

## **ПРЕСА ЛИТВИ ПРО УКРАЇНУ: МОВНІ МАРКЕРИ**

У дослідженні проаналізований мовний ресурс, за допомогою якого висвітлюються події про Україну в пресі Литви. Нами для комплексного аналізу взяті найчитабельніші новинні портали (lrytas.lt, Verslo žinios, LRT, tv3.lt, Bernardinai.lt), в яких тема України – в топі інформаційного порядку денного Литви. Спостережені як власне мовні, так і лінгвокреолізовані засоби, що вказують на проблему України як стратегічну та інформаційно ємну в медіаресурсах Литви. Так, деякі ЗМІ використовують українську візуалізацію (кольори українського прапора) на своїх порталах на знак підтримки Україні (див. стартові сторінки lrytas.lt та Verslo žinios). Така креолізація має особливий ефект на реципієнтів, який допомагає залишатися українським питанням важливими в інформаційній картині світу Литви. Креолізовані елементи в поєднанні з текстовими – комунікативна стратегія, що постійно використовується у медіапросторі Литви та є особливо дієвою при висвітленні новин про Україну. До уваги бралися заголовки як домінантні елементи медіатекстів, що об'єктивували смислово-концептуальну функцію інформаційних потоків про Україну в сучасній литовській пресі. За допомогою методу медіамоніторингу в обраних литовських ЗМІ нами виявлені ключові комунікативні ресурси, які стають домінантними в подачі інформації про українські реалії. Передусім, це образні та емоційно забарвлені одиниці, медійні лексеми-ярлики, фразеологізовані конструкції, тропи й фігури, інтертекстуальні засоби та ін. Вибір комунікативного ресурсу залежить від важливості новини (т.зв. «гарячий» заголовок чи «поточна» інформації), а також закладених комунікативних тактик і стратегій, що проєктуються на масову аудиторію. Доведено, що інтерес до українських подій посилюється в литовській пресі, що спричинено екстралінгвальним фактором інтеграції України у ЄС.