

Дмитро Сизонов (Dmytro Syzonow)

Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МЕДІЙНА МОВА У ЗМІННИХ КООРДИНАТАХ (СКРИНІНГ ПОГЛЯДІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ПОЛЬСЬКІЙ НАУЦІ)

Media Language in Variable Coordinates (Screening Views in Ukrainian and Polish Science)

ABSTRACT: The proposed research shows the process of the language dynamic changes in mass communication. The author analyzes the concepts of *(media) communication – (media) space – (media) discourse* in their evolution, explains the reasons for scientific shifts in the interpretation of these categories, emphasizes new approaches for the analyzed media linguistic phenomena. In order to objectify the scientific picture, the author has chosen authoritative works from Polish and Ukrainian media linguistics, by means of which distinguished is the panorama of the mentioned problem. A separate locus of the research is the monitoring of language innovations over the past five years (Shevchenko L., Syzonov D., *Novi slova ta frazeologizmy v ukrainskyh masmedia* [New words and phraseologisms / idioms in the Ukrainian mass media: dictionary], Kyiv 2017-2022) based on material from the Ukrainian mass media. The collected e-card index of media innovations and the annually published dictionary of new words and phrases helped to analyze the factors that have influenced the linguistic renewal of the Ukrainian language.

KEYWORDS: media language; lexicographical innovations; media linguistics; language dynamics; media communication; Polish-Ukrainian parallels

1. Вступ

Мотивація до написання цієї статті визначається динамічним розвитком сучасного медіапростору, оновленням його мовно-стилістичного ресурсу, збагаченням медійної комунікації неологічними потоками, а також стрімкою еволюцією медіалінгвістики як інноваційного напрямку сучасного гуманітарного знання. Тенденції розвитку медіалінгвістики як модерної наукової галузі достатньо

повно прописані німецькими вченими¹. У попередніх розвідках ми вже розглядали часткові проблеми, що пов'язані з медійною екологією, дискурсивно-стилістичним і лексикографічним локусами модерної лінгвістики, інфограмотністю² та ін. У цій статті акцентуватимемо увагу на нових викликах, що постають перед лінгвістикою сучасного періоду, зокрема в контексті розгляду **(медіа)мови – (медіа)простору – (медіа)дискурсу**. Ця тріада понять, на нашу думку, віддзеркалює інформаційний гіперпростір із його тяжінням до диджиталізації та інтернетизації, а також постійною динамізацією мови в реаліях Web 3.0³. Розмежування цих, здавалося би, близьких понять також входить у завдання нашої публікації (ідеться про певну еволюцію поглядів на ці явища з позиції модерної лінгвістики). Окремим локусом дослідження є аналіз мовного оновлення медійного контенту з лексикографічною перспективою його опису.

Аналізуючи медіалінгвістичні праці західноєвропейського простору, ми хочемо зосередитися на причинах і факторах, що впливають на медійну комунікацію та стають домінантними маркерами її змін у глобалізованих процесах розвитку світу. Наголосимо, що саме медіа сьогодні виходять на лідерські позиції серед функціональних сфер та визначають основу масової комунікації, адже світ фактично заповнили тотальна інформатизація, медійний консюмеризм та віртуальна реальність. До слова, ще в середині минулого століття це спрогнозував Маршал Макклуюен (ідеться про його наукові обґрунтування інформаційного впливу ЗМІ на європейську медіакультуру та масову свідомість через т. зв. глобальне село, що фактично формує і організовує всю інформацію світу)⁴.

Звідти і коріння медіалінгвістики, що допомагає описати та логічно пояснити зміни в мові під впливом глобалізованих інформаційних зсувів. Як неонапряма модерного мовознавства, медіалінгвістика сформувалася в інтегральних процесах сучасної науки (маємо на увазі взаємозалежності медіасфери та мовної комунікації), а також відбила актуальні ритми часу, визначивши пріоритети розвитку мови в інформаційних суспільствах. Слушно з цього приводу зауважує проф. Лариса Шевченко:

¹ *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*, hrsg. C. Baechler, E. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, Berlin 2016.

² D. Syzonov, *Media Ecology and Language Innovations (Infolexicographic Literacy)*, „International Journal of Media and Information Literacy” 2022, No. 7 (1), p. 255-263 ; D. Syzonov, *Parametrization of Language Innovations in Media Communication: Ecolinguistic Dimension*, „Logos” 2022, No. 110, p. 184-191, [in:] <https://doi.org/10.24101/logos.2022.19>; Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Медійна лексикографія в польсько-українській диспозиції: функціональні інновації*, „Slavia Orientalis” 2021, nr 3, с. 643-659.

³ J. Frechette, R. Williams, *Media Education for a Digital Generation*, New York 2016; O. Lassila, J. Hendler, Embracing, *Web 3.0*, «IEEE Internet computing» 2007, No. 11 (3), p. 90-93 та ін.

⁴ M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man*, London 1962.

Медіалінгвістика як науковий дискурс зосереджений на медіакомунікації, що є особливою вербальною системою інформаційного діалогу в суспільстві, очевидно реалізує нову мовну дійсність, а отже, потребує адекватного інтелектуального інструментарію для пояснень і передбачень процесів, що відбуваються в мові в добу інформатизації⁵.

Таку ж тенденцію щодо доміантної ролі медійної мови в глобалізованих процесах розвитку соціуму бачимо і в польській традиції (зазначимо в цьому контексті медіалінгвістичні праці на підтвердження заявленої вище тези)⁶. Додамо також аргумент від одного із найавторитетніших лінгвістичних славістичного світу Станіслава Гайди. Дослідник ще на межі ХХ і ХХІ ст. визначив медіамову важливим фундаментом у побудові інформаційної картини світу та передбачив глобальні зміни в медійному просторі, що відбудуться в майбутньому⁷.

2. Медіакомунікація – медіапростір – медіадискурс: синкретизм поглядів

Розгляд ключових категорій інфосвіту в глобальному розумінні – **медіакомунікація, медіапростір, медіадискурс** – нами інтерпретуються передусім із позиції (нео)лінгвістики, яка включає інтегральний науковий контекст політологічних, соціологічних, культурологічних та ін. студій. Важливі (і вочевидь складні для наукового сприйняття) зазначені вище поняття аналізуються панорамно в працях західного наукового світу.

