

## IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.83.1>

UDC 077:316]:81'373

# Neolexemes with the Component *Media* in Dictionaries and Scientific Discourse on Social Communications

**Nadiya Balandina**

<https://orcid.org/0000-0002-6933-838X>

*Doctor of Philology, Professor*

*Department of Information Activity and Media Communications, Odessa Polytechnic National University*

*1 Shevchenko Ave, Odessa, 65044, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [nadiyabalandina@gmail.com](mailto:nadiyabalandina@gmail.com)*

### ABSTRACT

The article analyzes the array of innovative lexis which includes the component *media* and comprises 425 units from the perspective of mediadeterminism. The lexemes have been chosen using the Ukrainian lexicographic sources, the academic papers in the field of social communications and mediallynguistics and also the monitoring of the Ukrainian Internet sector conducted during the period of January-March, 2023.

The neolexemes with the component *media* have been proven to be an open dynamic system replenished constantly under the influence of technologies and socio-communicative transformations. This was confirmed by the monitoring of their description in the Ukrainian etymological and specialized dictionaries starting from 1973.

The dynamics of the entry of neologisms as the terms into the academic discourse is traced on the example of two numbers of special publications on social communications for 2010 and 2022. The study has revealed the increase in frequency of using the terms with the component *media*, the heterogeneity of their fixation as neographisms, the living process of synonymization of the lexemes *mass media* and *media*, as well as the tendency for autochthonization of the indeclinable word form *media*.

The paper shows the way for the further systemizing of the collected array of lexical units and its representation as a qualitative-quantitative hierarchic structure that contains the nominations of media space with its technical, technological, and socio-communicative components as the reference points. The most verbalized areas of the media space can serve as the indicators of media social spheres. The accumulated database of neolexemes with the component *media* can prove to be useful for lexicographic purposes.

**KEYWORDS:** media; mediadeterminism; neolexemes with the component *media*.

УДК 077:316]:81'373

## Неолексеми з компонентом *media* у словниках і науковому дискурсі із соціальних комунікацій

*Баландіна Надія Францівна, Національний університет «Одеська політехніка», кафедра інформаційних технологій та медіакомунікацій, доктор філол. наук, професор, <https://orcid.org/0000-0002-6933>*

### Резюме

У статті під кутом зору медіадетермінізму досліджено масив інноваційної лексики, що включає компонент *media* і становить 425 одиниць. Вибірку неолексем зроблено із залученням українських лексикографічних джерел, наукових праць у галузі соціальних комунікацій та медіалінгвістики, а також моніторингу українського сектору інтернету, проведеного протягом січня – березня 2023 р.

Доведено, що неолексеми з компонентом *media* є відкритою динамічною системою, яка під впливом технологій та соціально-комунікаційних трансформацій повсякчас поповнюється. Підтвердженням цього стало спостереження за їх описом в українських тлумачних і спеціальних словниках, починаючи з 1973 р.

Простежено динаміку входження неологізмів як термінів в академічний дискурс на прикладі двох чисел спеціальних видань із соціальних комунікацій за 2010 і 2022 рр. Виявлено зростання частотності вживання термінів з компонентом *media*, неоднорідність їх фіксації як неографізмів, живий процес синонімізації лексем *masmedia* і *media*, а також тенденцію до автохтонізації невідмінюваної словоформи *media*.

Окреслено шлях майбутньої систематизації зібраного масиву лексики і його представлення у вигляді кваліфікаційно-квантитативної ієрархічної структури, опорними пунктами якої можуть слугувати номінації на позначення медіасередовища з його технічним, технологічним і соціально-комунікаційним складниками. Найчисленніші вербалізовані ділянки медіасередовища можуть слугувати індикаторами медіатизованих соціальних сфер. Зібраний масив неолексем з компонентом *media* може знадобитися в лексикографічних практиках.

**Ключові слова:** медіа; медіадетермінізм; неолексеми з компонентом *media*.

### 1. Вступ

Медійна революція, зумовлена появою інтернету, позначилася на багатьох сферах людського буття – від економіки, політики, культури і мови до трансформацій у психології людини та її поведінкових моделях. Теорія, яка вивчає причинно-наслідковий зв'язок між технологіями та суспільством, за Д. Чандлером, називається технологічним детермінізмом або медіадетермінізмом (Chandler, 1995). І хоч медіадетерміністи, зокрема М. Маклюен, дещо прямолінійно пояснюють залежність етапів розвитку суспільства від комунікаційних технологій (McLuhan, 1964), не можна заперечити те, що нові технології трансформують суспільство на кожному рівні, включаючи інститути, соціальну взаємодію та індивідів (Chandler, 1995).

Одним із закономірних наслідків медіадетермінізму є інтерес до медіа, медіальності, медіакомунікацій з боку різних наук, у тому числі гуманітарних. Їхні здобутки посприяли появі нових напрямів, номінація яких включає ключовий компонент – *media*: медіафілософія, медіакомунікації, медіакультурологія, медіалінгвістика, медіапсихологія, медіапедагогіка та ін. Легітимація цих наук не викликає сумнівів, оскільки об'єктом їхнього аналізу є різні наслідки потужного і невідворотного впливу технологій на людину, на її соціальний простір, при цьому уточнюються і поповнюються термінологічні системи, удосконалюються методологія та інструментарій пізнання.

