

Лариса Шевченко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Дмитро Сизонов

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МЕДІЙНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ В ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ДИСПОЗИЦІЇ: ФУНКЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ

Media Lexicography in Its Polish-Ukrainian Disposition: Functional Innovations

ABSTRACT: Here conducted is research into functional parallels within Ukrainian and Polish media lexicography. The analysis of non-vocabularies in the context of the functional-stylistic approach, so dominant in modern times, is updated. In the information age, lexicography has become an interdisciplinary, syncretic and innovative field of academic knowledge, testing the experience of several academic disciplines, primarily linguistics, semiotics and computer science / cybernetics. The purpose of our article is to create a model for a new media dictionary (of a discursive and functional type), which would meet the requirements of the times and the practical needs of a 21st-century user. Here lies the matter of superimposing the Ukrainian and Polish experience of modern progressive changes in media lexicography as an innovative method for the creation of dictionaries. The complex screening of neo-lexicography in the field of the media in Ukraine and Poland is presented, the functional criteria for the analysis of media innovations and their representation in dictionaries are defined, while the prospects of the cooperation of lexicographers on e-dictionaries are outlined. The authors see in the Polish-Ukrainian media lexicographic disposition, evolutionary changes on the way to the creation of a dictionary that would reflect the dynamic language processes within mass communication.

KEYWORDS: media linguistics, media lexicography, e-lexicography, mass communication, Polish-Ukrainian disposition, new dictionary

Вступ

Мета запропонованої статті¹ мотивована стрімким розвитком інноваційного напрямку у світовій функціональній лінгвістиці – медіалінгвістиці² та її частковими проблемами, пов'язаними з медійною лексикографією. Тож логічним видається поставити наукові питання в рамках нашого дослідження: яким є словник майбутнього? чим він відрізняється від традиційного словника? як функціональний аспект у стилістиці вплинув на (медіа)лексикографію? якими є паралелі лексикографічних шкіл Польщі та України? чим спричинений швидкий темп у розвитку інноваційних словників, зокрема з аналізу динаміки української / польської мов у масовій комунікації?

Частково на ці питання ми шукали відповіді у попередніх дослідженнях, але вони стосувалися скоріше аналітико-теоретичних міркувань з приводу наукової проблеми медіалексикографії як науки³ та методологічних засад створення нових медіасловників⁴. Нове дослідження передбачає створення моделі нового медіасловника, який би відповідав вимогам часу та практичним потребам користувача ХХІ ст.

Адже, як відомо, у сучасній науці актуалізовано аналіз неословників у контексті функціонально-стилістичного підходу, що є домінантним у модерний час. В інформаційну добу лексикографія стала інтердисциплінарною, синкретичною та інноваційною сферою наукового знання, що апробовує досвід кількох наук, насамперед мовознавства, семіотики та інформатики / кібернетики.

Зазначимо, що у світовій практиці, зокрема в польській медійній лінгвістиці⁵, в останні десятиліття акцентується увага саме на прикладному аспекті медіалінг-

¹ Стаття написана в рамках серійного лексикографічного проєкту «Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа» (2016-2021), що входить до видавничого мультипроєкту «Ідеї, постаті, тексти в українській культурі» (керівник проєкту – чл.-кор. НАН України Шевченко Л.І.). Д. Сизонов статтю підготував у рамках наукового проєкту Національного фонду досліджень України «Еколінгвістичні модуси дискурсивного простору України в європейському полікультурному континуумі» (реєстраційний номер 2020.02/0241).

² Див. роботи: A. Bell, *The Language of News Media*, Oxford: Blackwell 1991; R. Fowler, *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, London, Routledge 1991; N. Fairclough, *Language and Power*, London, Longman, 1989; M. Montgomery, *Introduction to Language and Society*, University of Macau 2008; F. Norman, *Media Discourse*, London 1995.

³ Див. праці: Л.І. Шевченко, *Медійна лексикографія в лінгвістичній перспективі*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2014, № 28, с. 7-16; Д.Ю. Сизонов, *Медійна лексикографія в аспекті актуальних тенденцій розвитку українського мовознавства*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2012, № 25, с. 79-87.

⁴ Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Принципи лексикографічної репрезентації нових слів та фразеологізмів у мас-медіа*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2017, № 34, с. 76-85.

⁵ Див. праці польських дослідників: *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź, 2010; B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013; M. Worsowicz, *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna*, Łódź 2013; M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010, та ін.

вістики, яка повинна займатися не лише лінгвістичним аналізом медіадискурсу, але і створювати практичні рекомендації для медіаторчості (від лексеми, словосполучення, фрази до цілого тексту / дискурсу). Цікаво, що дослідники німецької медіалінгвістичної школи⁶ підтримують позицію розвитку неонапрямів лінгвістики та акцентують увагу на створенні нового типу лексикографічних джерел, зокрема, на основі медіакомунікації.

Медійна лексикографія в еволюційних процесах функціональної стилістики

XXI століття, на наш погляд, є одним із найпродуктивніших на неолінгвістичні ідеї. Так, модерні напрями неолінгвістики – **медійна, юридична, бізнесова, політична, сугестивна лінгвістика** та ін. – моделюють зміну наукових векторів: від традиційного структурно-системного підходу (в дефініції Юрія Апресяна «теоретико-описового»⁷) до функціонально-прагматичного (комунікативно-дискурсивного та функціонального)⁸. У сучасній функціональній стилістиці прагматика мовних одиниць дещо розширює свої межі (розглядається в аспекті функціонування одиниць мови, вибір яких визначається інтенційними завданнями впливу на реципієнта з урахуванням ситуативного мовлення) та аналізується часто в соціопрагматичному аспекті, сутність якого пов'язана з соціальним функціонуванням мови та мовлення. Розвиток названих вище неолінгвістичних учень тільки підсилили цю тенденцію, адже мова стрімко розвивається, залуцається новий інструментарій для її вивчення.