(і) Так, еволюція медіакомунікації пов'язана передусім із т. зв. «інформаційним вибухом», що в часовому зрізі ідентифікується з ХХ ст. Опис цього процесу максимально повно знаходимо в концептуальних працях із комунікативістики Гарольда Ласвелла, Деніса Мак-Квейла, Юргена Хабермаса. Так, Г. Ласвелл створив лінійну модель комунікації, що залежить від аудиторії, принципів та обставин комунікації, Д. Мак-Квейл зробив спробу репрезентації комунікації в чотирьох аспектах (щоденна, нормативна, операційна та науково-суспільна), Ю. Хабермас зацентрував на доміантній ролі масової комунікації в розвитку суспільства⁸. Важливий маркер щодо цих дослідників – урахування ними

⁵ Л.І. Шевченко, *Українська неолінгвістика: пошуковий простір, напрями, проблеми*, «Народна творчість та етнологія» 2018, № 3 (373), с. 22-30.

⁶ M. Worsowicz, *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna*, Łódź 2013; *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogolebska, M. Worsowicz, Łódź 2010; B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013; M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010 та ін.

⁷ S. Gajda, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, Warszawa 2000, s. 19-27.

⁸ H. Lasswell, *The structure and function of communication in society*, [in:] L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, New York 1948, p. 32-51; J. Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1989; D. McQuail, *Mass Communication Theory: an Introduction*, London

міждисциплінарності при аналізі комунікації: перший зі згаданих учених досліджує мовну комунікацію з позиції соціології та політології, другий – історії та соціології, третій – історії філософії. Це дозволило в майбутньому інтерпретувати медіакомунікацію в руслі інтегральності наукових учень.

Медіапростір як ілюстратор інформаційної доби яскраво виступає у взаємовпливах мови, засобів масової комунікації, культури. І більше – медіапростір відбиває сучасні зрушення інформатизованої доби, враховуючи еволюційні процеси соціуму (від розваг в інтернеті до мобільних медіа, від соціальних мереж до новітніх медіа, від традиційних ЗМІ до електронізації світу з VR-технологіями, 3D-моделюванням та ін.)⁹. При аналізі поняття медіадискурсу варто враховувати важливі чинники: його всеосяжності, відкритості та віртуалізації. Цю важливу рису в українському медіапросторі називав Сергій Чемеркін, наголошуючи, що «українська мова завдяки глобалізації зазнає змін усередині структури. Найбільшою мірою це позначилося на мові, якою послугуються за допомогою такого сучасного засобу масової комунікації, як інтернет»¹⁰. Вважаємо, що саме тенденція до інтернетизації мови і спричинили появу поняття **гіпермедіапростору** – тобто такого медіапростору, що охоплює як традиційні, так і нові формати медіа.

В українській медіалінгвістиці при розмежуванні понять **медіакомунікація** / **медіапростір** / **медіадискурс** враховується важливий фактор реальної ситуації в інформаційній площині: змінюється медіа, а з нею і супровідні поняття – (медіа)мова, (медіа)комунікація, (медіа)простір, (медіа)дискурс. Дефінітивне наповнення цих понять і спроба їх аналізу див. у перших в українській медіалінгвістиці словнику і підручнику, проблемно-аналітичних статтях із зазначеної проблематики¹¹.

(ii) Тракткування медіакомунікації в сучасній польській науці так само орієнтоване на міждисциплінарний вектор. В одній із останніх праць Магдалена Маковська зосереджується на аналізі мультимедійних платформ як (іп)реальної дійсності існування медіапростору:

Ера екранів – це також ера нового виміру візуальності. Візуальність завжди була природно присутня в спілкуванні віч-на-віч. Саме зображення було природним

1983; D. McQuail, *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London 1992 та ін.

⁹ N. Couldry, A. McCarthy, *MediaSpace. Place, Scale and Culture in a Media Age*, London 2003.

¹⁰ С. Чемеркін, *Українська мова в інтернеті: позамовні та внутрішньо-структурні процеси*, Київ 2009, с. 6.

¹¹ Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов, *Медіалінгвістика: словник термінів і понять*, Київ 2013; Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Теорія медіалінгвістики*, Київ 2021; Д. Сизонов, *Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі*, „Studia Linguistica” 2013, № 7, с. 389-393; М.Г. Яцимірська, *Сучасний медіатекст. Словник-довідник*, Львів 2005; D. Syzonov, *Parametrization of Language Innovations...* та ін.

прототипом письма, а потім послідовно супроводжувало його, спочатку у вигляді візуалдекорованих ініціалів у стародруках, потім у вигляді ілюстрацій, щоб сьогодні з'явитися, наприклад, у вигляді різноманітних аудіовізуальних елементів [переклад наш. – Авт.]¹²

Відтак указуються нові параметри медіакомунікації, що суголосні з цифровими тенденціями розвитку інформаційного простору: мова змінюється на **е-мову**, медіамова – **е-медіамову**, медіакомунікація – **е-медіакомунікацію**. Опис цієї тенденції у віртуалізації мови зустрічаємо у працях Богуслава Сковронька, Лева Мановіча, Каріни Чіхи та ін.¹³ Глобалізувати поняття **медіасфери**, що нині домінує в сучасному світі, пробує Адам Лепа: автор намагається показати місце медіасфери в еволюції комунікації та людини (як об'єднання різних інформаційних каналів)¹⁴. Тут важливо наголосити, що медіасфера дещо синонімізується з поняттям **медіапростір** та корелюється із дефінітивним наповненням «комплексна назва інформаційної сфери ЗМІ: сторінки газет, журналів, ефір радіо та телебачення, місце на сервері в інтернеті та ін.»¹⁵.

У цьому контексті ми наголошуємо на постійній безперервній зміні медіамови, що активно поповнюється новими елементами – лексичними та фразеологічними, а в стилістичному аспекті ще і включається в процес творення нових тропів і фігур для емоційно-експресивного зображення вербальної дійсності.

