

демонстрації своєї чіткої позиції вдаються і до відхилень від них: латинізація окремих слів, правопис з маленької літери власних назв, що стосуються Росії тощо. Імовірно, що з часом така орфографія може набути офіційного статусу.

Список використаної літератури

1. Вусик Г. Л., Павлик Н. В. Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 23. Том 1. С.52–57. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/23/part_1/9.pdf
2. Гриценко С. П. Мовні інновації російсько-української війни 2022 року. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*. 2022. Вип. 2(32). С. 9–13.
3. Лизанчук В.В. «Русский мір» і «руський мір» – достеменно різні поняття. *Голос України*. 16 серпня 2022 р. URL: <http://www.golos.com.ua/article/363341>

Олена Штонь,

кандидат філологічних наук, доцент,

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

м. Тернопіль, Україна

Жанна Фармагей,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

спеціальність 014.01 Середня освіта (Українська мова і література),

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

м. Тернопіль, Україна

ОБРАЗНІ ЗАСОБИ У МОВІ ІНТЕРНЕТ-ІСТОРІЙ ОЛЕКСАНДРА ВІЛЬЧИНСЬКОГО

Завдяки інтернету з'явилися нові канали комунікації, виникли нові форми спілкування. Така трансформація комунікативного простору, зрозуміло, змінила й найголовніший засіб людського спілкування – мову, бо кожна комунікативна ситуація вимагає відповідної мовної поведінки, активізації засобів, які є визначальними для такої ситуації. Лінгвістам інтернет дає невичерпний простір для досліджень, оскільки в ньому, як в особливому середовищі комунікації, тісно співіснують усний та писемний варіанти мови. І хоча специфіка інтернет-дискурсу сьогодні привертає увагу науковців, мова інтернет-історій сучасного українського прозаїка О. Вільчинського, предметом окремого вивчення ще не була.

Відомий журналіст і талановитий тернопільський письменник активно послуговується соціальними мережами для розповсюдження інформації про своє життя та творчу діяльність. На своїй сторінці у соціальній мережі «Фейсбук», де автор підписаний як Олекса Вільчик, він постить розповіді на різноманітні теми.

Мова інтернет-історій Олександра Вільчинського привертає увагу завдяки таким традиційним засобам художньої виразності, як епітети, порівняння, метафори тощо. Описуючи події зі свого життя, Олекса Вільчик захоплює аудиторію власною манерою оповіді та показує своє життя таким, яким воно є, без прикрас та завуальованості.

Найбільш активно автор використовує метафору, зокрема метафору-оживлення (для аналізу використовуємо класифікацію Т. Єщенко, яка виділяє такі семантико-стилістичні типи метафор: метафори-оживлення (антропометафори, зоометафори, ботанометафори химерометафори), метафори-опредмечування ознак, метафори-синестезії [1]).

Особливістю метафори-оживлення є її тісний зв'язок із фольклорними традиціями образотворення, який полягає в антропоморфізації природи, тобто наділенні її властивостей, притаманних людині. У межах цієї групи за належністю головного компонента метафори до певної лексико-тематичної групи виділяємо кілька підгруп: *антропометафори із ключовими словами на позначення динамічної сфери життєдіяльності людини*: («*І восени, я літаю майже стільки ж, як влітку сиджу на веслах...*», «*..а це ця книга про пригоди двох дядьків, які начеб повертаються у дитинство...*»; «*... час начеб зупиняється, а простір згортається до яйця индички...*»); *антропометафори із ключовими словами на позначення психофізіологічних процесів, станів особистості* («*Рибальська душа відпочиває і чекає літа, що тут ще скажеш...*», «*...а те, що хочеш ніяк не згадується, і коли оживають давні легенди...*»); *антропометафорами із ключовими словами на позначення реалій неживого світу, які набувають статусу антропоморфізмів* («*...часом приємно, що у світі, який так стрімко змінюється, де що залишається незмінним...*», «*Сказати, що це видання у свій час відіграло важливу роль у національному, духовному та культурному відродженні краю – не сказати нічого, бо часто "Тернопіль вечірній" якраз і був, і натхненником, і двигуном змін та суспільного поступу...*», «*гей, водо- водограй, грай для нас, грай!..*», «*Цей кораблик підняв вітрило, ледь задер догори носа і стрімко пливе на захід...*», «*Це той випадок, коли письменницький текст оживає і живе своїм життям...*», «*Зима, що пахне весною...*», «*Гори кличуть...*»).

Автор наділяє неживі предмети, явища природи та абстрактні поняття людськими рисами, що дозволяє глибше зрозуміти настрій та його ставлення до навколишнього світу, тому *ботанометафори*, які містять родо-видові назви рослин активно функціонують і в інтернет-історіях Олександра Вільчинського. Найбільш часто до складу таких метафор митець вводить назви дерев: «*Цьогоріч через холодну весну сезон децю затягнувся, вишні навіть дочекалися нас із Кемеру...*», «*Вишні не підвели, гілки також, літо продовжується...*», «*Ця акація на теперішній Малій Арнаутській пам'ятає мене ще молодим, і не тільки мене, а й навіть Федюка, а може, й навіть самого Дюка ...*». Уживання у складі метафори слів із різних семантичних груп сприяє активізації уявлень про різні реалії особливості їх функціонування.

