

URL: [https://galinfo.com.ua/news/viyna\\_ta\\_epidemii\\_rozpovily\\_yak\\_pratsyuvala\\_medychna\\_sluzhba\\_upa\\_353627.html](https://galinfo.com.ua/news/viyna_ta_epidemii_rozpovily_yak_pratsyuvala_medychna_sluzhba_upa_353627.html)

2. Галузевий державний архів Служби безпеки України. Ф. 13. Спр. 376. Т. 80. Арк. 252-262.

3. Ільницький В. Організація господарського та фінансового забезпечення діяльності Карпатського краю ОУН. Дрогобицький краєзнавчий збірник. 2017. Спецвипуск III. С. 340–356.

4. Літопис УПА. Том 22. Станиславівська округа ОУН: документи і матеріали. 1945-1951. Київ - Торонто: Літопис УПА, 2013. 1373 с.

5. ОУН і УПА в 1945 році: Збірник документів і матеріалів. В 2 ч. Ч. 1. Київ: Інститут історії України НАН України, 2015. – 371 с.

6. Сергійчук В. Український здви́г: Прикарпаття. 1939-1955. К.: Українська видавнича спілка, 2005. 840 с.

**Фінів В.М.,**

*кандидат філологічних наук,  
викладач кафедри перекладу та філології,  
ЗВО «Університет Короля Данила»,  
м. Івано-Франківськ, Україна*

## **ПОЕТИКА МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ ЮЛІЇ СЛИВКИ (НА МАТЕРІАЛІ ІНСТАГРАМ-ЗБІРКИ ЮЛІЇ СЛИВКИ «#ЧУЄШ, КОЛИ ПРИЇДЕШ ДОДОМУ?»)**

«#Чуєш, коли приїдеш додому?» – один з небагатьох прикладів української мережевої літератури на сьогодні. Це онлайн-есеї, інтернет новели чи історії *«про бабу Богдану, яка регоче безупину, і діда Богдана, що любить її понад усе, про незбагненого Бога і велику-велику Любов, про сільське дитинство авторки й різні дорослі досвіди, а часто навіть про смерть, – виникли в недоречному для себе місці – у мережі Instagram. Це історії про (пре)Красне. Форма блогу часто зумовлює фрагментарність та гіпертекстуальність оповіді. На ці історії з їх мандрівними персонажами, ніби на нову серію серіалу, чека-*

ють більше 15-ти тисяч (зараз – 50 тисяч) читачів мережі, які часто є їх співавторами. Кожен текст у цій книзі окремих, але й пов’язаний з іншим, а тому доріг читати збірку – безліч.

На час друку книги в Instagram-блогові авторки будуть вже нові дописи, бо він, до слова, триває» [4, с. 1].

Юлія Сливка – одна з перших мережових авторок, яка 2018 року видала книгу, до якої увійшли дописи із соціальної мережі інстаграм і до видання якої спричинилися користувачі мережі. Тираж цієї книжки продався за одну ніч, що говорить про беззаперечну довіру та зацікавленість її читачами.

Сливка як автор малодосліджена. Проте під час дослідження її авторських текстів не можемо оминути.

На основі проведеного дослідження можемо виокремити такі характерні для інтернет-новел Юлії Сливки особливості:

- жива, яскраво образна мова текстів, наснажена діалектними словами, подекуди – виразами, з великою кількістю тропів;

- використання хештегів, які дають можливість компілювати тексти навколо одного персонажа безвідносно до інших оповідей (#баба\_Богдана, #дідо\_старенький, #баба\_Гандзя);

- своєрідний правопис (дотримання норм скрипниківського правопису);

- графічне оформлення (початок речення – винятково з малої літери, абзацні відступи – відокремлення розривом і крапками);

- «неістаграмний» контент (сімейна і релігійна тематика, нехарактерна для ведення блогу в інстаграмі).

Розглянемо їх детальніше. Діалогічне мовлення, використане у текстах Юлії Сливки, детермінує вживання розмовної лексики, обірваних синтаксичних конструкцій, конотативно-маркованих лексем тощо: «– Ти шо, ше ту каву п’єш?! / – Ба, та я тільки почала... / – Боооооооооо! А я думаю, чуго ти дзвониш мині з Львова часум і кажши «бабу, я ни приїду на ниділю. маю багату роботи. нічогогонифстигаю! ні-чьо-го!»», – баба копіюю миене, ніби знущається, говорить нібито від мого імені якимось таким писклявим голосом!» [4, с.59].

Характерними для текстів Юлії Сливки є використання фонетичних та лексичних елементів опільського (наддністрянського) говору, що значною мірою сприяє образотворення персонажів, а також створює ефект «живої» розмовної мови. Наприклад: «– Ало, чуїш?! Ти ше там не розіучиласі гувурити ф тему гулуб'ятниковиві Львові? Нігде не виходиш с квартири (я так вижупу стенограмі), ну сидиш в тих книшиках. Та ти бігулува спухни! Али в теби зоутра конференция, так? І я так зрузуміла зі стенограми, тиби шось там ниполучайці? Ну ту я дзвоню тиби побажати файни там зоутра виступити (ти вже нарихтувала сибівбйори? я надіюсі, то шось нурмальне? будь, як людина, а не вибийоку!), шуптиби та наука йшла, як пу маслу! Бажая тиби щастя, здуровля, успіхів у навчанні і – (усубливо) – в лічному житті! / – Ба, в мене нині не день народженя. / – Баба знаї. Нифчифченого!» [4, с. 176].