3. Фактори (медіа)мовних змін у дзеркалі сучасної лінгвістики

Мова постійно піддається змінам і трансформаціям: сюди проникають як нові елементи (виникають внаслідок номінації нових явищ та/чи за посередництва інших мов), так і семантично модифікуються вже відомі (йдеться про лексику і фразеологію, що набувають нових значень у процесі еволюції літературної мови). Скажемо метафоризовано: ці явища як маркери часу відбиваються у мас-медіа – такому собі «лакмусовому інфопапері». І такі зміни – від появи нових одиниць до зникнення інших, від розширення семантики слова / фразеологізма до звуження їх функціональних можливостей та ін. – є результатом впливу комплексу факторів. Передусім, екстралінгвальних. Ці фактори є комплексом мовних змін у медіапросторі, без яких неможливо усвідомити функціонування

¹² M. Makowska, #naukanatwitterze, *O multimodalnym designie informacji w dyskursie cyfrowym*, „Forum Lingwistyczne” 2020, No. 7(7), p. 89-104, [in:] <https://doi.org/10.31261/FL.2020.07.07> (10.10.2023).

¹³ B. Skowronek, *Technologia. Multimodalność. Komunikacja. Nowe wyzwania dla mediolingwistyki*, [w:] *Współczesne media. Media multimodalne*, t. 1, *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2018, s. 11-19; L. Manovich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006; K. Cicha, *Komunikacja wizualna – humanistyczne oblicze informatyki?*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2017, t. CXVII, s. 42-53.

¹⁴ A. Lepa, *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, t. XIX, s. 159-169.

¹⁵ Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов, *Медіалінгвістика...*, с. 101.

медіакомунікації. Розглянемо їх на прикладі української мови в XXI ст. – добу гіперінформатизації та інтернетизації, про що ми зазначали вище.

(і) Здавалося б, ми вже мали відійти від впливу політики на мовні процеси (цей фактор згадувався одним із перших позамовних чинників комунікативних змін у минулому):

У радянському мовознавстві значення слова і його роль у мові визначається, по-перше, складними і багатоманітними зв'язками з позамовною дійсністю – явищами, які воно називає суспільством, у якому слово функціонує, індивідуально-психічними процесами, що відбуваються в свідомості людини при засвоєнні і використуванні мови; по-друге, його місцем у мовній системі, зв'язками з іншими її елементами <...> Тільки всебічне врахування позамовних і внутрімовних зв'язків мова забезпечує справді наукове розуміння явищ мови¹⁶.

Але все ж політичні процеси лишаються вагомим фактором, що спричинюють появу мовних інновацій. А масмедіа відтак стають їх поширювачами в маси. 2004 та 2014 роки – переламні для української політичної комунікації, адже породили нові слова та фразеологізми, що вербалізували життя соціуму того періоду (мається на увазі українські революції – Помаранчева та Гідності). В цей час у масовій свідомості закріплюються слова *майдан* (і його концептуалізація у фразеологізованих конструкціях *виходити на майдан*, *палити шини*, *готувати коктейлі Молотова* та под.), а також пов'язані з ними *євромайдан*, *автомайдан*, *антимайдан*, *майданити*, *розмайданити* та ін. Із цього приводу Олександр Тараненко висловлювався:

Уже двічі протягом останніх десяти років спалах словотворчої активності спостерігається навколо слова *майдан* / *Майдан* (мається на увазі майдан Незалежності в центрі Києва), що розвинуло метонімічне процесуальне значення «тривалий масовий протест проти влади в центрі міста» (у 2004 р. – ненасильницького характеру) – під час «Помаранчевої революції» в листопаді – грудні 2004 р. і особливо під час «Революції гідності» наприкінці 2013 р. – на початку 2014 рр. у зв'язку з розгортанням масових акцій проти наміру влади згорнути курс європейської інтеграції України¹⁷.

Словник українців відтак активно поповнився номінаціями, пов'язаними з політичним життям, – **коаліція**, **титушки**, **страйкувати**, і навіть позалітературними елементами (чи алюзією на них), що активно поширювалися українськими ЗМІ в ті періоди – **зек-прем'єр**, **президаун**, **лугандон**, **ПіСУАР** (як номінація

¹⁶ Л. Лисиченко, *Лексикологія сучасної української літературної мови. (Семантика структури слова)*, Харків 1976, с. 3-4.

¹⁷ О. Тараненко, *Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець XX – XXI ст.)*, Київ 2015, с. 15.

псевдоутворення «Південно-східна українська республіка»), «*підарешт*», «*підрах*й*» та ін. Активним став і фразеологічний словник – *Україна не Росія, любі друзі, помаранчева мрія, куля в лоб, небесна сотня* та ін. Ці одиниці вважаються персоналізованими, адже джерелом їхнього поповнення є комунікація публічних людей (а вже ЗМІ фактично стають інструментом поширення мовних одиниць у маси). Відтак, ідеться про розширення семантики фразеологізмів за межами політичної комунікації: *стадіон так стадіон* – «прийняти виклик»; *маємо те, що маємо* – «констатація факту»; *разом нас багато* – «згуртованість»; *впихнути невпихуєме* – «зробити щось неможливе»; *куля в лоб* – «іти до кінця»¹⁸ та ін.

Наголосимо, що (нео)одиниці активно поповнюють словник масового реципієнта через неожанрові утворення, напр., політичні інтернет-меми. Формується навіть окремий шар фразеологізованої лексики в системі мемосфери – т.зв. фразові меми¹⁹. Можна навіть побачити тенденцію в поширенні мовних інновацій за допомогою інтернет-мемів – їхня роль як донорів (нео)лексем та (нео)фразеологізмів досить висока. Згадаємо лише частину з них: *карл!*, *йой*, *ніт*, *капітан очевидність*, *день бабака*, *вибори без виборів*, *глибинна держава*, *Україна понад усе*, *візитка Яроша*, «*мишебратья*», за «*порєбріком*» та ін. (як бачимо, більшість із цих одиниць сленгового походження, що також переконливо вказує на вплив мемосфери передусім на молодіжну аудиторію та аудиторію окремих субкультур). Вводиться навіть поняття «інтернет-фольклору» на позначення влучних слів і фраз, які активно поширюються віртуальним простором²⁰. І сьогодні такими поширювачами інтернет-мемів залишаються соціальні мережі.