Закономірно, що дефініція поняття *media* та меж медійного заявляє про себе дедалі наполегливіше і дає поштовх до наукових дискусій. При цьому дослідники неохоче беруться за визначення обсягів цього поняття через його пов'язаність із надзвичайно різноманітними виявами соціальних комунікацій. Їхня одностайність полягає насамперед у зверненні до етимології, зокрема до латинського слова *medium*, що означає «посередник» і в множині має форму *media*. Саме ця лаконічна і дещо позбавлена патини латинізму словоформа була транслітерована в багатьох мовах (пор.: англ. *media*, польськ. *media*, чеськ. *media*), іноді у сполучі з *mass* (англ. *mass media*) й означає те, що в українській традиції здебільшого передається аббревіатурою *ЗМІ* – засоби масової інформації. Наприклад, електронні переказачі англійське *media* в реченнях на зразок *Chinese media reported one death in Tibet* традиційно передають українським варіантом – *ЗМІ: У той же час, китайські ЗМІ повідомили про загибель однієї людини в Тибеті*.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Із розвитком цифрових технологій уживання цього слова активізувалося і його значення почало проростати новими смислами. У цьому контексті доречно пригадати канадського соціолога М. Маклюєна, який, на думку дослідників (Ороховська, 2015, с.13), одним із перших увів термін *media* в науковий обіг. У своїй знаковій праці «Розуміння медіа: розширення людини» учений сприймає медіа досить широко. На його погляд, це не тільки усне, написане і надруковане слово, друкарська машинка, телеграф, телефон, преса, кіно, радіо, телебачення, а й числа, одяг, житло, гроші, годинник, дороги, зброя, автомобілі (McLuhan, 1964, с. 83–378). І яким би оригінальним, на перший погляд, не видався цей перелік, особливо на тлі традиційного розуміння медіа, за певних ситуативних обставин і одяг, і житло, і гроші, можуть слугувати знаками, соціальними символами, за допомогою яких люди виділяють себе з-поміж інших і, відтак, є медіаторами. Таким чином, за М. Маклюєном, будь-яка форма чуттєвого сприйняття людиною світу є медіальною, а медіа – це, практично, продовження людини (*the extensions of man*) (McLuhan, 1964). Та все ж переважна більшість дослідників обмежує обсяги поняття. Так, у спеціальному словнику з медіа та комунікацій зроблено акцент на двох аспектах значення: медіа сприймаються водночас як канали передачі інформації і носії цієї інформації (Chandler, Munday, 2011, pp. 261, 270–271). Українські теоретики медіа В. В. Різун та Є. С. Цимбаленко вважають логічним обмежити обсяги значення явищами, пов'язаними з діяльністю медіаіндустрії, зокрема з телебаченням, радіо, пресою, інтернет-медіа чи асимільованими з мас-медіа (Різун, Цимбаленко, 2013, с. 53). Такий підхід знову ж таки дозволяє дещо розширити перспективу розуміння медіа, включаючи неінституційні форми комунікації, наприклад, у межах блогів, соціальних мереж, а також різні медіатизовані сфери суспільного життя – освіту, медицину тощо, і таким чином акцентувати увагу на середовищі їх використання.

Зі сказаного помітно, що розуміння терміна *media* в комунікативістиці досить неоднозначне і сповнене індивідуальним смислом. У зв'язку з цим можна погодитися з міркуваннями М. Ампуя і Ю. Койвісто, які вважають, що він перетворився на своєрідне мета-

поняття, концептуальний заміник таких явищ, як засоби комунікації і комунікаційні відношення (Amruja, Koivisto, 2014). Було б доречно уточнити, що виділені авторами комунікаційні відношення завжди детерміновані конкретною ситуацією, середовищем або, точніше, медіасередовищем, яке в наш час стало невідворотним і повсюдним. І саме на цей факт звернув увагу медіазнавець і послідовник М. Маклюєна Д. Рашкофф у роботі «Медіавірус. Як поп-культура впливає на вашу свідомість». Він розкритикував тих, хто сприймає медіа лише як канали комунікації, як інструмент чи як набір штучних технологій. Медіа, на його думку, – це ще й всепоглинаюче і всеохоплююче середовище, тобто реальність досвіду та свідомості (Rushkoff, 1996).

Таким чином, якщо спочатку в розумінні *media* ставився акцент на посередництві, функції носія інформації, який у тій чи тій символічній формі забезпечує зв'язок між джерелом (чи відправником) і приймачем (отримувачем), то пізніше, з розвитком технологій, обсяги його значення розширюються, охоплюючи комунікаційне середовище як необхідну умову безконфліктного існування людини в соціосистемі. Тобто, під впливом екстралінгвального чинника, зокрема медіадетермінізму, активізується процес неосемантизму.

Сказане лягло в основу нашого розуміння медіа, зокрема, як: 1) каналів передачі інформації – преса, радіо, телебачення, інтернет, нові медіа і т. ін., за посередництвом яких передається закодована в тій чи тій знаковій системі інформація; 2) середовища, медіатизованих сфер суспільного життя – економіки, політики, освіти, медицини тощо. Перше значення увиразнює інструментально-технологічну роль медіа, друге – соціально-комунікаційний контекст їхнього функціонування.