На місці не стоїть і лексикографія: словники описового чи тлумачного типу часто змінюються на функціональні й дискурсивні⁹, що відповідає вимогам часу. Особливо продуктивно це виявляється в контексті **Digital Age**¹⁰. Як результат інформаційного прориву – формування **медійної лексикографії**, що дефінітивно ми визначаємо у двох ракурсах – широкому та вузькому:

(а) комплексна назва, що об'єднує різні типи медійних словників (описові, дискурсивні, термінологічні, перекладні та ін.), що систематизують фахову термінологію та професійну лексику працівників медіа;

⁶ D. Perrin, *Medienlinguistik*, Konstanz 2006; B. Harald, *Textsorten in den Massenmedien*, [in:] Brinker, K. u.a. (Hgg.). *Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Berlin 2000, S. 614-628; W. Andreas, *Infotainment. Fernsehrichten zwischen Information und Unterhaltung*, Bern 1995.

⁷ Ю. Апресян, *Избранные труды*. Т. II. *Интегральное описание языка и системная лексикография*, Москва 2005, с. 19.

⁸ Див. праці дослідників слов'янської стилістики: А. Киклевич, *Ветка вишни...: статьи по лингвистике*, Olsztyn 2013; Н. Клушина, *Стилистика интернет-текста*, Москва 2019; М.Н. Кожина, *Стиль*, [в:] *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*, под ред. М.Н. Кожинной, Москва 2003, с. 508; Л. Шевченко, *Горизонтами модерної лінгвістики*, Київ 2014; В. Тошović, *Generatorska lingvistika*, Beograd 2018.

⁹ Г. Солганик, *О современной культурно-речевой ситуации*, «Актуальные проблемы стилістики» 2016, № 2, с. 24.

¹⁰ J. Frechette, R. Williams, *Media Education for a Digital Generation*, New York 2016.

(b) лексикографічний напрямок, в основу якого покладено аналіз медійного дискурсу – його мови, стилістичних засобів, комунікативних тактик та стратегій, що можуть стати об'єктом для дослідження та систематизації у вигляді словників.

Детальніше про майбутнє нового напрямку в лексикографії переконливо говорить у своїх працях і провідний голландський теоретик мови масмедіа Денис Мак-Квейл¹¹. Наголосимо, що з середини ХХ століття¹² професійний інтерес дослідників масмедіа до слова у ЗМІ виявився не лише у створенні численних різножанрових наукових творів, але й у спробах представити систему понять, операційних для медіа. «Варто зазначити, що кількість медійних лексикографічних видань сьогодні ще дуже мала і нерелевантна оперативності ЗМІ, змінам у її мові, швидкоплинності соціальних маркерів та ін.»¹³, а значить є потреба не тільки наголошувати на функціонально-прагматичних параметрах медіасловників, а й комплексно досліджувати їх у параметрах сучасних нефілологічних напрямах, зокрема медіадінгвістиці та медіастилістиці.

Слушно з цього приводу зазначено:

Аналіз текстів ЗМІ у прагматичному аспекті передбачає дослідження ресурсу сучасних медіа та особливостей його вербалізації в мові. У такій площині укладання лексикографічних праць, джерелом яких є українські медіа, відповідно, є актуальною проблемою для сучасного суспільства, яка визначається світовою інформаційною глобалізацією та іншими екстралінгвальними щодо мови факторами¹⁴.

Метод (медіа)лексикографування

В одній із останніх авторських розробок німецького вченого Данієля Перріна¹⁵ акцент зроблено на **методі лексикографування**, що є найбільш актуальним у ХХІ ст. (адже має на меті створити єдину базу медіатермінів). На нашу думку,

¹¹ D. McQuail, *Media performance. Mass communication and the public interest*, London 1992,

¹² Відомі лексикографічні видання, передусім у слов'янському світі – українські, російські та польські (И.И. Романовский, *Масс-медиа: Словарь терминов и понятий*, Москва 2004; Р. Терри, *Словарь языка средств информации США / Mass Media Dictionary* [пер. с англ.], Москва 1992; А.А. Князев, *Энциклопедический словарь СМИ*, Бишкек 2002; *Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті*, за ред. Ю.М. Бідзілі. Ужгород 2007; *Словарь медиатерминов. Серия «Медиа. Ресурсы. Менеджмент»*, Харків 2009; О. Рутковський, *Український словник-довідник екранних медіа*, Київ 2007; *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976; А.В. Федоров, *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности*, Таганрог 2010; W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Warszawa 2006; J. Linde-Usiekiewicz, *Komputerowy słownik języka polskiego*, Warszawa, 1996; та ін.) – виявили тенденцію до змістового універсалізму, коли поясненню підлягає широке коло понять різних видів і типів журналістської діяльності.

¹³ Д. Сизонов, *Сучасна медіалексикографія: лінгвопрагматичний потенціал*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2013, № 26, с. 47-56.

¹⁴ Л. Шевченко, *Горизонтами...*, с. 76.

¹⁵ D. Perrin, *Medienlinguistik...*

це не лише наукова проблема німецьких медіалінгвістів – перспектива визначеного німецьким дослідником методу для всієї європейської лінгвістики, зокрема й української, очевидна.

У Європі важливими для історії лексикографії були праці французького соціолога та теоретика мови ЗМІ Абраама Моля (70-80ті рр. ХХ ст.) та голландського вченого Теуна ван Дейка (90-2000ті рр.). Погляди на т. зв. **дискурсивну** (а пізніше – **медійну**) лексикографію пов'язані із формуванням ідей сучасної теорії медійного медіамоніторингу – нового напрямку й відповідного дослідницького методу в медіалінгвістиці, що має прагматичний характер і передбачає спостереження за мовою ЗМІ з метою виявлення слів, словосполучень і речень, актуальних для сучасного соціуму: в майбутньому вони стануть основними для укладання функціональних словників медіасфери. **Прагмалінгвістичний медіамоніторинг**¹⁶ майже завжди є авторським, адже сприяє самостійному пошукові мовного матеріалу для його подальшого опрацювання. Це може лягти в основу і творення нового типу словників з позиції прагматики: не «словник для словника», а «словник для користувача», чим і відрізняється концептуально словник ХХІ ст. від словника минулого.

