

Список використаної літератури:

1. Гнідець У. Література для дітей та юнацтва : концептуалізація поняття в контексті соціокультурного розвитку суспільства. Українська мова і література. Шкільний світ. 2011. № 1–2. С. 3–9.
2. Кононенко В. І. Символи української мови. Івано-Франківськ : Плай, 1996. 272 с.
3. Конопницька М. Про краснолюdekів і сирітку Марисю. [пер. з пол. Л. Андрієвської]. Київ : Знання, 2017. 191 с.
4. Франко І. Я. Лис Микита. Коли ще звірі говорили / упоряд. О. С. Яремчук. Київ : Веселка, 2008. 215 с.

Дмитро Сизонов,
доктор філологічних наук, доцент,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДІАЛОЗІ ПОЛЬСЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ УЧЕНИХ

Ще з середини минулого століття в європейському дослідницькому просторі намітилася тенденція до аналізу єдиного інформаційного простору Європи та розгляд у цьому контексті масової комунікації як «глобального села» (за М. Макклуюеном), що фактично ідентифікує, формує, організовує весь глобалізований інфосвіт. Відтак уже понад декілька десятиліть відбувається своєрідна діалогізація ідей та поглядів щодо мови масової комунікації (*медійної комунікації*), що розглядається як єдине інформаційне «полотно» Європи. І поштовхом до цього слугував ряд екстралінгвальних факторів: (а) об'єднання поневіченої Європи після Другої світової війни за допомогою телебачення та радіо (йдеться про спілку EBU), (б) створення унікальної сітки мовлення для злуки інфокультур Європи, (в) популяризація цінностей демократії та свободи слова у країнах європейського простору, що реалізовується інформаційними каналами зв'язку (йдеться про створення спільних платформ «Радіо Свобода», «BBC», «DW» та ін.), (г) організація етичних принципів медіакомунікації, реалізованих європейськими кодексами

професійної етики журналістів тощо. З 90-х рр. минулого століття ці принципи починає декларувати Україна як частина інформаційного простору Європи, зважаючи на фактори, прописані вище. Постійною діалогізацією і в інфополі, і в аналізі медійних ресурсів відзначаються українсько-польські контакти [Сизонов 2023].

Так, інтенсифікація вивчення медійної комунікації посилилася в пострадянський період, що пов'язана зі зняттям табуваності в подачі інформації та розгалуженості системи національних медіаканалів. Розширюється і спектр дослідницьких проблем в Україні та Польщі, пов'язаних із аналізом медіакомунікації. Визначимо основні топіки, на які особливо звертають увагу сучасні дослідники медіакомунікації:

- вивчення теоретичних засад та суспільних факторів медійної комунікації (Ю. Бідзіля, В. Іванов, С. Квіт, Л. Шевченко, A. Duszak, S. Gajda, W. Pisarek);
- роль медіа в динаміці мовних процесів, аналіз функціонально-стилістичного статусу та розвитку медіамовлення (Д. Баранник, Н. Шумарова, H.-D. Gadammer, B. Witosz);
- опис методів аналізу медійної комунікації (О. Маленко, Д. Сизонов, Е. Шестакова, A. Barańska-Szmitko, M. Worsowicz);
- дослідження стилістичних можливостей медіакомунікації в жанровому синкретизмі ЗМІ, що динамічно розвивається (Н. Кутуза, М. Мамич, K. Grzegorzewski, J. Mikosz);
- дослідження різних аспектів медіадискурсу в контексті міжкультурної комунікації (А. Архангельська, Т. Космеда, М. Яцемірська, A. Duszak, E. Malinowska, K. Ożóg, J. Satoła-Staśkowiak)
- аналіз інноваційних процесів, що прослідковуються в медіапросторі, зокрема поява лексико-фразеологічних неологізмів як процесу віддзеркалення еволюції масової комунікації (М. Навальна, О. Стишов, Д. Сизонов, Л. Шевченко, K. Kłosińska, E. Sękowska, T. Smółkowa)

- опис нових процесів у медіакомунікації, пов'язаних із викликами сьогодення в кореляції *мова ЗМІ ↔ політичні процеси* (Н. Костусяк, Н. Кондратенко, W. Pisarek), *мова ЗМІ ↔ пандемія COVID-19* (О. Стишов, А. Cierpich-Kozieł, M. Makowska), *мова ЗМІ ↔ електронізація та цифровізація* (Л. Компанцева, С. Чемеркін, М. Kawka), *мова ЗМІ ↔ російсько-українська війна* (С. Романюк, О. Снитко, М. Степаненко, Г. Сюта, J. Miturska-Bojanowska) та ін.

На цих та інших проблемах фокусується *медіалінгвістика* – неонапря́м сучасного мовознавства, що досліджує природу, функції, характеристики, лінгвістичний потенціал масової комунікації [Шевченко, Сизонов 2021]. Зазначимо, що неонапря́м у Польщі пов'язують із Центром пресознавчих досліджень, заснованого в Ягеллонському університеті (див. праці В. Пісарека та його учнів). Саме на міждисциплінарності вивчення мови медіа зосереджується Б. Сковронек, розвиваючи ідею концептуалізованої медійної реальності [Skowronek 2013]. В цей час українські медіалінгвісти зосереджуються на вивченні медіакомунікації з урахуванням синкретизму наукового знання: *медіа + психологія*, *медіа + політика*, *медіа + культура*, *медіа + право* та ін., що дало поштовх для аналізу медіакомунікації в нових ракурсах. Вважаємо, що нові імпульси до вивчення мови медіа і в Польщі, і в Україні – яскраве підтвердження еволюції лінгвістичної думки в контексті глобалізованих процесів сучасності. На сьогодні польські медіалінгвісти зосереджують увагу на мові ЗМІ у зв'язку з появою нових жанрів, синкретичних теле- та радіоформатів, розгалуженій системі рекламних жанрів, різноструктурних друкованих та електронних видань, комплексного аналізу мовних процесів в інфопросторі, медійній інтерпретації Інтернет-комунікації, зокрема соціальних віртуальних мереж, чатів, форумів та їх мовно-стильової специфіки (J. Bralczyk, B. Bogolebska, S. Gajda, M. Makowska, K. Mosiolek-Kłosińska, E. Sękowska та ін.).