Не можна не звернути увагу й на те, що продовжується полеміка і на рівні інших, пов'язаних з медіа понять. Так, фахівець із соціальних комунікацій О. Семотюк, міркуючи над явищами *медіації* і *медіатизації*, надає перевагу терміну *медіатизація*, як процесу комплексного відображення сучасного життя, «у якому наші знання для світу і наші знання про світ залежать від інформаційних ресурсів та медіа» (Семотюк, 2021, с. 47–81). Продовжуються наукові дискусії навколо обсягів понять *медіалінгвістика* (Шевченко, 2013), *медіатекст* (Кардаш, 2017), *медіадискурс* (Шугаєв, 2019), *медіапростір* (Селезньова, 2022), *медіакультура* (Лисинюк, 2020), *медіаграмотність* (Марченко, 2021) та ін. Це означає, що терміносистеми в цілому і їхні одиниці зокрема все ще перебувають в зоні турбулентності, стабілізації якої в найближчому майбутньому навряд чи можна очікувати, як не можна очікувати виходу людини із медіасередовища і призупинення розвитку медіатехнологій.

В умовах повсюдності медіа та їхньої невідворотності спостерігається лавиноподібний ефект поповнення словникового складу української мови інноваціями з компонентом *медіа*, який став вершиною словотвірних гнізд на зразок *медіааскетизм*, *трансмедіація*, *аутомедіакомунікація* та ін. У руслі теорії медіадетермінізму підсистему мовних одиниць, у структуру яких входить компонент *медіа*, умовно можна назвати медіадетермінованою. Причому вона охоплює не тільки об'єкт цього дослідження, а й інші мовні інновації типу *інтернет*, *смарфон*, *проектор*, оскільки в обсяги їхніх значень також входить поняття посередника, інструмента.

У науковому дискурсі побутує термін *медійна термінологія* (Медіалінгвістика : словник термінів і понять, 2014), який вживається ще й у формі ослівленого словосполучення *медіатермінологія*, проте цей термін охоплює значно вужче номінативне поле, оскільки стосується мови засобів масової інформації.

Указана лексика, хоч і принагідно привертала увагу науковців (див., наприклад, (Карпіловська, 2020, с. 119), ще не була об'єктом наукових досліджень і потребує детальнішого розгляду.

*Meta* запропонованої розвідки – дослідити під кутом зору медіадетермінізму неолексеми з компонентом *media*, їх фіксацію у словниках та впровадження в наукові практики. Науково-дослідницькі завдання – укласти корпус лексем з компонентом *media*; простежити динаміку їх лексикографування; виявити основні тенденції слововжитку як термінів в академічному дискурсі із соціальних комунікацій.

Таким чином, об'єктом вивчення є неолексеми з компонентом *media*, зафіксовані в українських словниках, наукових виданнях та пошуковою системою Google; предметом – динаміка опису цих інновацій у словниках, а також освоєння науковцями.

Матеріалом дослідження слугував корпус лексем, укладений за результатами вибірки з українського сектору інтернету в січні – березні 2023 р. із залученням пошукового сервісу Google. У доборі фактологічної бази прислужилися також наукові джерела, які, як відомо, постійно розширюють дослідницьке поле і тим самим систематично поповнюють терміносистеми. Надійним осердям корпусу правив матеріал українських лексикографічних праць, що репрезентує переважно вже освоєні мовною системою одиниці. Загальна кількість зібраного та обробленого матеріалу становила 425 одиниць.

### 3. Методи дослідження

Зазначені мета, завдання та специфіка фактичного матеріалу спонукали до обрання відповідних методів та прийомів дослідження, до яких слід насамперед віднести метод медіамоніторингу. Спочатку через пошукову систему Google з'ясувалася доступна інформація стосовно слова *media* і його відмінюваних варіантів типу *медій*, *медій* та його похідних на зразок *медіатор*, *медіація*, потім здійснювався пошук складних слів із різним позиціонуванням компонента *media* у слові – у препозиції, постпозиції та інтерпозиції. Для пошуку в мережі щонайбільшої кількості слів використовувався так званий прийом словесної маски (див. про це: (slovaronline.com) – до компонента *media* в алфавітному порядку додавалися букви, наприклад, *медіаа-*, на що система пропонувала варіанти: *медіааналіз*, *медіаактивність*, *медіаагенція*, *медіаарт*, *медіааналітика*, *медіаантропология*, *медіааналіз* та ін.; *медіаб-* і, відповідно, було отримано такі результати: *медіабасер*, *медіабезпека*, *медіабізнес* і т. д. Слід зазначити, що в різних дослідженнях метод медіамоніторингу має авторську інтерпретацію і залежить від мети і об'єкта аналізу. Наприклад, у медіалінгвістиці він є інструментом «дослідження *медійних текстів* (тобто текстів ЗМІ – Н.Б.), спостереження за мовним матеріалом та його подальшою фіксацією в медійних словниках» (Сизонов, 2015, с. 55).

Можливі синтаксичні дублети типу *медійна грамотність* до ослівненого *медіаграмотність* у цей пошук не включалися, хоча не звертати на них увагу, принаймні побіжно, було б несправедливо. Пошукова система Google дозволила дібрати не тільки значну кількість різних за структурою медіадермінованих лексем, а й дізнатися про кількість вживань у контенті. Усі підрахунки позначалися системою маркером «приблизно», що, на наш погляд, не применшує об'єктивності отриманих результатів, оскільки в цьому випадку не стільки важливий точний підрахунок, скільки тенденція.

Природно, що через певний проміжок часу, при повторній перевірці вживань того чи того слова простежувалася зміна статистики. Оскільки не передбачалось дослідження кількісних змін у цій надзвичайно динамічній системі, довелося обмежитися конкретним періодом, зокрема січнем – березнем 2023 р. Саме за цей проміжок часу було дібрано переважну більшість фактичного матеріалу.