Вочевидь, є потреба говорити про особливі методики у розробці словників з аналізу медіакомунікації (ідеться про формування **методу медіалексикографування** як домінантного у створенні медіалексикографічних словників, який би будувався на е-лексикографічній репрезентації масмедійних одиниць). Глобальний проєкт польських дослідників під керівництвом Піотра Жмігродзького¹⁷ та найбільший відцифрований аналог словника польської мови *Komputerowy słownik języka polskiego PWN*¹⁸ є яскравим підтвердженням використання зазначеного методу в лінгвістичній практиці. При первинному застосуванні методу медіалексикографування створюється е-картотека, опис роботи над якою вже була полем дискусії в лінгвістиці¹⁹.

Відхід від паперових версій лексикографічних джерел та породження сучасних словників в мережі Інтернет та / або на основі мови Інтернет-комунікації – все це підтвердження переваги інноваційних словників на основі комп'ютерних технологій над паперовими (така тенденція особливо актуальна в західноєвропейській лексикографічній практиці сьогодні). Наведемо слухні думки лінгвістів з цього приводу:

- (1) Європейська мережа електронної лексикографії показує, що ми можемо використовувати нашу величезну мережу як широкий потенціал. Виклик часу

¹⁶ Т.Г. Добросклонская, *Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи*, Москва 2005, с. 252.

¹⁷ P. Żmigrodzki, *Wielki słownik języka polskiego PAN*, Kraków 2007.

¹⁸ J. Linde-Usiekiewicz, *Komputerowy słownik języka polskiego*, Warszawa 1996.

¹⁹ L. Shevchenko, D. Syzonov, *Electronic Filing System of Language Innovations in Media: Psycholinguistic Metric*, "Psycholinguistics" 2019, № 26 (2), pp. 358-376.

щодо лексикографії – в інформатизації науки, де словникарство залишається провідним «містком» між лінгвістикою та інформатикою [переклад наш. – Авт.]²⁰.

(2) Корпуси текстів мають свої достоїнства [...]. Сучасні нові словники мають враховувати як лексикографічну традицію, так і досягнення сучасних інформаційних технологій, що включає створення національних корпусів текстів [переклад наш. – Авт.]²¹.

(3) Із розвитком комп'ютерних технологій до традиційного тричленного ланцюжка створення словника додався четвертий складник – корпус. Корпус на сьогодні розуміють як базу текстів, розмічених для надання його користувачам інформації про формальні, семантичні й функціональні властивості слова, базу, збалансовану й показову для реального стану системи мови в певний період її існування, як взірць «мови в дії»²².

(4) Комп'ютеризація сучасної лексикографії є не просто бажанням забезпечити науково-технічний прогрес у цій галузі [...]. Поєднання здобутків традиційного лексикографування з новими методами, створеними інформаційною наукою, висуває завдання розробки високоефективних технологій лексикографування, спроможних забезпечити розв'язання принципово нових проблем, які ставить перед лінгвістикою інформаційна епоха²³.

Польсько-українські медіалексикографічні паралелі

(1) Функціональна прагматика як основа сучасної теорії створення неословників, отже, стала ключовою у функціонуванні медійної лексикографії у світі. Інструкції до моделювання нового типу словників, їх структури, збору матеріалу та власне укладання вже на початку ХХІ ст. були видані та науково інтерпретовані відомими світовими лінгвістами. Згадаємо Джеффрея Вільямса, який наголосив, що для ефективного користування лексикографічним джерелом потрібно вміти обирати відповідний тип словника для адекватного задоволення потреб користувачів, знати основні складники на макро- й мікроструктурному рівнях, легко знаходити потрібну реєстрову одиницю, адекватно сприймати інформацію про мовну одиницю у словнику²⁴. Варто тут згадати і сучасних слов'янських лексикографів Малгожату Маєвську (робота над комп'ютерними аналогами польськомовних словників²⁵), Володимира Дубічинського (робота над мікро-

²⁰ G. Williams, *In Praise of Lexicography, and Lexicographers*, [in:] *Proceedings of the XVII EURALEX International Congress*, 2016, p. 78.

²¹ A. Charciarek, *Корпусы текстов как инструмент переводной лексикографии (на примере фразем с компонентом bajka и их русских эквивалентов)*, „*Slavia Orientalis*” 2014, № 4, с. 761.

²² Є.А. Карпіловська, *Роль картотеки «портретів слів» в укладанні словників нового покоління*, „*Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*” 2017, № 52, с. 94.

²³ В.А. Широков, *Феноменологія лексикографічних систем*, Київ 2004, с. 65.

²⁴ G. Williams, *In Praise of Lexicography...*, p. 79.

²⁵ M. Majewska, *Dygitalizacja tekstowa i bazodanowa „Słownika wileńskiego”*, „*Poradnik Językowy*” 2012, z. 7, s. 76-88.

структурою словникових статей – польської та української мов²⁶), Мірослава Банька (про польські взаємозв'язки зі світовою лексикографією²⁷) та ін.

Це логічно сприяє і лексикографічній репрезентації мови в різних комунікативних сферах, зокрема і масмедійній (концепція створення словників нового типу вже була запропонована раніше польськими й українськими дослідниками²⁸). Показово, що медійна е-лексикографія в Польщі – один із пріоритетних напрямів на сучасному етапі розвитку науки, що є логічним у зв'язку із глобалізованою еволюцією інформаційного суспільства.

