просто як втрачену фізичну споруду, а як живий мовний конструкт, що виконує терапевтичну функцію, інтегрує вимушених мігрантів у нові реалії та слугує віртуальним містком для майбутнього повернення. Окрема рубрика «Коли вже вдома» розповідає про українців, які пережили

російський полон, та їхню адаптацію до цивільного життя після звільнення. Тут лексема «вдома» виходить далеко за межі фізичного житла, а утожнює дім (Україну) зі станом безпеки, свободи, віднайдення себе та ментального повернення людини до повноцінного існування у суспільстві після пережитих жажів. Уся ефірна сітка телеканалу підпорядкована єдиній когнітивній стратегії, спрямованій на масштабну вербалізацію поняття «дім» та поліаспектне висвітлення його сутнісних характеристик. Інші проекти телеканалу так само активно долучені до конструювання цього медіадискурсу, масштабуючи значення досліджуваного образу від суто фізичного простору чи географічної локації до глибинних ментальних, соціокультурних та філософських сенсів. Через систему лінгвістичних і тематичних маркерів контент каналу транслює «дім» як багатограний емоційний феномен, нерозривно пов'язаний із категоріями безпеки, свободи, тривкої національної приналежності та ментального прихистку.

Окремо відзначимо матеріалізацію образу дому в соціальних мережах, які здебільшого сконцентровані на відбитті індивідуального досвіду, внутрішнього світу користувачів, а їхня цінність полягає в масовості вияву. Через оперативність і широкі можливості для самовираження соцмережі фіксують актуальні настрої, миттєво вловлюють «дух часу». Втрата дому тут посідає центральні позиції. Скажімо, масово українці на Великодні свята публікували аудіовізуальний контент, що передбачав запитання на кшталт «Я на Великдень додому, а ти?» і відповідь на зразок «А я з Луганської області (з Донецької області, зі Слов'янська, з Вугледару, з Сіверськодонецька, з Херсона...)...» або зображення зруйнованого, розбитого, спаленого дому. Лише український контекст дає правильне розуміння відповіді: «Я не можу побувати вдома». Це спосіб колективного висловлення туги за зруйнованими рідними містами є вираженням власної ідентичності, свого внутрішнього світу, яке не втискається у вербальні рамки, а потребує аудіовізуального формату. Дім ототожнено з рідним містом, малою батьківщиною (рис. 1).

Додатковими засобами уявлення болю від втрати дому є надписи на зразок «Рана, яка не загоїться ніколи», «Вже 4 роки я не була вдома» тощо, доповнені відповідним пісенним супроводом й емодзі «розбите серце». Усе це сукупно об'єктивує глибину болю втрати дому, яка водночас є також втратою рідних, колишнього спокійного життя, внутрішньої і зовнішньої свободи, а передати цей обшир смислу лише словами часом не можливо. Так соцмережі слугують не лише

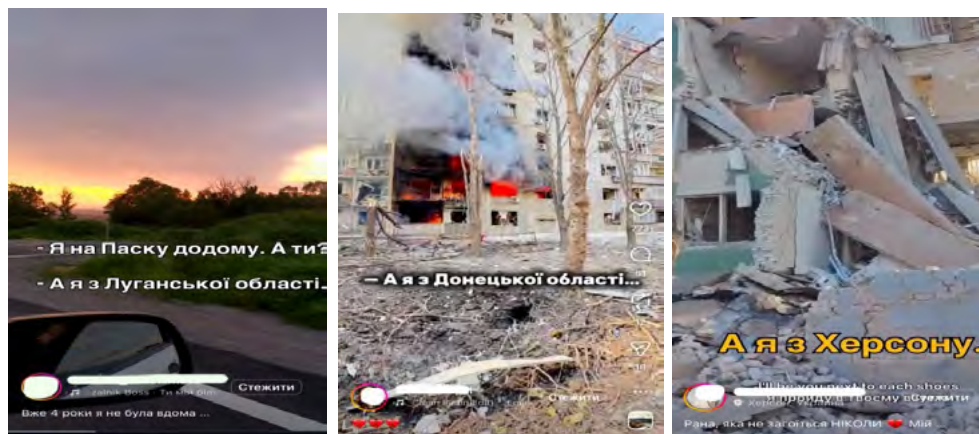


Рис. 1. Скриншоти з інстаграм-сторінок українок

засобом ословлення особистих почуттів і цінностей, а також платформою для колективного вираження та підтримки.

У соцмережах також актуалізовано низку інших смислових компонентів, серед яких виокремимо найяскравіші (табл. 1).