Описовий метод було використано для загального аналізу екстра- та інтралінгвальних чинників, які вплинули на появу, адаптацію і функціонування інноваційної лексики. Контент-аналіз – для спостереження за її входженням як термінів у наукові мовленнєві практики.

#### 4. Результати та обговорення

Зібраний корпус лексем, як і мова в цілому, є відкритою динамічною системою, яка поповняється, заповнюючи номінативні лакуни, що з'являються в різних сферах медіатизованої людської діяльності. Причому, як справедливо зазначає О. А. Стишов, «нині темп змін позамовних обставин за своєю стрімкістю перевищує темп еволюції національної мовної системи загалом» (Стишов, 2017, с. 67). Підтвердженням цієї думки є результати спостереження за лексикографуванням неолексем з компонентом *медіа* в різних словниках, подані в табл. 1.

Таблиця 1.

Динаміка опису лексем із компонентом *медіа* у словниках.

Назва словника	Рік видання	Кількість одиниць
Словник української мови: в 11 томах	1973	0
Словник української мови online	2017	10
Медіалінгвістика : словник термінів і понять	2014	29
Український словник медіакультури	2014	36
Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики	2013	114 (разом із прикладами)
Серія словників «Лексико-словотвірні інновації»	2004–2022	68

У четвертому томі одинадцятитомного «Словника української мови» було зафіксовано слова *медіальний*, *медіана*, *медіанний*, *медіатор*, *медіація* (СУМ, 1973), проте їхня семантична структура не включає актуальний для нас поняттєвий компонент «канал чи засіб комунікації». Натомість у 8 томі 20-томного «Тлумачного словника української мови online» представлено 10 одиниць на зразок *медіа-група*, *медіа-дипломатія*, *медіа-дослідження*, у тому числі й *медіа* зі значенням тотожним *мас-медіа*. Це значення приписується і першій частині складних слів типу *медіа-магнат*, *медіа-простір*, *медіа-центр* (СУМ online, 2017). Закономірно, що більша кількість неолексем фіксується у спеціальних словниках, зокрема у словнику термінів і понять з медіалінгвістики подано дефініції 29 лексичних одиниць (Медіалінгвістика : словник термінів і понять, 2014); в «Українському словнику медіакультури» – 36 одиниць (Боришполець, 2014). Найбільша кількість описана у словниках нової лексики: 68 лексем – у серії словників «Лексико-словотвірні інновації», які зафіксували нові слова в мовленнєвих практиках за період з 1983 по 2021 рр. (Нелюба, 2004, 2007, 2014; Нелюба, Редько, 2015, 2017, 2022). 114 одиниць (разом із прикладами) представляє поняттєве поле *медіа* в інтегральному словнику нової лексики ідеографічного типу за період 1991–2013 рр. (Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики, 2013, с. 77–186).

Аналіз словників, наукових текстів та медіамоніторинг українського сектору інтернету показав, що більшість медіадетермінованих одиниць є неолексемами, оскільки їх апробація в українському комунікаційному просторі відбувалася в досить короткий проміжок часу й основним чинником їх появи є розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та інтернет-комунікацій. Вони є своєрідними свідками процесів, що розгортаються в буттєвому просторі людини, і безперечними маркерами лексикону не тільки вузьких спеціалістів – програмістів чи медійників, а й економістів, політиків, військових, психологів, освітян. Цей перелік користувачів можна продовжувати, оскільки практично всі ділянки людської діяльності тепер медіатизовані і, відповідно, поява нового в медіатехніці, медіатехнологіях та медіасередовищі вимагає вербалізації.

Тільки побіжний перегляд зібраного масиву новацій з компонентом *медіа* дає змогу говорити про можливість подальшої його систематизації на основі таких опорних понять,

як медіасередовище з його технічними, технологічними та соціально-комунікаційними складниками. Так, технічний складник представлено назвами медійної техніки та інструментарію, призначених для створення, зберігання, передачі, пошуку інформації (*медіаіндустрія, медіатехніка, медіазабезпечення, медіаінструментарій, медіаносій, медіапрогравач, медіаплеєр, медіаресурс, медіастанція, медіаконвертер*); технологічний – вербалізацією методів, процесів та способів використання медійної техніки (*медіатехнології, медіаінженерія, медіамоніторинг, медіавимірювання, медіаметрія, медіапланування, медіаналітика, медіабрендинг*); соціально-комунікаційний – номінаціями суб'єктів комунікації (*медіаінституція, медіахолдинг, медіагрупа, медіагрумада, медіаособистість, медіафігура; медіаадресат, медіаспоживач, медіакористувач*), їхніми повідомленнями (*медіаоб'єкт, медіапродукт, медіаінформація, медіаконтент*), каналами (*інтернет-медіа, онлайн-медіа, трансмедіа*), ефектами (*медіаефект, медіабум, медіазалежність, медіаейджизм*).

Не останню роль у появі, апробації і поширенні такої лексики відіграють науковці з їхнім термінологічним інструментарієм. У схарактеризованому контексті промовистим є спостереження за функціонуванням слова *медіа* і споріднених із ним одиниць у науковому виданні Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Наукові записки Інституту журналістики». Зрозуміло, що вибір видання не випадковий, оскільки термін *медіа* відіграє в ньому ключову роль і пов'язаний із висвітленням тенденцій у галузі соціальних комунікацій, новітніх інформаційних технологій, журналістики, видавничої справи, реклами, зв'язків із громадськістю та соціальної інформатики. На прикладі його контенту наочно можна відстежити поповнення української терміносистеми із соціальних комунікацій неолоксемами, які, своєю чергою, можуть сприйматися як індикатори наукової проблематики та зацікавлень науковців, а також слугувати живими прикладами адаптації українською мовною системою.