Однією з перших ґрунтовних праць, що авторитетно репрезентує медійну сферу, є Енциклопедія знань про пресу²⁹ Центру медіадосліджень (Ośrodek Badań Prasoznawczych), в якій наголошується на сучасній концепції побудови медіасловників: «W *Encyklopedii wiedzy o prasie* położony został nacisk na współczesność. Ta koncepcja wyznaczyła historii prasy rolę drugoplanową. Znalazło to wyraz zarówno w doborze tytułów, jak w konstrukcji samych tekstów»³⁰.

Концептуально книга втілює в життя лексикографічні ідеї польського дослідника Мечислава Кафля, який наголошував на двох аспектах лексикографії – історико-теоретичному та практичному³¹. З дев'яностих років ХХ ст. створення неословників у Польщі підхоплює лексикографічна школа м. Кракова: йдеться про колективну працю за ред. проф. Ягеллонського університету Валерія Пісарека³², у якому опрацьовано понад 1000 термінів, що стосуються засобів масової комунікації з максимально широким медіаджерел: „...historii i teorii komunikowania, telekomunikacji, prasy, radia, telewizji (wraz z filmem i video), Internetu, reklamy, public relations, prawa i ekonomiki mediów oraz języka mediów”³³.

Назване видання без перебільшення стало хрестоматійним для слов'янського мовознавчого світу в контексті укладання неословників медіа. *Wielki słownik języka polskiego* – ще одна вагома сторінка в історії е-лексикографії³⁴. Репрезентація словника в комп'ютерному форматі та глобальна робота над словником

²⁶ В. Дубичинский, *Диалектическое взаимодействие параметров микроструктуры словарной статьи*, „Komunikacja Specjalistyczna” 2015, № 9-10, с. 40-58.

²⁷ М. Bańko, *Z pogranicza leksykografii i językoznawstwa. Studia o słowniku jednojęzycznym*, Warszawa 2001.

²⁸ Р. Żmigrodzki, *Słowo – słownik – rzeczywistość. Z problemów leksykografii i metaleksykografii*, Kraków 2008; М. Bańko, *Z pogranicza leksykografii...;* О.О. Тараненко, *Новий словник української мови: Концепція і принципи укладання словника*, Київ 2000; Є.А. Карпіловська, *Динаміка сучасної української мови в словниках нового покоління (проект серії словників нової української лексики)*, «Українська мова» 2004, № 3, с. 3-29; В.В. Дубичинський, *Сучасна лексикографія ХХІ ст.*, Харків 2015.

²⁹ J. Maślanka, *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976.

³⁰ Ibid, p. 11.

³¹ M. Kafel, *Prasoznawstwo*, Warszawa 1969, p. 126-127.

³² *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

³³ Ibid, s. 7.

³⁴ *Wielki słownik języka polskiego*, [w:] <http://www.wsjp.pl> (06.06.21).

групою авторитетних дослідників (П. Жмігродзьки (ред.), М. Банько, Рената Пшибильська, Мацей Гроховський та ін.) доводить значущість та потрібність словника в лексикографічному просторі Польщі та Європи.

(2) Нова сторінка в українській неолексикографії фактично розпочинається з сучасних поглядів на словник в умовах глобалізаційних інформаційних змін. Наукові паралелі проводимо із польською е-лексикографією. Розроблення комп'ютерних лексикографічних систем ґрунтовно проаналізовано у монографічній праці акад. Володимира Широкова³⁵. Формується і корпус української літературної мови Українським мовно-інформаційним фондом НАН України³⁶, ведеться спільна із польськими дослідниками робота над лексикографічною працею *Leksykon aktywnej frazeologii polskiej i ukraińskiej* (на прикладі текстів розмовного та публіцистичного стилів)³⁷ та ін. роботами³⁸. Як бачимо, електронний формат у лексикографії (як і медійна комунікація в лексикографічній репрезентації) стає пріоритетним для української лінгвістики ХХІ ст.

Розуміючи світові тенденції особливої уваги до мови медіа (вважаємо, що свобода преси в добу незалежності як екстралінгвальний чинник вплинув на це найбільше), в Україні також назріває потреба в укладанні медіалексикографічних видань³⁹:

Потрібність створення таких лексикографічних праць була очевидною – стрімке зростання інформації в сучасному соціумі, переформатування наявних джерел і способів передачі інформації, а також поява нових носіїв інформації й, відповідно, жанрів, їх композиційної та архітектонічної специфіки – все це вимагало фахового структурування термінопонять⁴⁰.

Зазначені лексикографічні праці відповідають новим вимогам до словників нового типу – зручність у користуванні і максимально швидкий пошук потрібної інформації, адже «сучасний користувач електронних словників швидше віддасть перевагу єдиному словнику, що містить як всебічні знання про мову, так і спектр енциклопедичних знань»⁴¹. У нових словниках – і дискурсивного типу,

³⁵ Формування нового в українській лексикографії «словника майбутнього» див. за: В.А. Широков, *Феноменологія...*, Київ 2004.

³⁶ *Словник української мови online*, [в:] <https://sum20ua.com/> (06.06.21).

³⁷ М. Jaskot, R. Tymoshuk, W. Sosnowski, Y. Ganoshenko, W. Szirokow, *Leksykon aktywnej frazeologii polskiej i ukraińskiej*, Warszawa 2018.

³⁸ Див. праці: Р. Müldner-Nieckowski, *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa 2004; А. Charciarek, *Корпусы текстов...*, с. 741-761.

³⁹ Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов, *Медіалінгвістика: словник термінів і понять*, Київ 2014; Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Нові слова та фразеологізми в українських медіа: словник*, Київ, 2017-2020, vol. 1-4.

⁴⁰ Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов, *Медіалінгвістика...*, с. 10.

⁴¹ И. Большаков, А. Гельбух, *Большой электронный словарь как политематический справочник и формирователь запросов к интернету*, «Диалог» 2011, с. 124.