Таблиця 1

дім – це люди		дім – це незамінність	
дім – це: 1) мрія; 2) певне місто (хоча під постійною загрозою сьогодні)		дім – це справжнє багатство	

Висновки. Як бачимо, медійний дискурс посідає чільне місце в сучасному комунікативному просторі, відбиває способи колективного осмислення соціальної реальності, творячи так когнітивні моделі та формуючи структуру концептуального досвіду суспільства. Медіатексти постають одним з найдинамічніших каналів актуалізації, закріплення й трансформації ментальних утворень.

Війна сильно вплинула на картину світу українців та їхнє осмислення цінностей, демонструючи контраст між довоєнним трактуванням й підчасвоєнним. На прикладі образу дому бачимо, що спільним є розуміння його як 'місця родини', 'місця

проживання', 'квартири', 'кімнати', 'будинку'. Під час війни превалюють реакції, які мають не констативний, нейтральний характер, а виявляють відчуття, емоції, мають уяскравлену конотативність, наприклад, дім – це затишок, тепло, спокій, захист, комфорт тощо. Центральним смисловим компонентом є власне «втрата дому». На сюжетно-тематичному рівні це актуалізовано через опис психологічних аспектів пережиття втрати дому, створення нового, повернення з полону додому та вербалізовано через такі когнітивні ознаки, як: «омріяний і облаштований сім'єю простір», «артефакт, що втілює спогади», «дім – це Україна»,

«дім – це люди», «Крим – незамінний дім», «дім – це сама людина». Лексема «вдома» делокалізується, виходить далеко за межі фізичного житла й отожднює дім (Україну) зі станом безпеки, свободи, віднайдення себе та ментального повернення людини до повноцінного життя. Водночас у просторі соціальних мереж експліковано екзистенційну тугу за втраченим домом, його отожднювання

з мікросоціумом (близькими людьми), конкретним локусом (містом). Дім тут схарактеризовано як мрію, інтенційне, нематеріальне багатство та незамінний психоемоційний стан комфорту.

Результати дослідження демонструють, що медіатекст не просто рефлексує соціальні трансформації, але і є інструментом конструювання когнітивної матриці сприйняття дійсності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко К. Л., Бурлака В. С., Єршова А. А. Корпусне дослідження медіаобразу «Україна» в американських новинних текстах. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. Випуск 2 (209). С. 45–51. DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-209-6>
2. Бріцин В. Когнітивні аспекти в категорійно-функціональній граматиці. *Мови та культури у новій Європі: константи і самобутність*: збірник наукових доповідей. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. С. 65–70.
3. Буча, Донецьк, Харків: українські поетки про втрачений дім та буття жінкою у війну. Феміністична майстерня. Блог. URL: <https://femwork.org/blog/feministky-pro-wiunu-9/>
4. Вертиполох О. В. Принцип «айсберга» в сучасній українській поезії про війну. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. Вип. 3 (210). С. 71–76. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-210-10>
5. Двічі втратити дім, але не втратити себе: у Чернівцях презентували книжку-подорож Анастасії Овчарової «Ми з тобою ще зустрінемося». *Телерадіокомпанія ТВА / TVA*. 2026. URL: <https://www.facebook.com/watch/?v=1673107507298734>
6. Історія кримських татар, деколонізація, пам'ять і втрата дому: якою вийшла виставка «Дім постійного вигнання». 18 вересня 2025. *Суспільне Культура*. URL: <https://surl.li/iznmuh>
7. Коць Т. А. Поняттєва парадигма публіцистичного стилю в академічному проєкті «Українська стилістика: енциклопедія». *Українська мова*. 2020. № 1. С. 13–26. DOI: <https://doi.org/10.15407/ukrmova2020.01.013>
8. Куришко Д., Аракелян В., Преображенська Т., Горянов А. «Там, де я тримала закрутки, помирили люди». Історія будинку № 17 з Вугледару. *BBCNewsУкраїна*. 11 жовтня 2024. URL: <https://surl.li/qiekzc>
9. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.
10. Мосорко А. У мене немає дому. Чому так боляче втрачати рідні стіни та як знайти сили рухатися вперед. *Українська правда*. 2 жовтня 2022. URL: <https://surl.li/bvpgiy>
11. Огар А. Трансформація концепту дім в сучасному українському дискурсі. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 2025. Вип. 62. С. 82–94. DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2025.62.10>
12. Не стримуйте почуттів: кричіть, плачте, зліться, – психологиня про те, як пережити втрату дому. *Громадське радіо. Подкаст «Де не стояти – вистою»*, 21.10.2022. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/de-ne-stoiatymu-vystoiu/1105270>
13. Правова неузгодженість: чому суди прирівнюють особисті сторінки у соцмережах до медіа. *Платформа прав людини*. URL: <https://surl.li/fsidwf>
14. Складєвська Г. «Втрачений дім». Чергова розповідь про трагедії і драми людей, що пережили окупацію. *Детектормедіа*. 6 вересня 2022. URL: <https://surl.li/jecjgm>
15. Телеканал «Дім». URL: <https://www.youtube.com/@kanalDIM>
16. Цибко А. Фотоальбоми спогадів про втрачений дім: історія однієї родини зі Слов'янська. ІОМ Україна: вебсайт. 10 лютого 2026. URL: <https://ukraine.iom.int/uk/stories/fotoalbomy-spoahadv-pro-vtrachenyy-dim-istoriya-odniyeyi-rodyny-zi-slovyanska>
17. Фрумкіна А. Л. Медіадискурс як простір актуалізації концептів в українських та німецьких ЗМІ (на прикладі концепту СВОБОДА / FREIHEIT). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2026. Том 37 (76). № 1. Частина 1. С. 278–284. URL: <https://surl.li/uwjzxx>
18. Як знаходити дім тим, хто втратив його через війну – Анна Пашинська, проєкт KO-XATI *Video NV*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OCZVF4QY-58>
19. Kovalevska T. Yu., Denysevych O. Psycholinguistic interpretation of the concept of home: Ukrainian realities. *Opera in linguistica ukrainiana*. 2024. Vol. 31. P. 111–122. DOI: 10.18524/2414-0627.2024.31.309465
20. Ramsay G. A quarter of Ukrainians have fled their homes. Here's where they've gone. *CNN*. 2022. March 21. URL: <https://surl.li/sxkyjy>