(ii) Такі ж зміни спостерігаємо в українській комунікації нині. Від 24 лютого 2022 р. у зв'язку із повномасштабною війною в українській мові з'явилися слова та фразеологізми, що пов'язані з військовою справою, соціально-психологічними процесами, волонтерською діяльністю – всім тим, що екстра-

¹⁸ Ці одиниці пов'язані із політичними фігурами (П. Порошенко, Л. Кравчук, В. Ющенко, І. Плющ, А. Яценюк) відповідних періодів, а тому легко входили у медійний простір, а згодом – і до масової українськомовної комунікації. Про деякі особливості функціонування семантично трансформованих прецедентних словосполучень фразеологізованого типу див. у статтях: О. Кабиш, *Лексико-семантичні зміни в словниковому складі сучасної української мови у контексті суспільно-політичних трансформацій лінгвосоціуму*, «Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство)» 2014, вип. 6, с. 100-106; О. Маленко, «*Мовна поведінка*» сучасних українських ЗМІ: *елітарність vs масовість*, «Український світ» 2023, вип. 10, с. 135-140; Д. Сизонов, *Якщо куля в лоб...: про маніпулятивні тактики нових фразеологізмів ідіоматичного характеру*, «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» 2018, вип. 36, с. 76-91, [в:] <https://doi.org/10.17721/APULTP.2018.36.76-90> (10.10.2023); О. Стишов, *Неофраземи в суспільно-політичному дискурсі українських мас-медіа*, «Філологічні студії» 2015, вип. 4, с. 19-23 та ін.

¹⁹ Г. Кузь, *Українська неофразеологія: семантика, стилістика, прагматика*, „Studia Ukrainica Posnaniensia” 2021, vol. IX / 1, с. 61.

²⁰ Там само, с. 68.

лінгвально впливає на рух всередині мови. Деякі номінації є актуалізацією мовних одиниць, що обмежено вживалися в мові (напр., військові терміни та номінації – **приліт, тривога, байрактар, джавелін, донат** та ін.). Медіа допомогли цим словам адаптуватися до мовної системи і більше – поширитися в маси та навіть утворити нові одиниці: **байрактарити, зджавелінити, наволонтерити, здонатити** та ін. Бачимо і зворотню сторону цього процесу, коли слова українського походження за допомогою медіа пристосовуються до інших мов, транслітеруючись: **mrija, slava Ukrai'ni, Stefanija-mama, no-Bucha** та ін. Це робить мову більш гнучкою до семантичних перетворень та трансформацій, а також додає їй можливості ставати більш впізнаваною на міжнародній арені.

Частина нових слів є результатом контамінаційних процесів у мові: **зукраїнити** (сленг від англ. Ukrained), **арестомлення** (Арестович + повідомлення), **іхтамнети** (від рос. их там нет), **затридні, бандеромобіль, дебахнулота** ін. І як бачимо, деякі слова деактивувалися в мові, набувши додаткових семантичних відтінків – **«бавовна», шахід, «їжак», кіборг, град, піксель, «підкурювач», «прихід»** та ін.

Зміна семантики слів під впливом медіа:

| СУМ ²¹ | | Нові значення |
|--|---|---|
| <p><i>Підкурювач, -а, ч.</i> Пристрій для підкурювання сигарет, цигарок і т. ін.:</p> <p>Зарядний пристрій може працювати від пальчикових батарейок, автомобільного підкурювача чи електромережі (з мови реклами).</p> | ⇒ | <p>«<i>Підкурювач</i>», а, ч. Ірон. номін. російських військових, які ймовірно підпалюють російські військові бази:</p> <p>Нові «підкурювачі» у Криму. Там гаряче було цієї ночі (24 канал)</p> |
| <p><i>Град, -у, чол.</i> Атмосферні опади у вигляді частинок льоду різного розміру, перев. округлої форми:</p> <p>Їй в обличчя вітер бив холодними краплинами, дошкуляв кульками граду (С. Чорнобривець)</p> | ⇒ | <p>«<i>Град</i>», у, чол. Військовий термін, що позначає удари з установки РСЗО «Град»:</p> <p>На Херсонщині російські загарбники накривають «градами» українські міста (Єдині новини. Марафон)</p> |
| <p><i>Бавовна, -а, жін.</i> Волокно бавовнику, з якого виробляють пряжу; нитки цього волокна:</p> <p>Там із морем злилась Приазовська земля, Голубіють під небом Бавовни поля (М. Нагнибіда)</p> | ⇒ | <p>«<i>Бавовна</i>», а, жін. (від рос. «хлопок»). Номін. вибухів на російській території:</p> <p>«Бавовну» чути вже і в Курській області» (Єдині новини. Марафон)</p> |
| <p><i>Прихід, -у, чол.</i> Дія за значенням приходити.</p> <p>Щедрий прихід молодих талантів у літературу сповнює нас певністю в доброму майбутньому нашої літератури (Літературна газета)</p> | ⇒ | <p>«<i>Прихід</i>», у, чол. Перен. номін. вибухів; влучання ракети.</p> <p>Біля обласного центра зафіксовано «прихід» кількох ракет (Уніан, 05.08.2022)</p> |

²¹ *Словник української мови: в 11-ти томах*, т. 1-11, Київ 1970-1980; *Словник української мови online*. Томи 1-13 (А-ПЮКІРНО), [в:] <https://sum20ua.com> (10.10.2023).