і функціонального – безумовно враховувались надбання не тільки вітчизняної медіалексикографічної спадщини, а й польської, про що зазначено у передмовях до видань. Перспектива нашої подальшої роботи над словником очевидна – електронна адаптація видання до потреб сучасного користувача та представлення термінів медіалінгвістики / медійного лексико-фразеологічного ресурсу в комп'ютерному форматі.

Наголосимо, що слідом за українським інноваційним виданням були створені тлумачні словники дискурсивного типу й російськими вченими⁴².

Перспектива роботи над медіасловниками: скринінг ситуації

(1) Щорічний лексикографічний проєкт «Нові слова і фразеологізми в українських масмедіа» дозволяє діагностувати реальний «стан і статус» сучасної української мови в масовій комунікації⁴³. Наголосимо на увазі до принципів роботи зі словниками в інформаційну добу, а також дискусійних наукових проблемах у сучасній лексикографії, що репрезентовано в науковій літературі⁴⁴. Говорячи про перспективу роботи над словником, наголосимо на меті нашого лексикографічного проєкту – репрезентувати інноваційні процеси, що відбуваються в українській мові на прикладі масової комунікації. Аналізуючи принципи відбору мовного матеріалу та формуючи комп'ютерну картотеку, ми керувалися принципом коректного щодо функцій та комунікативної сфери представлення як мовного матеріалу, так і форматування. А тому перспективним вбачаємо і постійне оновлення мови в масовій комунікації – і, як результат, репрезентація цих процесів у нашому словнику.

Для максимальної об'єктивності представленого матеріалу висувалися такі вимоги до масмедійної джерельної бази. Обов'язковими мали бути:

⁴² Йдеться, зокрема, про видання *Медіалінгвістика в термінах и понятиях: словарь-справочник*, под ред. Л.Р. Дускаевой; редколл.: В.В. Васильева, Ю.М. Коняева, А.А. Малышев, Т.Ю. Редькина, Москва 2018.

⁴³ Цей проєкт за участі молодих учених – студентів спеціалізації «Медіалінгвістика» Київського національного університету імені Тараса Шевченка – має на меті проаналізувати оновлення лексико-фразеологічного фонду України. Автори та укладачі серії словників – проф. Л.І. Шевченко та доц. Д.Ю. Сизонов (ідея – проф. Л.І. Шевченко). Авторами на основі українських засобів масової інформації зібрано близько тисячі нових слів та фразеологізмів, які відбивають реальний стан української мови та накреслює перспективу її розвитку в умовах модерного часу.

⁴⁴ Див. праці: А. Adamska-Sałaciak, *Lexicography and Theory: Clearing the Ground*, „International Journal of Lexicography” 2019, vol. 32 (1), p. 1-19; Е. Иванцова, *Лексикографическое представление речи индивида: тип словаря и его реализация в словарной практике*, «Вопросы лексикографии» 2013, № 2 (4), с. 6-18; В. Gasek, *Polsko-rosyjska leksykografia par przekladowych: stan aktualny i perspektywy*, „Slavia Orientalis” 2017, № 1, s. 140-169; Е. Пурицкая, Д. Панков, *Нормативно-стилистическая характеристика лексики современного русского языка: возможности описания в словарной базе данных*, «Вопросы лексикографии» 2018, № 13, с. 23-43.

- україномовні **друковані видання, радіо, телебачення, Інтернет**;
- **поліжанрові, поліформатні, мультимедійні** всеукраїнські та міжнародні видання;
- сучасна **блогосфера**, соціальні та інформаційні Інтернет-джерела;
- **рекламні** (зовнішня та внутрішня) та **піар-тексти**, що репрезентують мовні інновації;
- актуальність щодо часу виходу видання та аудиторії (2017-2020 рр.).

Також до видання увійшла Інтернет-реклама, комерційна та соціальна реклама, анонси та оголошення, буклетна та ін. масова продукція, що візуалізовано у вигляді ілюстративного матеріалу.

Для того, щоб довести глобальний неологічний зсув у мові, виявлений у ЗМІ, джерельну базу для досліджуваного матеріалу ми визначали за кількома критеріями:

- (a) потужного і **виявленого в усіх стратах соціуму** впливу на масову мовну свідомість;
- (b) поліваріантності функціонального ресурсу мови, що виявляється на різних носіях інформації (друковані видання, радіо, телебачення, реклама, інтернет), можливості зафіксувати комунікативний потенціал мови **в певному часовому зрізі**;
- (c) лінгвістичної **об'єктивації нових мовних одиниць** (їх семантики, лексико-синтаксичної сполучуваності) в українській мові;
- (d) представлення та **паспортизації нової лексики й фразеології**, що виникає у сфері масової комунікації (див. порівняльний аналіз фразеологічних інновацій за 2016 та 2017 рр. на основі картотеки до нашого словника⁴⁵).



Мал. 1. Критерій джерельної бази словників (2017-2020)

Відбір нових слів у медіа як основного об'єкта дослідження відбувається за критеріями, визначеними ще на початку роботи у постійній диспозиції **критерії відбору – критерії аналізу**. Зазначимо, що для першого критерію важливою є новизна одиниці – як у структурному плані (абсолютно нове слово / новий

⁴⁵ D. Syzonov, *Media Phraseology and the Dynamics of the Ukrainian Language: the Psycholinguistic and Stylistic Paradoxes*, "Psycholinguistics" 2018, № 24 (2), p. 277-292.

фразеологізм), так і в семантико-стилістичному (розширення семантики слова / фразеологізма в медійному контексті). Для другого – коректність опису та широкий відбір ілюстрацій.