REFERENCES

1. Bondarenko, K.L., Burlaka, V. S. & Yershova, A. A. (2024). Korpusne doslidzhennya mediaobrazu «Ukrayina» v amerykanskykh novynnykh tekstakh [Corpus study of the media image of «Ukraine» in American news texts]. *Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky*, 2 (209), 45–51. DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-209-6> [in Ukrainian].

2. Britsyn, V. (2009). Kohnityvni aspekty v katehoriyno-funktsionalniy hramatytsi [Cognitive aspects in categorical-functional grammar]. *Movy ta kultury u noviy Yevropi: kontakty i samobutnist* : zbirnyk naukovykh dopovidey. Kyiv : Vydavnychyy dim Dmytra Buraho, 65–70 [in Ukrainian].
3. Bucha, Donetsk, Kharkiv: ukrayinski poetky pro vtrachenyy dim ta buttya zhinkoyu u viynu [Bucha, Donetsk, Kharkiv: Ukrainian poets about the lost home and being a woman in war]. *Feministychna maysternya*. Bloh. URL: <https://femwork.org/blog/feministky-pro-wiunu-9/> [in Ukrainian].
4. Vertypolokh, O. V. (2024). Pryntsyp «aysberha» v suchasniy ukrayins'kiy poeziyi pro viynu [The principle of the «iceberg» in modern Ukrainian poetry about the war]. *Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky*, 3 (210), 71–76. <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-210-10> [in Ukrainian].
5. Dvichi vtratyty dim, ale ne vtratyty sebe: u Chernivtsyakh prezentuvaly knyzhku-podorozh Anastasiyi Ovcharovoyi «My z toboyu shche zustrinemosya» [Lose your home twice, but don't lose yourself: Anastasia Ovcharova's travel book «We'll meet again» was presented in Chernivtsi]. *Telestudiokompaniya TVA / TVA*. 11 June 2026. URL: <https://www.facebook.com/watch/?v=1673107507298734> [in Ukrainian].
6. Istoriya krymskykh tatar, dekolonizatsiya, pamyat i vtrata domu: yakoyu vyyshla vystavka «Dim postiynoho vyhnannya» [History of the Crimean Tatars, decolonization, memory and loss of home: how the exhibition «House of Permanent Exile» turned out]. 18 September 2025. *Suspilne Kultura*. URL: <https://surl.li/iznmuh> [in Ukrainian].
7. Kots, T. A. (2020). Ponyatyeva paradyhma publitsystychnoho stylu v akademichnomu proyekti «Ukrayinska stylistyka: entsyklopediya» [The conceptual paradigm of the journalistic style in the academic project «Ukrainian stylistics: encyclopedia»]. *Ukrayinska mova*, 1, 13–26. DOI: doi.org/10.15407/ukrmova2020.01.013 [in Ukrainian].
8. Kuryshko, D., Arakelyan, V., Preobrazhenska T. & Goryanov, A. (2024). «Tam, de ja trykala zakrutky, pomiraly lyudy». Istoria budynku № 17 z Vughledaru [«Where I held the twists, people died». The story of house No. 17 from Vugledar]. *BBCNewsUkraine*. Retrieved May 5, 2025. URL: <https://surl.li/qiekzc> [in Ukrainian].
9. Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat [Media linguistics: dictionary of terms and concepts] / za red. L.I. Shevchenko. (2014). Kyiv: VPTS «Kyivskii universytet» [in Ukrainian].
10. Mosorko, A. U mene nemaye domu. Chomu tak bolyache vtrachaty ridni stiny ta yak znayty syly rukhatysya vpered [I don't have a home. Why it hurts so much to lose your native walls and how to find the strength to move forward]. *Ukrayinska pravda*. 2 October 2022. URL: <https://surl.li/bvpgiy> [in Ukrainian].