(iii) Ще одним фактором поповнення активного словника не тільки українського, а й інших мов, стали номінації, пов'язані з суспільними, культурними, глобалізованими та ін. процесами. Так, у 2019 р. головним інфоприводом у світовій медіакомунікації стала пандемія COVID-19 і, відповідно, мовний простір наситився інноваціями типу: **короналіал, коронапокаліпсис, коронабейбі, ковідіот, корономіка, ковідео, локдаун, вакцинодипломатія, маскомат** (в українській мові), **koronaparty, koronakryzys, koronalia, koronaobligacje, koronagedon, koronaśmierć, koronazakupy** (пор. – в польській мові)²². Зауважимо, що власне слово коронавірус не є новим для сучасної комунікації (і його значення можна знайти у тлумачних словниках), але похідні від нього, зокрема з оновленою семантикою та її активізацією, саме за допомогою інформаційного простору вказує на процес динамізації мови масмедіа. З цього приводу М. Маковська наголошує: «*Нова реальність* була створена та приборкана, зокрема, завдяки називанню, опису, а також візуалізації багатьох нових явищ, поведінки, процесів і проблем, які принесла з собою пандемія»²³. Важливо, що продуктивність масмедіа у поширенні мовних інновацій визначилася ледь не ключовою і в польській, і в українській, і в інших мовах, яких торкнулася пандемія. У цей же період функціонує ще одне нове явище *інфодемія* (**інформація + пандемія**) як інформаційний інструмент медіавпливів на комунікацію в пандемічний період²⁴.

(iv) Важливим фактором появи нових одиниць є еволюційні процеси самого медійного простору – поява нових жанрів, форматів, розширення контенту, явище мейнстріму та ін. Так, наприклад, у медіа численними є мовні інновації, що пов'язані з популярністю соціальних мереж для масової аудиторії. У мові TikTok, Facebook, Instagram та ін. відомих платформ народилися неологізми в контексті фахової діяльності SMM, влогінгу, у зв'язку із «просуванням» контенту в медіа: **сторис, репост, стрим (стрімінг), дизлайк, емотикон, ліпсінг, букток** та ін. І якщо раніше т. зв. медійні новації були пов'язані з традиційними друкованими та електронними інформаційними джерелами (радіо та телебачення), то сьогодні ми говоримо про зародження мовних інновацій у нових медіа – передусім, в інтернеті. У цьому контексті дослідники дотримуються одностайності: будь-які мовні новації / стилістичні перетворення в медіа пов'язані з глобалізаційними

²² Детальніше про це див. у польських наукових працях: А. Cierpich-Kozieł, *Koronarzeczywistość – o nowych złożeniach z członem korona – w dobie pandemii*, „Język Polski” 2020, nr 4, s. 102-117; Т. Goban-Klas, *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 2020, 21(4), s. 718-733; М. Hodalska, *Korona-humor jako forma komunikacji i 'tarcza antydepresyjna'. Polskie internetowe żarty wirusowe*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery: meandry transformacji w komunikowaniu*, Kraków 2020, s. 339-364, та ін.

²³ М. Makowska, *Język i obraz wobec koronawirusa. Przyczynek do rozważań nad komunikacją medialną w czasach pandemii*, „Forum Lingwistyczne” 2021, nr 8, s. 1-14.

²⁴ J. Cifuentes-Faura, *COVID-19 and Infodemics: How to Solve this Problem*, „International Journal of Media and Information Literacy” 2020, no. 5(2), p. 145-152; J. Zarocostas, *How to fight an infodemic*, „The Lancet” 2020, No. 395 (Feb. 29); Д. Сизонов, *Мовні інновації в добу інфодемії*, «Соціолінгвістика та парадигмальні зсуви у сучасному світі», Київ 2021, с. 134-137 та ін.

процесами, науково-технічним прогресом, міжкультурними зв'язками, тотальною інтернетизацією, відкритістю мовних кордонів та ін.²⁵.

4. Відбиття мовних змін у медійній неографії

В одній зі своїх праць Деніс Мак-Квейл²⁶ наголошував на дискурсивному підході лексикографії, застосовуваному в подальшій практиці словникарства. Окремим лексикографічним локусом є *медійна неографія* – інноваційний напрям, який передбачає аналіз динамічних процесів у медіакомунікації та їхній словниковий опис. Чисельність лексикографічних праць, в яких аналізується медійний простір на предмет його мовного оновлення, невпинно зростає²⁷. Натомість виникає інша проблема – миттєвість фіксації мовної одиниці у словнику як віддзеркалення змін у медіа. Безперечно, сучасна лексикографія реагує на ці виклики часу й деякі словникові проекти успішно існують в онлайн-форматі²⁸. Щоправда, це потребує додаткових зусиль від лексикографів – безупинного поповнення таких е-словників.

Наш лексикографічний проєкт *Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа* також існує у двох варіантах – електронному (*Мовні інновації.UA*) та друкованому. Перший формат розвивається силами ентузіастів-збирачів матеріалу до словника, зокрема студентами спеціалізації «Медіалінгвістика» Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Другий – реалізований у серії словників, що мають на меті репрезентувати інноваційні процеси, які відбуваються в українській мові (на прикладі масово-інформаційного поля)²⁹.

(і) За понад п'ять років існування лексикографічного проєкту ми збрали понад 3.000 лексико-фразеологічних інновацій та опрацювали трохи більше 10.000

²⁵ О. Стишов, *Українська лексика кінця XX століття: на матеріалі засобів масової інформації*, Київ 2005; D. McQuail, *Media performance. Mass communication and the public interest*, London 1992; L. Manovich, *Язык повух mediów...*; С. Чемеркін, *Українська мова...*; Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов, *Медіалінгвістика...*; Hofman, D. Kępa-Figura, *Współczesne media...* та ін.

²⁶ D. McQuail, *Media performance...*

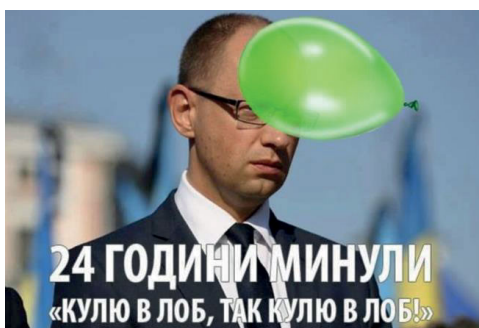
²⁷ A. John, *Fifty Years Among the New Words. A Dictionary of Neologisms, 1941-1991*, Cambridge 1991; A. Martí, *Diccionario de neologismos de la lengua Española*, Barcelona 1998; *Нові й актуалізовані слова та значення: Словникові матеріали (2002-2010)*, кер. проєкту і відп. ред. О.М. Тищенко, Київ 2010; Є.А. Карпіловська та ін., *Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики*, Київ 2013; T. Smółkowa, K. Holly, B. Nowakowska, A. Żółtak, *Słowa, słowa... Czy je znacie?* Kraków 2013; A. Des Isnards, *Dictionnaire du nouveau français*, Paris 2014; A. Haćia, K. Kłosińska, J. Łachnik, B. Pędzich, *Słownik polskich neologizmów w Obserwatorium Językowym Uniwersytetu Warszawskiego*, [w:] *Dialog z Tradycją*, t. IX, *Językowe świadectwo przemian społecznych i kulturowych*, red. E. Horyń, E. Młynarczyk, Kraków 2021, t. IX, s. 109-130 та ін.