Об'єктом вивчення були два числа журналу «Наукові записки Інституту журналістики» за 2010 і 2022 (Наукові записки Інституту журналістики, 2010; Наукові записки Інституту журналістики, 2022), тобто ідеться про порівняно незначний проміжок часу між їх випусками – усього дванадцять років. Пошук, кількісні підрахунки й аналіз здійснювалися в такій послідовності: 1) спочатку було виявлено всю терміносистему, що включала компонент *медіа*; 2) потім фіксувалося вживання слова *мас-медіа*; 3) з'ясувався вжиток відмінюваного варіанту слова *медіа*; 4) виявлялися найчастотніші складні слова з компонентом *медіа*. Кількісні результати представлено в табл. 2 в указаній послідовності.

Таблиця 2.

Динаміка слововжитку неолоксем з компонентом *медіа*.

Рік видання	1	2	3	4
2010	220	49	1	<i>медіатекст</i> – 32, <i>медіарилейшенз</i> – 9, <i>медіапростір</i> – 5
2022	344	1	36	<i>медіатекст</i> – 24, <i>медіапростір</i> – 18, <i>медіакритика</i> – 11, <i>медіакритичний</i> – 12

Порівняльний аналіз отриманих даних дозволив простежити не тільки динаміку функціонування неолоксем з компонентом *медіа*, яка зростає з 220 фіксацій у 2010 р. до 344 у 2022 р. (див. п. 1), а й не менш цікаві тенденції, що виявилися на цьому тлі. Так, за вказаний період зафіксовано зменшення вживання слова *мас-медіа* (див. п. 2). На період 2010 р. написання слова через дефіс було типовим, але ситуація почала поступово змінюватися з 2019 р., коли фахівці стали рекомендувати писати слово без дефіса – *масмедіа* (Горденська, 2021). Так, у журналі за 2022 р. вже зафіксовано один приклад такого написання (Наукові записки Інституту журналістики, 2022, с. 81).

Спостерігається поступове витіснення складної номінації *масмедіа* лексемою *медіа* і таким чином перетворення цієї пари в абсолютні синоніми. Схожий процес синонімізації, започаткований західними мовленнєвими практиками, ймовірно, був ініційований нашими медійниками, які найоперативніше відгукуються на усіякого роду глобалізаційні інновації, і не безпричинно, оскільки лаконічна лексема *медіа* з погляду економії мовних зусиль є більш прийнятною.

Можливо, ще одним чинником зменшення частотності вживання *мас-медіа* / *масмедіа* як неографем було коливання в написанні, тому авторам статей замість того, щоб удаватися в тонкощі турбулентного правопису неолексем, простіше було скористатися синонімом – *медіа*. Проте, строго кажучи, зважаючи на викладені у вступі міркування щодо обсягів поняття *медіа*, поява таких дублетів в академічному мовленні не зовсім коректна, так само, як не зовсім коректним у нашій традиції є отожднення засобів масової інформації із засобами масової комунікації. Поняття *медіа* є ширшим, оскільки включає і *засоби масової комунікації*, і *засоби масової інформації*. Збільшення частотності вживання слова *медіа* як абсолютного синоніма *ЗМК (засоби масової комунікації)* сприяє «вивітрюванню» значення «інформація» і «масова (комунікація)» і тим самим посилює поняттєвий компонент функції «посередника».

У цілому це корелює з процесами, що позначаються на професійній діяльності сучасних журналістів. Якщо раніше вони були виробниками контенту, то тепер фактично стають посередниками (провайдерами) інформації, яку надають державні органи, політики, корпорації чи просто приватні особи. В еволюційному розвитку журналістики цей етап дедалі частіше схильні називати постжурналістикою (див., напр.: (Бутирїна, 2017)).

Покажемо також є зростання кількості відмінюваних варіантів, із-поміж яких найчастотнішою виявилася словоформа родового відмінка *медій* (див. п. 3), які на цей час також суперечать правописним нормам 2019 р. (Городенська, 2021). На відміну від колізій навколо неографем *мас-медіа* і *масмедіа*, у цьому випадку ідеться про живий процес морфологічної адаптації запозичення *медіа*, результати якої зауважили О. Сербенська і В. Бабенко, дорікнувши науковцям щодо функціонування невиправданих варіантів у медійній термінології (Бабенко, Сербенська, 2015). У філологічних практиках простежуються спроби у складних словах замінити некомфортне для української вимови зіяння в компоненті *медіа-* варіантом з інтервокальним [j] – *медіе-*, пор: *медіамагнат*, *медієсграмотність*, *медієстетика* (див., напр.: (Нелюба, Редько, 2017), проте в контенті аналізованих видань таких прикладів не зафіксовано.

Не виявлено в журналах і похідних від лат. *media mediator* і *медіальний*, які морфологічно менш «українізовані» порівняно з *медійник* і *медійний* і, виражаючи одні й ті ж поняття, потенційно могли б вживатися в соціологічних теоріях як синонімічні. Проте відбувся своєрідний перерозподіл однакових за етимологією термінів, але з різними суфіксальними формантами між різними сферами: *mediator* та *медіальний* вже мають укорінену традицію як терміназви в медицині, юриспруденції, музиці, натомість *медійник* та *медійний* успішно адаптуються в академічному дискурсі.