11. Ohar, A. (2025). Transformatsiya kontseptu dim v suchasnomu ukrayinskomu dyskursi [Transformation of the concept of home in modern Ukrainian discourse]. *Problemy humanitarnykh nauk* : zbirnyk naukovykh prats Drohobyskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriya «Filolohiya», 62, 82–94. DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2025.62.10> [in Ukrainian].
12. Ne strymuyte pochuttiv: krychit, plachte, zlytsya, – psykholohynya pro te, yak perezhyty vtratu domu [Don't hold back your feelings: scream, cry, get angry – a psychologist on how to survive the loss of a home]. *Hromadske radio. Podcast «De ne stoyatymu – vystoyu»*, 21.10.2022. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/de-ne-stoiatymu-vystoiu/1105270> [in Ukrainian].
13. Pravova neuzhodzenist: chomu sudy pryirivnyuyut osobysti storinky u sotsmerezkhakh do media [Legal inconsistency: why courts equate personal pages on social networks with media]. *Platforma prav lyudyny*. URL: <https://surl.li/fsidwf> [in Ukrainian].
14. Sklyarevska, H. (2022). «Vtrachenyy dim». Cherhova rozpovid pro trahediyi i dramy lyudey, shcho perezhlyly okupatsiyu [«The Lost Home». Another story about the tragedies and dramas of people who survived the occupation]. *Detektormedia*. URL: <https://surl.li/jecjqm> [in Ukrainian].
15. Telekanal «Dim» [TV channel «Home»]. URL: <https://www.youtube.com/@kanalDIM> [in Ukrainian].
16. Tsybko, A. (2026). Fotoalbomy spohadiv pro vtrachenyy dim: istoriya odniyeyi rodyny zi Slovyanska [Photo albums of memories of a lost home: the story of one family from Slavyansk]. IOM Ukrayina: veb sayt. 10 February 2026. URL: <https://ukraine.iom.int/uk/stories/fotoalbomy-spohadiv-pro-vtrachenyy-dim-istoriya-odniyeyi-rodyny-zi-slovyanska> [in Ukrainian].
17. Frumkina, A. L. (2026). Mediadykurs yak prostir aktualizatsiyi kontseptiv v ukrayinskykh ta nimetskykh ZMI (na prykladi kontseptu SVOBODA / FREIHEIT) [Media discourse as a space for the actualization of concepts in Ukrainian and German media (on the example of the concept FREEDOM / FREIHEIT)]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiya. Zhurnalistyka*, 37 (76), № 1, 278–284. URL: <https://surl.li/uwjzxc> [in Ukrainian].
18. Yak znakhodyty dim tym, khto vtratyv yoho cherez viynu – Anna Pashynska, proyekt KO-KHATY [How to find a home for those who lost it due to the war – Anna Pashynska, KO-KHATY] *Video NV*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OCZF4QY-58> [in Ukrainian].
19. Kovalevska, T. & Denysevych, O. (2024). Psycholinguistic interpretation of the concept of home: Ukrainian realities. *Opera in linguistica ukrainiana*, 31, 111–122. DOI: [10.18524/2414-0627.2024.31.309465](https://doi.org/10.18524/2414-0627.2024.31.309465)
20. Ramsay, G. (2022). A quarter of Ukrainians have fled their homes. Here's where they've gone. *CNN*. March 21. URL: <https://surl.li/sxkyjy>

Дата першого надходження статті до видання: 12.06.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 20.08.2026

Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