Особливий локус медіалінгвістичних студій – дискурсивна лексикографія. Вже наприкінці ХХ – на поч. ХХІ ст. активно впроваджується в Польщі комп'ютерна (інфо)лексикографія, представлена електронним словником «*Słownik języka polskiego – Komputerowy słownik języka polskiego*

PWN» та одним із найбільших електронних проєктів «*Wielki słownik języka polskiego*». Концептуалізованою та перспективною є також спільна робота українських та польських учених у межах підготовки словника «*Leksykon aktywnej frazeologii polskiej i ukraińskiej*», що включає опрацювання фразеологічного фонду на основі сучасного розмовного стилю, художньої літератури, мови медіа Польщі та України. Інтенсивно розвивається й медійна лексикографія, що описує мовні інновації у ЗМІ, зокрема польськомовних [Sękowska 2004; SNP 2014-...; Smółkowa 2000].

У 2017 році ми почали збирати фразеологічні інновації в медіа, що віддзеркалюють динаміку масової українськомовної комунікації сучасності. Так, моделюючи новий словник медійних фразеологізмів поч. XXI ст., нами зосереджено увагу на панорамному описі фразеологічних одиниць, що активно виникають і тиражуються в масмедіа. В той же час ми не могли оминати і тих явищ, які за посередництва польської мови входять до інформаційного простору України. Важливо наголосити, що такі одиниці активно проникають до українськомовної реальності через свою прецедентність (особливо, коли йдеться про фразеологізовану неологію): вони можуть ілюструвати польські реалії, адаптуючись до розмовного мовлення українців. Це підтверджує відкритість української мови до іншомовних впливів, передусім ідеться про міжмовні контакти з польською мовою, що можливі за посередництва медійних каналів [Сизонов 2023: 918-919]. Див. деякі ілюстрації в модельованому словнику:

ЯК ДУДА / [БУТИ] ЯК ДУДА (мається на увазі – президент Республіки Польща А. Дуда) – щира дружба, взаємодопомога та взаємоповага: *Бути як Дуда: світові політики наввипередки їдуть в Київ, щоб довести свою прихильність українському народові* [Єдині новини, 13.11.2022]; *Як Дуда, або новий принцип довіри у час війни. Розбираємося, хто зі світових лідерів більше допомагає у війні* [Новий час, 03.10.2022].

«СТИЛЬ ПАЗДАНА» (пол. «naPazdana») – зачіска в стилі польського футболіста М. Паздана («під нуль», «під насадку»): *«Стиль Паздана» в політиці: хто під кого «косить»* [Прямий, 12.11.2020]; *Яма і Кошовий: «стиль*

Паздана» по-українськи [Новий час, 10.10.2018]; *Szachiści liderami olimpiady – Bartel zmieni fryzurę «na Pazdana»* [Polskie Radio, із заголовку, 03.10.2018].

ЯНУШ / ТИПОВИЙ ЯНУШ (пол. janusz, typowy janusz) – стереотипний «герой», за допомогою якого описується примітивна поведінка: *Януші серед нас: або як живуть нинішні українці-заробітчани у сусідній Польщі* [Дзеркало тижня, 22.12.2017]; *Публіцист констатує, що зараз ми перебуваємо напередодні великих дискусій, котрі вестимуть вже не історики, а головною дійовою особою там буде «типовий Януш у футболці «Волинь. Пам'ятаємо»* [Главком, 29.09.2016]; *Kim jest typowy Janusz? Z tym pytaniem musi zmierzyć się wiele osób* [Wirtualna Polska, із заголовку, 24.11.2018].

Можемо констатувати розширення медіалінгвістичних проблем, актуалізованих польськими й українськими вченими в ХХІ ст., серед яких найбільша увага фокусується на аналізі динаміки медійної комунікації. Її розгляд в українських лінгвістичних студіях суголосний із польськими, що мотивовано близькістю ідей, поглядів та смислів при дослідженні медіакомунікації, її статусу, тенденцій розвитку, міждисциплінарною аспектологією, розглядувану в умовах глобалізації розвитку світу.

Список використаної літератури

1. Сизонов Д. Медійна мова у змінних координатах (скринінг поглядів в українській та польській науці). *Slavia Orientalis*. 2023. LXXII (4). С. 907-922. DOI: <https://doi.org/10.24425/slo.2023.148593>
2. Шевченко Л., Сизонов Д. Теорія медіалінгвістики: підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021.
3. Sękowska E. Neologizmy słowotwórcze we współczesnej polszczyźnie (wybrane tendencje). *Eslavística Complutense*. 2004. No. 4. S. 97-103 .
4. Skowronek B. Mediolingwistyka. Wprowadzenie. Kraków, 2013.
5. Smółkowa T. Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej. Kraków, 2001.
6. SNP: Słownik neologizmów polskich / K. Kłosiński, A. Hącia, B. Pędzich, J. Łachnik. 2014-... URL: <https://obserwatoriumjezykowe.uw.edu.pl/czym-jest-slownik-neologizmow-polskich/>