У тканині наукових журналів, на відміну від журналістських текстів, не зафіксовано вживання фемінітивів на зразок *медійниця*, що, очевидно, є маркером не стільки більш стриманого ставлення науковців до гендерної маркованості на термінологічному полі, скільки свідченням того, що дослідники переважно зорієнтовані на множинному узагальненому образі журналіста, ніж на комусь із них конкретно.

Таким чином, із погляду словотворення і функціонування простежується вплив живомовних практик на наукову термінологію. Достеменно невідомо, які слова з'явилися спочатку – відмінювана форма іменника *медій* чи прикметник *медійний*, зате очевидним є факт природного уникнення не характерного для української мови зіяння, або гіатусу, і появи у множині інтервокального [j]. Поширення відмінюваної форми, яку так охоче



підхопили науковці, можливо, у майбутньому приведе і до зміни правописної норми. Як відомо, вагомими критеріями нормативності мовного факту є узус – прийняте в певному суспільстві вживання мовних засобів. Додатковим аргументом на користь цього є те, що невідмінювана словоформа *media* насправді є формою множини – в однині вона мала б звучати як *medium*. Але й це порушення правил можна виправдати. Саме множинна словоформа *media* (не *medium*) з'явилася спочатку в нашій мові на позначення множинного поняття – *засобів масової інформації*.

Щодо наведеної вище вибірки найбільш уживаних складних слів (див. п. 4), то вона, на перший погляд, може видатися не зовсім репрезентативною, оскільки кожне число журналу включає різні за тематикою статті і з різною фаховою термінологією. Так, для порівняння найчастотнішими в одному з чисел видання за 2018 р. є слова *медіаграмотність* – 44, *медіаосвіта* – 48 (Наукові записки Інституту журналістики, 2018). Проте навіть такі результати контент-аналізу дають змогу простежити і проблематику журналу та її розвиток в часі, і поповнення української терміносистеми із соціальних комунікацій новими одиницями.

## 5. Висновки

У дослідженні підтверджено вплив сучасних інформаційних технологій на соціальні комунікації, які, дедалі більш медіатизуючись, вимагають нових номінаційних ресурсів. На їхньому тлі виразно проступає масив лексики, пов'язаний з поняттям *media*, яке, вербалізуючись, стало осердям значної кількості інновацій.

Доведено, що неолексеми з компонентом *media* є відкритою динамічною системою, яка повсякчас поповнюється. Підтвердженням цього стало спостереження за їх описом у словниках, тлумачних, спеціальних і нових слів. Якщо на 1973 рік не було зафіксовано жодного слова зі значенням «канал комунікації», то на 2022 рік їх кількість вже перевищувала сто слів. Наша вибірка із словників, наукових джерел та українського сектору інтернету, проведена протягом січня – березня 2023 р., нараховує разом 425 одиниць.

Простежено динаміку входження інновацій як термінів у науковий дискурс на прикладі двох чисел спеціальних видань із соціальних комунікацій за 2010 і 2022 рр. Виявлено не тільки зростання частотності вживання термінів з компонентом *media*, неоднорідність їх фіксації як неографізмів, а й процес не зовсім виправданої синонімізації *мас-media* і *media*, оскільки, строго кажучи, *media* є родовим поняттям стосовно видових – *засоби масової комунікації* і *засоби масової інформації*. Розглянуто живий процес автохтонізації невідмінюваної словоформи *media*.

Подальше дослідження неолексем з компонентом *media* полягає в їх систематизації з погляду кваліфікаційно-квантитативної ієрархічної структури, опорні пункти якої формують номінації на позначення медіасередовища з його технічними, технологічними і соціально-комунікаційними характеристиками, а найчисленніші ділянки можуть слугувати індикаторами найбільш медіадетермінованих соціальних сфер. Зібраний масив слів може прислужитися також в лексикографічних практиках.

## References

- Ampuja, M., & Koivisto, J. (2014). Strong and weak forms of mediatization theory. A critical review, *Nordicom Review*, 35, 111–123.
- Babenko, V., & Serbenska, O. (2015). Adaptation of the term: transformations and interpretations of media in the Ukrainian language. *Tele- ta Radiozhurnalistyka [TV and Radio Journalism]*, 14, 270–274. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2015\\_14\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_39) (in Ukrainian).

Boryshpolets, O. (2014). *Ukrainian dictionary of media culture*. Kyiv: Milenium. (in Ukrainian).

Butyrina, M. (2017). The main trends and constructs of post-journalism. *Visnyk Kharkivskoho Natsionalnoho Universytetu Imeni V. N. Karazina [Bulletin of Kharkiv V. N. Karazin National University]*, 12, 9–13. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKHSK\\_2017\\_12\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKHSK_2017_12_4) (in Ukrainian).

Chandler, D. (1995). *Technological or media determinism*. Retrieved from: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html>.

Chandler, D., & Munday, R. A. (2011). *Dictionary of media and communication*. Oxford: Oxford University Press.

*Dictionary of the Ukrainian language: in 11 Volumes*, (1973). (Vol. 4). Retrieved from: <http://sum.in.ua/s/media> (in Ukrainian).

*Dictionary of the Ukrainian language online. Volumes 1–13, (A – POKIRNO)* (2017). (Vol. 8). Retrieved from: <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=1&page=0> (in Ukrainian).