Мал. 2. Функціональні критерії словника (2017-2020)

КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ	КРИТЕРІЇ АНАЛІЗУ НОВИЗНИ
<i>нове слово</i>	атрибуція нового слова у медіа
<i>новий фразеологізм</i>	атрибуція нового фразеологізма у мас-медіа
<i>нова семантика</i>	перевірка нової одиниці за критерієм новизни у словниках
<i>розширення семантики</i>	фіксація нової одиниці у мінімум 10 контекстах
<i>трансформований фразеологізм</i>	фіксація нової одиниці у мінімум 10 джерелах
<i>влучна політична цитата</i>	з'ясування етимології нового слова
<i>Інтернет-мем</i>	формулювання визначень і дефініції нового слова
<i>семантична деактивація слова / фразеологізма</i>	формування картотеки нових слів / неофразем для подальшої роботи

Аналізуючи зібрану е-картотеку до словників минулих років, окреслимо перспективу в роботі з новими лексемами та фразеологізмами, що виникають та функціонують у медіа, коли йдеться про сучасні контакти польської та української мов:

(а) в українській мові поява неолексем за посередництва польської мови – і навпаки;

(б) у засобах масової інформації на території України за аналогією з польськомовним аналогом, меншою мірою у польській за аналогією з українською;

(с) вплив неології польськомовних ЗМІ на території України на українську мову.

Слід підкреслити, що деякі лексико-фразеологічні новації є послідовним копіюванням польськомовних аналогів (особливо в Інтернет-просторі) – і це також може бути об'єктом лексикографічного аналізу: **janusz, keczup po frytkach, Czerczesow Lifestyle** та ін.

Див. у словнику⁴⁶:

Черчесов стайл; Czerczesow, wracaj! (пол. *Czerczesow Lifestyle*) – Інтернет-мем, що характеризує важливу людину в потрібний час: „**Черчесов лайфстайл**”. *Зимняя коллекция уже в клубном магазине*: болельщики вспомнили „нового” тренера „Легии” [Новый день, 20.10.2020]; **Czerczesow, wracaj!, lub jak witani są bohaterowie** [Wirtualna Polska, із заголовку, 12.11.2020].

⁴⁶ Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Нові слова...*, vol. 3-4.

Інтернет-мем, Facebook, 2020⁴⁷

„Кетчуп після картоплі фри” (пол. *“keczup po frytkach”*) – те, що більше не буде корисним, оскільки надходить занадто пізно: *Нові реформи як „кетчуп після картоплі фри”* [112.Україна, із інт., 12.11.2020]; *UE bez Wielkiej Brytanii. Może to keczup po frytkach* [chillizet.pl/, із заголовку, 13.09.2020].

(2) Медіалінгвістичний словник дискурсивного типу є першою, інноваційною спробою систематизувати терміноряд медіалінгвістики, врахувавши специфіку мовознавчого підходу до аналізу текстів у медіа (інтралінгвістичні критерії аналізу) та особливості медійних текстів як комунікативних феноменів, зорієнтованих на масову мовну свідомість (екстралінгвістичні критерії аналізу).

Словник побудований за класичним алфавітним принципом. Терміни й наукові поняття представляють основну проблематику медіалінгвістики, її методи, типи й види аналізованих текстів та структурно-функціональних мовних одиниць цих текстів. Словникові статті включають також дотичні до власне лінгвістичних поняття, без яких неможливо проаналізувати специфіку мови у ЗМІ, що є синкретичною сферою сучасної гуманітаристики (передусім, журналістські, деякі політологічні, філософські та ін.).

Мабуть, можна з упевненістю говорити про те, що така складна, різномірна, об’ємна міждисциплінарна природа медіалінгвістики ріднить її з такою ж складною і різномірною за своєю природою і способом рефлексії <...> філософією мови. Медіалінгвістика зіткнулася зараз з тими ж гносеологічними, епістемологічними і методологічними проблемами, що і близько сорока років тому зіткнулась філософія мови⁴⁸.

⁴⁷ Приклади Інтернет-мемів взято з відкритого доступу домену .ua, а також з соціальної мережі Facebook

⁴⁸ Э. Шестакова, *Об основных коллизиях медиалингвистики*, «Медиалингвистика» 2015, № 1 (6), с. 123.



Мал. 3. Термінологічна репрезентація наукових сфер у словнику⁴⁹

Репрезентуємо це схематично:

При роботі над словником врахувався й інтернаціональний принцип репрезентації медіалінгвістичної термінології. «І зрозуміло, що медіалінгвістиці ще досить довго в процесі самовизначення доведеться „озиратися”⁵⁰, враховувати всередині себе гени і філософії, і теорії масмедіа, і лінгвістики, виробляючи внутрішню культуру самосвідомості та репрезентації себе», а тому логічним видається подавати і дефініції певних понять з «озиранням» на світові тенденції медіалінгвістичної еволюції. Універсалізованими (напр., для України й Польщі) стають певні словникові статті, для ілюстрації яких і використані міжслов’янські паралелі, зокрема українсько-польські.

Див. у словнику (з можливим розширенням семантики)⁵¹:

Медіа громадські / суспільні – тип медіа, що передбачає комунікацію різних груп людей та забезпечує масову аудиторію інформацією про різні напрямки громадського життя. Особливість цих медіа полягає в тому, що вони не залежать від комерційних тенденцій і популярних тем, продиктованих владою чи рекламодавцями: *UA: Суспільне* (Україна), *Россія 1* (Російська Федерація), *TVP1* (Польща) та ін.

Агентство рекламне – агентство, що займається плануванням та розміщенням реклами у ЗМІ (на телебаченні, радіо, в зовнішній рекламі, пресі, в Інтернеті та ін.). До середини минулого століття більшість А. р. були агентствами повного циклу, що займалися створенням її реклами й остаточним її розміщенням в інформаційному полі. Пізніше бізнес диверсифікувався – на ринку з’явилися креативні агентства (технічний бік реклами) і медійні (стилістичний бік реклами). Найбільшими рекламно-комунікаційними медійними агентствами в світі є *WPP Group* (Англія), *Interpublic Group* (США), *Publicis Groupe* (Франція), *Communication Unlimited* (Польща) та ін.

⁴⁹ Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов, *Медіалінгвістика...*

⁵⁰ Э. Шестакова, *Об основных...*, с. 126.