²⁸ *Młodzieżowe Słowo Roku (PWN)*, [w:] <https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/202298;1.html> (10.10.2023); *Мислово*, [в:] <https://myslovo.com> (10.10.2023); *Мовні інновації*, [в:] <https://newlexua.blogspot.com> (10.10.2023) та ін.

²⁹ Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Нові слова та фразеологізми в українських медіа: словник*, ч. 1-5, Київ 2017-2022.

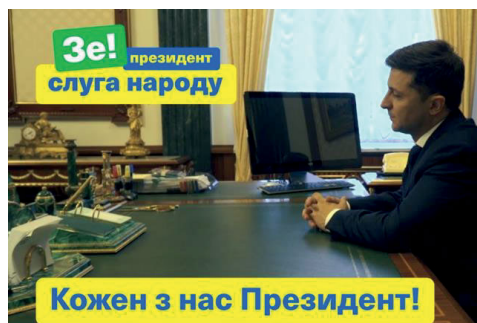
медійних контекстів. Для максимальної об'єктивності зібраних даних ми застосували прийнятий у модерній лінгвістиці *метод медіамоніторингу*³⁰, що дозволив якісно проаналізувати мовний контент інформаційних джерел. Так, моніторингу піддалися різножанрові та різноформатні українськомовні ЗМІ (їх опрацьовано понад 100 ресурсів – друкована преса, радіо, телебачення, інтернет; залучення регіональних ЗМІ – газет, журналів, радійних і телевізійних каналів; інформаційні платформи; сайти інформгентств та ін.). Окремою групою медійних текстів, які ми опрацьовали, були соціальні мережі, що стрімко розвиваються та впливають на мовне обрамлення медіапростору. Відтак, *моніторинг соціальних мереж*³¹ дозволив звернути увагу на оказіональні одиниці та зафіксувати їх з указівкою на автора / час / допис, де з'явилися неологізми. Наголосимо в цьому контексті на візуалізації ілюстративного матеріалу, що підсилив системний опис неодиниці в медійному контексті (більшість візуалізації – з соціальних мереж, віртуальних інфолатформ, інтернет-мемів).

Див. в е-картотеці, словнику та на лексикографічному порталі³²:



Куля в лоб, то куля в лоб; куля в лоб... – медійн. фраз.; іти до кінця (цит.А. Яценюка): *Я з ганьбою жит не буду! Якщо куля в лоб, то куля в лоб* [із з. А. Яценюка, 27.01.2014]; *Завтра підемо вперед: якщо куля в лоб, то куля в лоб. Але чесно, справедливо і сміливо – Яценюк* [Gazeta.ua, 22.01.2014]; *Пропало все, Куля в лоб та Я від Кононенка. Головні політичні мему України* [Українська правда, 23.08.2018].

Кожен з нас – президент – медійн. фраз.; цит. В. Зеленського: *Кожен з нас – президент. Головні тези інавгураційної промови Зеленського* [Українська правда, із заг., 20.05.2019]; *Кожен з нас – президент. Про що говорив Зеленський на інавгурації* [Громадське телебачення, із заг., 20.05.2019]; *Кожен із нас президент: Мендель видала книгу про роботу в ОП – що і про кого написала* [5 канал, 22.07.2021]



³⁰ K.G. Tomaselli, *Media monitoring and methodology*, „Communicatio” 1994, 20 (2), p. 84-88; J. Trappel, T. Maniglio, *On media monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM)*, „De G” 2009, No. 34 (2), p. 169-201; R. Komuda, J. Szczepkowski, *Dobre praktyki automatycznego monitoringu mediów społecznościowych*, „Com.press” 2020, nr 3 (1), s. 4-13 та ін.

³¹ B. Zhang, M. Vos, *Social media monitoring: aims, methods, and challenges for international companies*, „Corporate Communications” 2014, vol. 19 (4), p. 371-383.

³² Л.І. Шевченко, Д.Ю. Сизонов, *Нові слова...*; *Мовні інновації. UA*, [в:] <https://newlexua.blogspot.com> (10.10.2023).

(ii) Зібраний матеріал указує на динамічні процеси української мови в медіа на предмет її оновлення та/або десемантизації певних одиниць, що сьогодні сприймаються по-новому. Так, деякі одиниці в українськомовній комунікації медійно переосмислюють, набуваючи нових семантичних відтінків³³:

| | |
|--|---|
| <p>Кіборг / «кіборг» – номін. українських військових: <i>Битва за аеропорт: як кіборги поборили супротивника</i> [Сьогодні, 26.05.2014]; <i>Українська Революція породила не лише самовідданих волонтерів, «кіборгів», пересічних громадян, які надають хоча б мінімальну допомогу неньці</i> [Українська правда, із заг., із бл. А. Трояна, 25.03.2015]; <i>Останнього «кіборга» не можуть звільнити з полону</i> [Радіо Свобода, 25.01.2016].</p> | <p>«Листи щастя» – медійн. фраз.; сповіщення про штрафи для порушників правил дорожнього руху: <i>У новому році на українських водіїв чекає відразу кілька сюрпризів: нові ціни на паливо і «листи щастя»</i> [РБК-Україна, 01.01.2019]; <i>У 2019 році в Україну повернуться «листи щастя» для водіїв</i> [Новое время, із заг., 01.01.2019].</p> |
|--|---|

(iii) Важливо, що до активного словника українських неологізмів увійшли і деякі одиниці (через свою прецедентність) з інших мов, зокрема польської (або ж ілюструють польські реалії, що також через медійну комунікацію увійшли до мовлення, зокрема й українців). Це підтверджує відкритість української мови до іншомовних впливів, передусім ідеться про міжмовні контакти, що можливі за допомогою медійних каналів. У деяких лексикографічних статтях подавався візуальний контекст та була вказівка на джерело-оригінал, у якому виник неологізм (напр., із польських медіа).