У мовній тканині інтернет-історій О. Вільчинського важливим засобом експресивізації мовлення є також епітет, який слугує для емоційного акценту на певній характерній ознаці, як-от у тексті: «*ЗГАДУВАТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ*»: «*... картинка виходить більш кольоровою з переважанням рожевого. А чи навпаки, кольори блякнуть, розмиваються, аж до суцільно сірого без відтінків, або стають настільки виразно контрастними, що все в одну мить стає чорно-білим. Та все ж так вже ми влаштовані, що мимохіть тягнемось до світла чи бодай до хоч трохи світлішого, особливо, коли життя навколо переважно й так чорно-біле або й просто чорне, коли враз поза графіком вимикають світло*».

Письменник часто вдається до такого образного засобу, як порівняння, коли уявлення про зображуваний предмет подається шляхом зіставлення його з іншим предметом. Яскраво простежуємо роль порівняння в інтернет-історії «*ПОЛЮБИ БІЖЕНЦЯ СВОГО*»: «*... часом і ближнього полюбити, як велять Заповіді...*», «*...чи тимчасово переміщених осіб, як їх ще називають...*», «*...Стояв там на горі, мов старий бовван бородатий, дивився на село внизу, на сусідні села по той бік ріки і враз упіймав себе на тому, що начеб колись у дитинстві проводжає поглядом польоти уявних снарядів над долиною і шепоче собі під ніс із присвистом*», «*... різко піднімав тоді на лавці одночасно дві руки дід і раптово, начеб зі снарядами, кидав донизу, і вони потім, уже на горі, повторюючи той звук, так само різко піднімали й кидали донизу руки*».

Отже, у мові інтернет-історій Олександра Вільчинського активно функціонують такі традиційні засоби художньої виразності, як епітети, порівняння та метафори. Завдяки їм Олекса Вільчик захоплює читачів власною манерою оповіді, змальовує минуле й сьогодення яскраво та зримо.

Список використаної літератури

1. Єщенко Т. А. Семантико-стилістичні типи метафор: теоретичний аспект. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка*. Т. 28. Донецьк: Український культурологічний центр, Східний видавничий дім, 2010. С. 224-239. URL: <http://litmisto.org.ua/?p=19758> (дата доступу 25.05.2023).
2. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000466637621>

Ірина Нестайко,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна

МОВНИЙ ОБРАЗ СВІТУ У ПОЛЬСЬКИХ МЕДІА

ЗМІ відіграють велику роль «у просуванні певних стилів життя, моделей поведінки та життя, впливають на думку, смаки і вподобання своїх глядачів[6]. Ведучі програм, котрі є представниками інституційного середовища, створюють реальність, імітуючи безпосередні стосунки з реципієнтом, роблячи їх довірливими.

Хоча суб'єкт ЗМІ суб'єктивує мову й образ світу, який описує, але створює її шляхом входження в акт спілкування з іншими суб'єктами, з якими має спільну мову та спільну навколишній світ, і тому робить його інтерсуб'єктивним, тобто «спільним для мене і тебе» [3]. Важливим у цих міркуваннях є також те, що медійний образ світу відображається не лише у мові, а й інші нелінгвістичні знакові форми, таким чином, метафорично кажучи, зітканий з різноманітних знакових форм: зображень, слів, звуків, символічних форм, понять, дискурсів, наративів, жанрів», які створюють цілісний образ [3, с. 3].

Цікавим на наш погляд є дослідження та аналіз медіа контенту з лінгвістичної точки зору, тобто як і за допомогою яких прийомів будується медіаобраз світу в обговорюваних програмах, а також те, яким він є. З огляду на те, що телевізійне повідомлення є мультисеміотичним, тобто слово, зображення, звук поєднані між собою і тільки разом вони утворюють цілісне повідомлення.

Ще кілька років тому медіа програми обмежувались лише студійними репортажами, але сьогодні щоразу частіше ми бачимо журналістів в русі, на природі, прогулюючись парком та ін.. образ, котрий представляється глядачеві старанно підібраний. Аби аудиторія позитивно сприймала репортаж, ведучий знаходиться в привабливій обстановці на відкритому повітрі, все навкруги сприяє йому якнайкраще, обрано телегенічний сезон (літо), тобто той, який виглядає добре в телебаченні. Дуже часто на позитивне сприйняття побаченого має ефект поєднання репортажу двох площин: зі студії і одночасного переключення на реальний світ у просторі. Саме такий ефект переключення між двома площинами дає позитивне сприйняття світу. В сьогоденних умовах це зробити просто, адже технічні можливості дозволяють.

Власне трансмісія позастудійна робить можливим глядачам перенестися з одного кінця світу на інший, не виходячи з дому. Тим самим, скорочуючи розуміння відстані між певними містами, а навіть континентами.

Велику роль для нашого сприйняття має не лише побачене, але й почуте в телебаченні. Тому образ світу також залежить і від звукового оформлення побаченого.