Horodenska, K. (2021). Now one should write “Mediaspace”, “Media Space”. *Ukrainska Mova i Literatura v Shkolakh Ukrainy [Ukrainian Language and Literature at Schools of Ukraine]*, 1, 14 (in Ukrainian).

Kardash, L. (2017). The notion of media text as a basic category of media linguistics. *Molodyi Vchenyi [Young Researcher]*, 4 (44), 146–150 (in Ukrainian).

Karpilovska, Ye. (Ed.). (2013). *Active resources of the modern Ukrainian nomination: ideographical dictionary of new lexis*. Kyiv: LTD “KMM” (in Ukrainian).

Karpilovska, Ye. (2020). Approaches to descriptions of innovations in the modern Ukrainian neographics. *Juzhnoslovenski Filolog [South Slavic Philologist]*, LXXVI, 2, 105–125. Retrieved from: <https://dais.sanu.ac.rs/bitstream/id/41954/karpilovska.neografija.2020.pdf> (in Ukrainian).

Lysyniuk, M. (2020). Mediature: essential features and functions. *Pytannia Kulturolohii [Issues of Cultural Studies]*, 36, 38–48. Retrieved from: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221042> (in Ukrainian).

Marchenko, H. (2021). Terminological analysis of the essence of “medialiteracy” concept. *Naukovyi Chasopys NPU Imeni M. P. Drahomanova [Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University]*, 80 (2/5), 28–33. Retrieved from: <https://doi.org/10.31392/NPUnc.series5.2021.80.2.06> (in Ukrainian).

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. London. Retrieved from: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-mediamecluhan.pdf>.

Neliuba, A. (Ed.). (2004). *Lexical and word-building innovations (1983–2003)*. Dictionary, Kharkiv (in Ukrainian).

Neliuba, A. (Ed.). (2007). *Lexical and word-building innovations (2004–2006)*. Dictionary, Kharkiv: Maidan (in Ukrainian).

Neliuba, A. (Ed.). (2014). *Lexical and word-building innovations (2012–2013)*. Dictionary, Kharkiv: Kharkivske Istoryko-Filolohichne Tovarystvo (in Ukrainian).

Neliuba, A. (Ed.), & Redko, Ye. (2015). *Lexical and word-building innovations (2014)*. Dictionary. Kharkiv: Kharkivske Istoryko-Filolohichne Tovarystvo (in Ukrainian).

Neliuba, A. (Ed.), & Redko, Ye. (2017). *Lexical and Word-Building Innovations (2015–2016)*. Dictionary. Kharkiv: Kharkivske Istoryko-Filolohichne Tovarystvo (in Ukrainian).

Neliuba, A. (Ed.), & Redko, Ye. (2022). *Lexical and Word-Building Innovations (2017–2021)*. Dictionary. Kharkiv: Kharkivske Istoryko-Filolohichne Tovarystvo (in Ukrainian).

Orokhovska, L. (2015). *Mediature in the mirror of philosophy of history: monograph*. Kyiv: Tsentrodruk (in Ukrainian).

Rizun, V. (Ed.). (2010). *Scientific Notes of the Institute of Journalism: Collection of Scientific Papers*, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 41 (October-December) (in Ukrainian).

Rizun, V. (Ed.). (2018). *Scientific Notes of the Institute of Journalism: Scientific Journal*, Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2 (71). Retrieved from: <http://www.scientific-notes.com/archives/148> (in Ukrainian).

Rizun, V. (Ed.). (2022). *Scientific Notes of the Institute of Journalism: Scientific Journal*, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2 (81). Retrieved from: <http://www.scientific-notes.com/archives/1522> (in Ukrainian).

Rizun, V., & Tsymbalenko, Ye. (2013). Mediacommunications: to the definition of concepts. *Ukrainske Zhurnalistykoznavstvo [Ukrainian Journalism Studies]*, 14, 50–56 (in Ukrainian).

Rushkoff, D. (1996). *Media virus! Hidden agendas in popular culture*, 7th Printing edition. New York: Ballantine Books.

Seleznyova, O. (2022). The term “media space”: a theoretical approach. *Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu: Seriya: Pravo [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: Law]*, 70, 359–363. Retrieved from: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57> (in Ukrainian).

Semotiuk, O. (2021). *Russian-Ukrainian war in the modern political caricature (mediatization of military conflicts of the modernity): monograph*. Lviv, Drohobych: Kolo.

Syzonov, D. (2015). Methods of linguistic studies of mediatext: on the problem of scientific interpretation. *Aktualni Problemy Ukrainiskoi Linhvistyky: Teoriia i Praktyka [Actual Problems of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice]*, 30, 53–62. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl\\_2015\\_30\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2015_30_7) (in Ukrainian).

Styshov, O. (2017). New foreign words in the Ukrainian mass media of the early 21st century. *Studia Philologica*, 9, 66–75. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/stfil\\_2017\\_9\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/stfil_2017_9_13) (in Ukrainian).

Shevchenko, L. (2013). Medialinguistics in the modern Ukraine: analysis of situation. *Aktualni Problemy Ukrainiskoi Linhvistyky: Teoriia i Praktyka [Actual Problems of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice]*, 26, 3–12. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl\\_2013\\_26\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2013_26_3) (in Ukrainian).

Shevchenko, L. (Ed.). (2014). *Medialinguistics: dictionary of terms and notions*, 2nd Edition. Kyiv: VPTs „Kyivskyi Universytet“.