Див. в е-картотеці, словнику та на лексикографічному порталі³⁴:

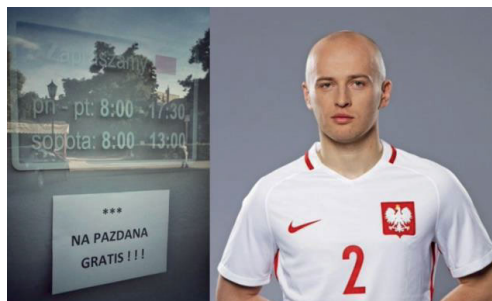
Як Дуда (мається на увазі – президент Республіки Польща А. Дуда) – щира дружба, взаємодопомога та взаємоповага: *Бути як Дуда: світові політики навпередки ідуть в Київ, щоб довести свою прихильність українському народові* [Єдині новини, 13.11.2022]; *Як Дуда, або новий принцип довіри у час війни. Розбираємося,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



³³ Там само.

³⁴ Там само.

«**Стиль Паздана**» (пол. *«naPazdana»*) – зачіска в стилі польського футболіста М. Паздана («під нуль», «під насадку»): «**Стиль Паздана**» в українській політиці: мода на лисих [Zik, із заголовку, 20.11.2018]; 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]; *Kim jest typowy Janusz? Z tym pytaniem musi zmierzyć się wiele osób* [Wirtualna Polska, із заголовку, 24.11.2018].



5. Висновки

Прослідковуючи еволюцію понять **(медіа)мова – (медіа)простір – (медіа)дискурс**, варто наголосити про домінуючий вплив глобалізаційних процесів на розвиток медіа загалом. Сучасні дослідники масової комунікації звертають увагу також на тотальну інтернетизацію, відкритість світового медіаринку, теорію Web 3.0., які корегують медійний контент. Відтак маємо зсуви в науковій інтерпретації зазначених понять, зокрема українськими та польськими вченими (Барбара Боголебська, Моніка Ворсовіч, Богуслав Сковронек, Станіслав Гайда, Лариса Шевченко, Олександр Стишов, Сергій Чемеркін та ін.). І як наслідок – динамізації піддається медіамова, особливо коли йдеться про появу, функціонування та тиражування нових слів та фразеологізмів, що закріплюються в масовій свідомості.

Останнім часом спостерігається процес медійного мейнстріму та т.зв. моди на певні мовні елементи (без прив'язки до конкретної мови, адже процеси тотальної зміни мови стосуються як української, так й інших мов). Ми спостерігаємо однакові тенденції в оновленні мовних систем: тяжіння до використання англіцизмів, «орозмовлення» медійної комунікації, ширше використання сленгу, жаргону та ін. позалітературних елементів, а також – збільшення в геометричній прогресії лексичної та фраземної неології. Для медійних каналів відводиться особлива роль – популяризувати та «затримувати» у масовій свідомості мовні інновації, корелюючи їх із екстралінгвальними процесами – політикою, культурою, економікою та ін.

Для доведення динамічних процесів у масовій комунікації ми звернулися до **медійної неографії** – нового напрямку медійної лексикографії, що відображає мовні інновації в масмедіа. Зокрема, в українському просторі за останні п'ять років мовна палітра засобів масової комунікації кардинально змінилася (ми зафіксували понад 3.000 лексико-фразеологічних інновацій, що відображають зміни в медіакомунікації з 2017 року до сьогодні: це як власне неологія, так і десематизовані та/або трансформовані одиниці). Прогнозуємо, що тенденції до оновлення мови медіа будуть зберігатися і надалі, що пов'язано із розширенням медійних каналів, їхньою планетарною всеохопленістю, появою нових медіа-платформ / медіаформатів / медіасфер.

References

- Chemerkın S., *Ukrayins'ka mova v interneti: pozamovni ta vnutrishn'o-strukturni procesy*, Kyiv 2009.
- Cicha K., *Komunikacja wizualna – humanistyczne oblicze informatyki?*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2017, t. CXVII.
- Cierpich-Kozieł A., *Koronarzeczywistość – o nowych złożeniach z członem korona – w dobie pandemii*, „Język Polski” 2020, nr 4.
- Cifuentes-Faura J., *COVID-19 and Infodemics: How to Solve this Problem*, „International Journal of Media and Information Literacy” 2020, No. 5 (2).
- Couldry N., McCarthy A., *MediaSpace. Place, Scale and Culture in a Media Age*, London 2003.
- Des Isnards A., *Dictionnaire du nouveau français*, Paris 2014.
- Frechette J., Williams R., *Media Education for a Digital Generation*, New York 2016.
- Gajda S., *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, Warszawa 2000, s. 19-27.
- Goban-Klas T., *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 2020, nr 1 (4).
- Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1989.
- Haćia A., Kłosińska K., Łachnik J., Pędzich B., *Słownik polskich neologizmów w Obserwatorium Językowym Uniwersytetu Warszawskiego*, [w:] *Dialog z Tradycją*, t. IX, *Językowe świadectwo przemian społecznych i kulturowych*, red. E. Horyń, E. Młynarczyk E., Kraków 2021.
- Hodalska M., *Korona-humor jako forma komunikacji i 'tarcza antydepresyjna'. Polskie internetowe żarty wirusowe*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery: meandry transformacji w komunikowaniu*, Kraków 2020.
- Jacymirs'ka M.G., *Suchasnyy mediatekst. Slovnyk-dovidnyk*, L'viv 2005.
- John A., *Fifty Years Among the New Words. A Dictionary of Neologisms, 1941-1991*, Cambridge 1991.
- Kabysh O., *Leksyko-semantychni zminy v slovnykovomu skladi suchasnoyi ukrayins'koyi movy u konteksti suspil'no-politychnykh transformacyi lnhvosociumu*, «Naukovyy chasopys NPU im. M.P. Dragomanova. Serija 8. Filologichni nauky (movoznavstvo)» 2014, vyp. 6.
- Karpilovs'ka Je.A. ta in., *Aktyvni resursy suchasnoyi ukrayins'koyi nominaciji: Ideografichnyy slovnyk novoyi leksyky*, Kyiv 2013.