⁵¹ Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов, *Медіалінгвістика...*

Медіакорпорація – об’єднання кількох медіаканалів. Напр., медіакорпорація „Starmedia” об’єднує телеканали „СТБ”, „Новий канал”, „ICTV” (Україна), медіакорпорація „Agora Group” об’єднує „Gazeta Wyborcza”, „Metro”, TOK FM та ін. (Польща).

Висновки

Уже сьогодні можна говорити про зсув сучасної парадигми у традиційній лексикографії: строгий системно-структурний підхід змінюється на функціональний, паперовий словник змінюється на електронний, словник із описового перетворюється на аналітичний, дискурсивний. Особливо виразно ці зміни виявляються в медійній лексикографії (показовими є ілюстрації таких словників у Польщі та Україні).

Сферу медіа варто розглядати як цілісний комунікативний об’єкт, де корелюються зв’язки між контентом, автором тексту, соціальним середовищем і реципієнтами. Медійна лексикографія відтак динамічно відтворює та репрезентує вербалізовану сутність і структуру масової комунікації, а отже, має наукову і практичну **перспективу**.

Важливо наголосити, що проблеми дослідницьких польсько-українських паралелей сьогодні особливо актуальні, і в контексті медіалексикографії вони активно реалізуються у життя. Приклади спільної роботи над словниками лексикографів української та польської (медіа)стилістичних шкіл можуть бути яскравим підтвердженням цього погляду та без сумніву є актуальними для науки в XXI ст.

References

- Adamska-Salaciak A., *Lexicography and Theory: Clearing the Ground*, “International Journal of Lexicography” 2019, vol. 32 (1), p. 1-19.
- Andreas W., *Infotainment. Fernseh Nachrichten zwischen Information und Unterhaltung*, Bern 1995.
- Apresyan Yu., *Izbrannyye trudy. T. II. Integral'noye opisaniye yazyka i sistemnaya leksikografiya*, Moskva 2005.
- Bańko M., *Z pogranicza leksykografii i językoznawstwa. Studia o słowniku jednojęzycznym*, Warszawa 2001.
- Bell A., *The Language of News Media*, Oxford, Blackwell 1991.
- Bol'shakov I., Gel'bukh A., *Bol'shoy elektronnyy slovar' kak politematicheskyy spravochnik i formirovatel' zaprosov k internetu*, „Dialog” 2011.
- Charciarek A., *Korpusy tekstov kak instrument perevodnoy leksikografii (na primere frazem s komponentom bajka i ikh russkikh ekvivalentov)*, „Slavia Orientalis” 2014, № 4.
- Dobrosklonskaya T.G., *Voprosy izucheniya mediatekstov: Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi*, Moskva 2005.
- Dubichinskiy V., *Dialekticheskoye vzaimodeystviye parametrov mikrostruktury slovarnoy stat'i*, „Komunikacja Specjalistyczna” 2015, № 9-10.
- Dubichyn's'kyu V.V., *Suchasna leksykohrafiya XXI st.*, Kharkiv 2015.

- Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976.
- Fairclough N., *Language and Power*, London, Longman, 1989.
- Fedorov A.V., *Slovar' terminov po mediaobrazovaniiu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti*, Taganrog 2010.
- Fowler R., *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*, London, Routledge 1991.
- Frechette J., Williams R., *Media Education for a Digital Generation*, New York 2016.
- Gasek B., *Polsko-rosyjska leksykografia par przekladowych: stan aktualny i perspektywy*, „Slavia Orientalis” 2017, № 1.
- Harald B., *Textsorten in den Massenmedien*, [in:] Brinker, K. u.a. (Hgg.), *Text- und Gesprächslinguistik*, Bd. 1, Berlin 2000.
- Ivantsova E., *Leksikograficheskoye predstavleniye rechi individa: tip slovarya i ego realizatsiya v slovarnoy praktike*, „Voprosy leksikografii” 2013, № 2 (4).
- Jaskot M., Tymoshuk R., Sosnowski W., Ganoshenko Y., Szirkow W., *Leksykon aktywnej frazeologii polskiej i ukraińskiej*, Warszawa 2018.
- Kafel M., *Prasoznawstwo*, Warszawa 1969.
- Karpilovs'ka Ye.A., *Dynamika suchasnoyi ukrayins'koyi movy v slovnykakh novoho pokolinnya (proekt seriyi slovnykiv novoyi ukrayins'koyi leksyky)*, “Ukrayins'ka mova” 2004, № 3.
- Karpilovs'ka Ye.A., *Rol' kartoteky "portretiv sliv" v ukladanni slovnykiv novoho pokolinnya*, „Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej” 2017, № 52.
- Kiklevich A., *Vetka vishni...: stat'i po lingvistike*, Olsztyn 2013.
- Klushina N., *Stilistika internet-teksta*, Moskva 2019.
- Knyazev A.A., *Entsiklopedicheskii slovar' SMI*, Bishkek 2002.
- Kozhina M.N., *Stil'*, [v:] *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka*, pod red. M.N. Kozhinoy, Moskva 2003.
- Linde-Usiekiewicz J., *Komputerowy słownik języka polskiego*, Warszawa 1996.
- Majewska M., *Dygitalizacja tekstowa i bazodanowa „Słownika wileńskiego”*, „Poradnik Językowy” 2012, z. 7.
- Maślanka J., *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976.
- McQuail D., *Media performance: Mass communication and the public interest*, London 1992.
- Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*, pod red. L.R. Duskayevoy; redkoll.: V.V. Vasil'yeva, Yu.M. Konyayeva, A.A. Malyshev, T.Yu. Red'kina, Moskva 2018.
- Montgomery M., *Introduction to Language and Society*, University of Macau 2008.
- Müldner-Nieckowski P., *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa 2004.
- Norman F., *Media Discourse*, London 1995.
- Perrin D., *Medienlinguistik*, Konstanz 2006.
- Pisarek W. (Ed.), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Warszawa 2006.
- Puritskaya E., Pankov D., *Normativno-stilisticheskaya kharakteristika leksiki sovremennogo russkogo yazyka: vozmozhnosti opisaniya v slovarnoy baze dannykh*, „Voprosy leksikografii” 2018, № 13.
- Romanovskiy I.I., *Mass-media: Slovar' terminov i ponyatij*, Moskva 2004.
- Rutkovs'kyy O., *Ukrayins'kyy slovnyk-dovidnyk ekrannykh media*, Kyiv 2007.
- Shestakova E., *Ob osnovnykh kolliziyakh medialingvistiki*, “Medialingvistika” 2015, № 1 (6).
- Shevchenko L., *Horyzontamy modernoyi linhvistyky*, Kyiv 2014.