Ще однією характерною особливістю аналізованих текстів є унікальний стиль письма та оформлення тексту. По-перше, слід зауважити, що авторка не дотримується традиційних правил пунктуації, деколи починає речення з маленької літери, абзац ні відступи оформлює крапками, часто окремим абзацом виступає одне речення. Таким чином, створюється ефект наближення текстів до дописів у мережі і, разом з тим, акцентується на певних ідейних векторах: «мені хочеться дуже непомітно одягтись, аби не відвернути чиеїс уваги від Господа. І неодмінно покрити голову чорним мереживом, аби визнати над собою владу того, перед ким паду на коліна. (з цього приводу навіть малою дитиною баба не пускала мене на церковний поріг простоволосою) / **бо я така дрібна у цьому світі. / бо Бог такий великий**» [4, с. 73,74].

А на питання «неправильної» пунктуації та «вигаданого» правопису Ю. Сливка відповіла: «Це мій авторський правопис, на який я маю право як автор. А в офіційних документах перше слово у реченні я пишу, звісно, з великої літери. Справа в тому, що ця ненормована пунктуація, орфографія є частиною цих текстів і мережовості так само. Ми віддзеркалили її на па-

пері. Є ще багато таких моментів. Наприклад, я не люблю білих сторінок паперу, але мені важливо було у книжці це застосувати як аналогію з екраном телефону. Зрештою, навіть хештег на обкладинці свідчить, що це мережева література» [4; 1, с. 65]. Стосовно правопису зауважимо, що Юлія Сливка як філолог активно підтримує новий правопис 2019 року і в своїх дописах послуговується, за нашими спостереженнями, окремим нормами скрипниківки.

Ще однією графічною особливістю збірки є використання хештегів, що значно наближує тексти до віртуального. Хештеги допомагають згрупувати історії та об'єднати їх за змістом та однаковою тематикою [2, с. 152]. Ю. Сливка у своїй інстаграм-книзі постійно використовує їх (#дідо\_старенький, #дідо\_Богдан, #баба\_Богдана, #дзвонить\_баба, #Красне\_ясне, #баба\_Гандзя), навіть попри те, що вони втрачають свій первинний функціонал при перенесенні тексту на папір. Хоча саме в блізі додавання хештегів у дописи залишається актуальним способом з метою полегшення читання, тому що відповідні публікації вже погруповані. І, до прикладу, якщо читачеві дуже подобаються історії, у яких використано хештег #дзвонить\_баба, то він/вона може підписатися безпосередньо на цей хештег і відстежувати окремі дописи лише щодо окресленого героя.

Попри свою популярність, «#Чуєш? Коли прийдеш додому?» – це твір дещо контroversійний, адже, не зовсім звичний для читачів у друкованому форматі через втрату візуального аспекту (відео/фото/оформлення), але і для публікації в соціальних мережах так само не характерний, бо піднімає теми, досі не поширені в інстаграмі (такі як духовний зв'язок з рідними, любов до села, релігія).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Герасименко Н. Мережева література : нова форма чизміст? *Слово і Час*. 2010. №10. С. 64-71.
2. Дербеньова Л. Літературний\_комп'ютерний феномен у комунікативно–мережевій\_культурній\_парадигмі. *Гілея : науко-*

*вий вісник*. Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2013. № 76. С. 151-153.

3. Завадський Ю. Нелінійний літературний текст: історія, технологія та поетикальні особливості. *Studia Methodologica*. Випуск 15. Тернопіль: Редакційно видавничий відділ ТНПУ, 2005. С. 45-51.

4. Сливка Ю. #Чуєш, коли приїдеш додому? Блог, що став книгою. Львів: Видавець Рурак Ю.В. «Austrum», 2020. 220 с.

**Цюцяк А.Л.,**  
старший викладач кафедри управління та  
адміністрування,  
ЗВО «Університет Короля Данила»,  
м. Івано-Франківськ, Україна

## ХАРАКТЕРИСТИКА РІЗНИХ ПІДХОДІВ ДО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ДОХІД»

Під час здійснення операційної діяльності у підприємств різних видів економічної діяльності, зокрема і у сфері ресторанного господарства виникатимуть доходи та витрати. Наведені об'єкти обліку є найбільш складними елементами виробничо-торговельної діяльності закладів ресторанного господарства. Саме тому, сьогодні все більшого значення набуває належне управління доходами і витратами, вжиття заходів щодо прийняття й реалізації обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію фінансових результатів підприємств. Проведене дослідження надало змогу виокремити чотири підходи до трактування сутності «дохід» (рис. 1).

Вищенаведене дозволяє зробити висновок, що за економічного підходу основою визнання доходу є приріст ресурсів, які втілюють у собі економічні вигоди. В той же час, з правової точки зору, дохід утворюється у момент переходу права власності на активи, незалежно від їх фактичного отримання суб'єктом під-