- Komuda R., Szczepkowski J., *Dobre praktyki automatycznego monitoringu mediów społecznościowych*, „Com.press” 2020, nr 3 (1).
- Kuz' H., *Ukrayins'ka neofrazeologhiya: semantyka, stylistyka, prahmatyka*, „Studia Ukrainica Posnaniensia” 2021, vol. IX / 1.
- Lassila O., Hendler J., *Embracing, Web 3.0*, „IEEE Internet computing” 2007, № 11(3).
- Lasswell H., *The structure and function of communication in society*, [in:] *The Communication of Ideas*, ed. Bryson L., New York 1948.
- Lepa A., *Mediosfera człowieka*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2010, t. XIX.
- Lysychenko L., *Leksykologhiya suchasnoyi ukrayins'koyi literaturnoyi movy. (Semantyka struktury slova)*, Kharkiv 1976.
- Makowska M., *#naukanatwitterze, O multimodalnym designie informacji w dyskursie cyfrowym*, „Forum Lingwistyczne” 2020, nr 7 (7).
- Makowska M., *Język i obraz wobec koronawirusa. Przyczynek do rozważań nad komunikacją medialną w czasach pandemii*, „Forum Lingwistyczne” 2021, № 8.
- Malenko O., «*Movna povedinka*» suchasnykh ukrayins'kykh ZMI: elitarnist' vs masovist', «Ukrayins'kyy svit» 2023, vyp. 10.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, Warszawa 2006.
- Martí A., *Diccionario de neologismos de la lengua Española*, Barcelona 1998.
- McLuhan M., *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man*, London 1962.
- McQuail D., *Mass Communication Theory: an Introduction*, London 1983.
- McQuail D., *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London 1992.
- Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web*, hrsg. C. Baechler, E. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, Berlin 2016.
- Novi y aktualizovani slova ta znachennya: Slovnykovi materialy (2002-2010)*, ker. proektu i vidp. red. O.M. Tyshchenko, Kyiv 2010.
- Shevchenko L., Derhach D., Syzonov D., *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat'*, Kyiv 2013.
- Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju., *Mediyna leksykohrafiya v pol's'ko-ukrayins'kiy dyspozyciyi: funkcional'ni innovaciyi*, „Slavia Orientalis” 2021, nr 3.
- Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju., *Teoriya medialinhvistyky*, Kyiv 2021.
- Shevchenko L.I., Syzonov D.Yu., *Novi slova ta frazeologhizmy v ukrayins'kykh media: slovnyk*, ch. 1-5, Kyiv 2017-2022.
- Shevchenko L.I., *Ukrayins'ka neolinhvistyka: poshukovyy prostir, napryamy, problemy, «Narodna tvorchist' ta etnologhiya»* 2018, № 3 (373).
- Skowronek B., *Technologia. Multimodalność. Komunikacja. Nowe wyzwania dla mediolinguistyki*, [w:] *Współczesne media. Media multimodalne*, t. 1, *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2018.
- Skowronek B., *Mediolinguistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013.
- Slovnyk ukrayins'koyi movy: v 11-ty tomah*, t. 1-11, Kyiv 1970-1980.
- Smółkowa T., Holly K., Nowakowska B., Żółtak A., *Słowa, słowa... Czy je znacie?*, Kraków 2013.
- Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010.
- Styshov O., *Neofrazemy v suspil'no-politychnomu dyskursi ukrayins'kykh mas-media, «Filolohichni studiyi»* 2015, vyp. 4.

- Styshov O., *Ukrayins'ka leksyka kincyа XX stolittya: na materialy zasobiv masovoyi informaciyi*, Kyiv 2005.
- Syzonov D., *Yakshcho kulyа v lob...: pro manipulyatyvni taktyky novykh frazeolohizmiv idiomatychnoho kharakteru*, «Aktual'ni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka» 2018, vyp. 36.
- Syzonov D., *Media Ecology and Language Innovations (Infolexicographic Literacy)*, „International Journal of Media and Information Literacy” 2022, № 7 (1).
- Syzonov D., *Movni innovaciyi v dobu infodemiyi*, «Sociolinhvistyka ta paradyhmal'ni zsuvy u suchasnomu sviti», Kyiv 2021.
- Syzonov D., *Parametrization of Language Innovations in Media Communication: Ecolinguistic Dimension*, „Logos” 2022, № 110.
- Taranenko O., *Aktualizovani modeli v systemi slovtvorennya suchasnoyi ukrayins'koyi movy (kinets' XX – XXI st.)*, Kyiv 2015.
- Tomaselli K.G., *Media monitoring and methodology*, „Communicatio” 1994, vol. 20 (2).
- Trappel J., Maniglio T., *On media monitoring – the Media for Democracy Monitor (MDM)*, „De G” 2009, No. 34 (2).
- Wojtak M., *Glosy z terazniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.
- Worsowicz M., *O „duchu stosowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna*, Łódź 2013.
- Zarocostas J., *How to fight an infodemic*, „The Lancet” 2020, No. 395 (Feb. 29).
- Zhang B., Vos M., *Social media monitoring: aims, methods, and challenges for international companies*, „Corporate Communications” 2014, vol. 19 (4).

ПРО АВТОРА

Дмитро Юрійович Сизонов – кандидат філологічних наук, доцент кафедри стилістики та мовної комунікації Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Публікації: монографії, словники: *Медична 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, No. 24 (2); *Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів*, „Science and Education” 2017, vol. 7; *Фразеологічні інновації української мови у медіалінгвістичному висвітленні*, „Studia Slavica Hungarica” 2018, No. 63/2; *Медійна лексикографія в польсько-українській диспозиції: функціональні інновації*, „Slavia Orientalis” 2021, nr 3.

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Email: dm_sizonov@ukr.net