Shuhaiev, A. (2019). Media-discourse through the prism of cognitive pragmatics. *Naukovyi Visnyk KhDU. Seriya: Hermanistyka ta Mizhkulturna Komunikatsiia [Scientific Bulletin of Kharkiv State University. Series: Germanic Studies and Intercultural Communication]*, 1, 125–129.

Submitted 25.06.2023

## Список літератури

Бабенко, В., & Сербенська, О. (2015) Адаптація терміна: трансформації та інтерпретації media в українській мові. *Теле- та радіожурналістика*. Вип. 14, 270–274. Відтворено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2015\\_14\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_39)

Боришполец, О. (2014). *Український словник медіакультури*. Київ: Міленіум.

Бутиріна, М. (2017). Основні тренди та конструкти пост журналістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Соціальні комунікації, Вип. 12, 9–13. Відтворено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK\\_2017\\_12\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2017_12_4)

Городенська, К. (2021). Тепер правильно писати *медіапростір*, *медійний простір*. *Українська мова і література в школах України*. № 1, 14.

Кардаш, Л. (2017). Поняття медіатексту як базової категорії медіа лінгвістики. *Молодий вчений*. № 4 (44), 146–150.

Карпіловська, С. (Відп. ред.). (2013). Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики. К. : ТОВ «КММ».

Карпіловська, С. (2020). Підходи до опису інновацій у сучасній українській неографії. *Јужнословенски филолог LXXVI*. св. 2, 105–125. Відтворено з <https://dais.sanu.ac.rs/bitstream/id/41954/karpilovska.neografija.2020.pdf> Лисинюк, М. В. (2020). Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології*. (36), 38–48. Відтворено з <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221042>

Марченко, Г. (2021). Термінологічний аналіз сутності категорії «Медіаграмотність». *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Вип. 80. Т. 2. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. Відтворено з <https://doi.org/10.31392/NPU-ps.series5.2021.80.2.06>

Нелюба, А. (Ред.). (2004). Лексико-словотвірні інновації (1983–2003). Словник. Харків.

Нелюба, А. (Ред.). (2007). Лексико-словотвірні інновації (2004–2006). Словник. Харків: Майдан.

Нелюба, А. (Ред.). (2014). Лексико-словотвірні інновації (2012–2013). Словник. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.

Нелюба, А. (Ред.), & Редько, Є. (2015). Лексико-словотвірні інновації (2014). Словник. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.

Нелюба, А. (Ред.) & Редько, Є. (2017). Лексико-словотвірні інновації (2015–2016). Словник. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.

Нелюба, А. (Ред.), & Редько, Є. (2022). Лексико-словотвірні інновації (2017–2021). Словник. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.

Ороховська, Л. (2015). Медіакультура у дзеркалі філософії історії : монографія Київ: Центродрук.

Різун, В. (Ред.). (2010). Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник; КНУ імені Тараса Шевченка. К., Т. 41. Жовтень—грудень.

Різун, В. (Ред.). (2018). Наукові записки Інституту журналістики : науковий журнал; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Т. 2(71). Відтворено з <http://www.scientific-notes.com/archives/148>

Різун, В. (Ред.). (2022). Наукові записки Інституту журналістики : науковий журнал; Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Т. 2 (81). Відтворено з <http://www.scientific-notes.com/archives/1522>

Різун, В., & Цимбаленко, Є. (2013). Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістичнознавство*. Вип. 14, 50–56.

Селезньова, О. (2022). Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. № 70. С. 359–363. Відтворено з <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57>

Семотюк, О. (2021). Російсько-українська війна у сучасній політичній карикатурі (Медіатизація воєнних конфліктів сучасності) : монографія. Львів; Дрогобич : Коло, 344 с.

Сизонов, Д. (2015). Методи лінгвістичного дослідження медіатексту: до проблеми наукової інтерпретації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Вип. 30, 53–62. Відтворено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl\\_2015\\_30\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2015_30_7)

СУМ: Словник української мови: в 11 томах. (1973). Том 4. Відтворено з <http://sum.in.ua/s/media>

СУМ online: Словник української мови online. (2017). Томи 1–13. Том 8 (А–ПОКІРНО). Відтворено з <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=1&page=0>

Стишов, О. (2017). Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку XXI ст. *Studia philologica*. Вип. 9, 66–75. Відтворено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/stfil\\_2017\\_9\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/stfil_2017_9_13)

Шевченко, Л. (2013). Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Вип. 26, 3–12. Відтворено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apy1\\_2013\\_26\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apy1_2013_26_3)

Шевченко, Л. (Ред.). (2014). Медіалінгвістика : словник термінів і понять. Вид. 2-ге, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет».

Шугаєв, А. (2019). Медіа-дискурс крізь призму когнітивної прагматики. *Науковий вісник ХДУ*. Серія: Германістика та міжкультурна комунікація. № 1, 125–129.

Ampuja M., & Koivisto J. (2014). Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. *A Critical Review. Nordicom Review*. (35), 111–123.

Chandler, D. (1995). Technological or Media Determinism. Відтворено з <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html>

Chandler, D., & Munday, R. A. (2011). *Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London. Retrieved from <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-mediamecluhan.pdf>

Rushkoff, D. (1996). *Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture*. New York : Ballantine Books. 7th Printing edition. [slovaronline.com](http://slovaronline.com). Retrieved from <https://slovaronline.com/search?s=%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0>

Надійшла до редакції 25.06.2023