- Shevchenko L., Syzonov D., *Electronic Filing System of Language Innovations in Media: Psycholinguistic Metric*, „Psycholinguistics” 2019, № 26 (2).
- Shevchenko L.I., Derhach D.V., Syzonov D.Yu., *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat'*, Kyiv 2014.
- Shevchenko L.I., *Mediyna leksykohrafiya v linhvistychniy perspektyvi*, „Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka” 2014, № 28.
- Shevchenko L.I., Syzonov D.Yu., *Novi slova ta frazeolohizmy v ukrayins'kykh media: slovnyk*, Kyiv, 2017-2020, vol. 1-4.
- Shevchenko L.I., Syzonov D.Yu., *Pryntsypy leksykohrafichnoyi reprezentatsiyi novykh sliv ta frazeolohizmiv u mas-media*, „Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka” 2017, № 34.
- Shyrovkov V.A., *Fenomenolohiya leksykohrafichnykh system*, Kyiv 2004.
- Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013.
- Slovar' mediaterminov. Seriya “Media. Resursy. Menedzhment”*, Kharkiv 2009.
- Slovnky zhurnalista: Terminy, mas-media, postati*, Za red. Yu.M. Bidzili, Uzhhorod 2007.
- Solganik G., *O sovremennoy kul'turno-rechevoy situatsii*, „Aktual'nyye problemy stilistiki”, 2016, № 2.
- Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogolebska, M. Worsowicz, Łódź, 2010.
- Syzonov D., *Media Phraseology and the Dynamics of the Ukrainian Language: the Psycholinguistic and Stylistic Paradoxes*, „Psycholinguistics” 2018, № 24 (2).
- Syzonov D., *Suchasna medialeksykohrafiya: linhvoprahamatychnyy potentsial*, „Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka” 2013, № 26.
- Syzonov D.Yu., *Mediyna leksykohrafiya v aspekti aktual'nykh tendentsiy rozvytku ukrayins'koho movoznavstva*, „Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka” 2012, № 25.
- Taranenko O.O., *Novyy slovnyk ukrayins'koyi movy: Kontseptsiya i pryntsypy ukladannya slovnyka*, Kyiv 2000.
- Terry R., *Slovar' yazyka sredstv informatsii SShA. Mass Media Dictionary*, per. s angl., Moskva 1992.
- Tošović B., *Generatorska lingvistika*, Beograd 2018.
- Williams G., *In Praise of Lexicography, and Lexicographers*, [in:] *Proceedings of the XVII EURALEX International Congress*, 2016.
- Wojtak M., *Glosy z terażniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.
- Worsowicz M., *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna*, Łódź 2013.
- Żmigrodzki P., *Słowo – słownik – rzeczywistość. Z problemów leksykografii i metaleksykografii*, Kraków 2008.
- Żmigrodzki P., *Wielki słownik języka polskiego PAN*, Kraków 2007.

ПРО АВТОРІВ

Лариса Іванівна Шевченко – член-кореспондент НАН України, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри стилістики та мовної комунікації Київського національного університету імені Тараса Шевченка. **Публікації: монографії, словники:** *Інтелектуальна еволюція української літературної мови: теорія аналізу*, Київ 2001; *Символи модерної культури в інтертексті слов'янських медіа*, Київ 2018; *Медіалінгвістика: словник термінів і понять*, Київ 2014 (співавтор); *Юрислінгвістика: словник термінів і понять*, Київ 2014 (співавтор); *Нові слова та фразеологізми в українських медіа: словник*, Київ 2017 (співавтор). **Статті:** *Прецедентні номени культури в українських медіа*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2017, № 34; *Українська неолінгвістика: пошуковий простір, напрями, проблеми*, «Народна творчість та етнологія» 2018, № 3; *Социальный институт права в лингвистическом освещении: текст – смысл – личность*, „Slavica” 2016, vol. XLV, *Проблеми наукової школи в Харківській славистиці сер. XIX ст.: О.О. Потебня і П.О. Лавровський*, «Мовознавство» 2018, № 6 (у співавторстві) та ін.

ORCID: 0000-0001-6290-2307

Email: style_m_k@ukr.net

Дмитро Юрійович Сизонов – кандидат філологічних наук, доцент кафедри стилістики та мовної комунікації Київського національного університету імені Тараса Шевченка. **Публікації: монографії, словники:** *Медицина термінологія в українських мас-медіа: стилістичний потенціал*, Київ 2012; *Медіалінгвістика: словник термінів і понять*, Київ 2014 (співавтор); *Нові слова та фразеологізми в українських медіа: словник*, Київ 2017 (співавтор). **Статті:** *Media Phraseology and the Dynamics of the Ukrainian Language: the Psycholinguistic and Stylistic Paradoxes*, „Psycholinguistics” 2018, № 24 (2); *Медицинская терминология в белорусских, польских, русских и украинских медиа: семанτικο-стилистическая характеристика*, „Stylistyka” 2015, vol. XXIV; *Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів*, „Science and Education” 2017, vol. 7, *Фразеологічні інновації української мови у медіалінгвістичному висвітленні*, „Studia Slavica Hungarica” 2018, № 63/2 та ін.

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Email: dm_sizonov@ukr.net