

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

КРАСІВСЬКИЙ ОРЕСТ МИХАЙЛОВИЧ

УДК 811.111'373.46:070

ДИСЕРТАЦІЯ

**СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ
СФЕРИ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Спеціальність 035 Філологія
Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ О.М. Красівський

Науковий керівник: **ДУДОК Роман Іванович**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка

Львів – 2023

АНОТАЦІЯ

Красівський О.М. Структура, семантика та функціонування термінів масмедійної сфери в сучасній англійській мові. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 03 «Гуманітарні науки» за спеціальністю 035 «Філологія». – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2023.

Дисертаційне дослідження присвячене аналізу структурно-семантичних і функціональних аспектів термінотворення сучасної англійської мови у масмедійній сфері, які характеризуються тенденцією розвитку та появою нових фахових, семантичних смислів терміна, які корелюючи зі словами загальноживаної лексики.

У дисертаційній праці головно зосереджено увагу на аналізі та виявленні усієї палітри нових смислів – термінів масмедійної сфери, їх семантичного наповнення та функціонального потенціалу у спеціальних текстах, висвітлено тенденції розвитку фахової терміносистеми на основі структурно-семантичних, фразеологічних, та функційних параметрів терміна сфери масмедіа. Акцентовано увагу на неологічних процесах та міжмовних впливах на сучасну англійську терміносистему масмедіа, яка потребує стандартизації, та кодифікації досліджуваних термінів, а також увиразнення прагматичних чинників, що впливають на появу та узус нових терміноодиниць мас медіа.

Актуальність дисертаційної праці визначається потребою у знаннях про теоретично-методологічні засади дослідження, відтак зумовлена необхідністю аналізу перманентної появи спеціальної лексики масмедійної сфери, важливістю та специфікою цієї галузі у сучасному масмедійному просторі. З огляду на це, також впливає нагальна потреба проаналізувати вектор еволюції масмедійного терміна від статичності до динаміки, що уможливорює окресленість перспектив досліджуваної терміносистеми в сучасних реаліях масмедійної індустрії. Разом із динамічним розвитком друкованих масмедійних засобів, інформаційно-комунікаційних технологій, триває процес поновлення та

збагачення спеціального термінного корпусу англійської мови, новими лексичними терміноодинацями на позначення термінів та понять масмедійної сфери.

Поява нових термінів масмедійної сфери, що виникають у процесі дії імпліцитних лінгвістичних законів еволюції фахової мови, пов'язана з розвитком спеціальної сфери науки, як от: законів аналогії, мовної економії, тенденції до однотипності тощо. Задля адекватного розуміння структурно-семантичного та функціонального потенціалу терміна необхідно не лише з'ясувати його морфологічну структуру, багатство його семантики, що відрізняють термін від загальноживаної лексики, а також його специфіку у контекстуальному фаховому формативі. У науковій праці, окремо аргументовано на тому, що терміни на позначення масмедійної сфери відрізняються від слів загальноживаної лексики чіткою семантичною окресленістю меж і специфічним відтворенням спеціальних понять їх прагмалінгвістичним потенціалом. Стверджується, що у процесі експлікації інтегрованої, спеціальної інваріантної ознаки (семи), досягається остаточне, адекватне розуміння усіх прихованих смислів масмедійного терміна.

У дисертаційній праці, здійснено детальний, теоретичний і практичний аналіз наукових праць за тематикою дослідження англійської мас-медійної сфери, висвітлено суть досліджуваної понятійно-термінологічної системи, її лексико-семантичні, структурні і функціональні аспекти. Аналіз вибірки термінів мас медійної сфери засвідчив, що разом з такими первинними способами термінотворення як морфологічний, словотвірний, вторинна номінація є високопродуктивною у термінотворенні мас-медійної сфери.

У дисертації акцентовано увагу на тому, що термінологія субмови мас-медіа формує окрему галузеву терміносистему з її понятійно-термінологічним апаратом, лексико-семантичним, прагмалінгвістичним потенціалом.

Задіяні структурно-семантичний метод та аналіз словникових дефініцій уможливили виявлення шляхів поповнення термінології масмедійної сфери, виокремлення морфологічних, семантичних дериватологічних, термінотвірних

моделей. Засадничими методологічними критеріями аналізу сучасної англійської термінології масмедійної сфери є залучення базових семантичних категорій, а саме узагальненого значення (інваріанта) та диференціальних смислів, що корелює з різними об'єктами навколишньої реальності та актуалізуються у фаховому мовленні через процеси термінотворення та смислотворення.

З'ясовано, що комплексний аналіз структурних і семантичних параметрів термінологічних одиниць досліджуваної сфери сприяв виокремленню найпродуктивніших моделей утворення нових термінів, які виконують сигніфікативну, денотативну та конотативну функції у спеціальних текстах масмедійної сфери.

Матеріалом дослідження відібрано терміни на позначення масмедійної сфери, із лексико-графічних джерел, інтернетресурсів і спеціальних текстів. Емпіричним матеріалом слугувала картотека із 1420 термінів. Терміни досліджуваної сфери охоплюють різні сучасні англомовні медіа тексти.

Наукова новизна дисертації полягає в аналізі імпліцитного наповнення мас-медійного терміна, з'ясування процесів появи нових смислів та експланаторності їх семантичного значення, формулювання нових науково-методологічних тенденцій розвитку фахової мови мас-медіа.

Висунуто ідею про те, що саме узагальнене, абстраговане інваріантне значення терміна уможливорює "міграцію" терміна з однієї терміносистеми в іншу, функціонуючи водночас як загальноживане слово, і як термін спеціальної сфери. Важливим тут є процес абстрагування мислення та подальше виокремлення інваріантного значення з його численних дефініцій у словниках і спеціальних текстах.

Теоретичне значення дисертаційного дослідження полягає у тому, щоб описати термін із властивим йому абстрагованим інваріантним компонентом, який набуває різних контекстуальних диференційних смислів, виявити іманентні ознаки, які є комунікативно-релевантними та забезпечують функційні можливості терміна у фаховій реалізації, тобто проаналізувати його

семну структуру, семантику у лексикографічних джерелах і спеціальних текстах сучасної англійської мови масмедійної сфери.

Теоретико-методологічною основою дослідження слугують праці з термінознавства, лінгвістики, семантики, галузевого термінознавства, мовознавства та інші. Дослідження термінології сфери масмедіа зумовлена загальною спрямованістю сучасних медіалінгвістичних досліджень на виявлення особливостей творення терміна його структури, семантики та функціонування.

Практична вартість дисертаційних результатів полягає у можливості використовувати її ключові твердження й ілюстративний матеріал у навчальному процесі, зокрема у курсах: лекцій з медіа лінгвістики, спецкурсу словотвору, термінотворення сучасної англійської мови, в укладенні галузевих тлумачних словників масмедійного спрямування.

Перспективний напрям подальших досліджень вбачається у комплексному аналізі численних нових смислів на основі актуалізації диференційних, градаційних і потенційних сем. Залучені у дисертаційній праці дослідницькі методи та методика сприятимуть усебічному аналізу лінгвокультурологічних і лінгвопрагматичних аспектів інших фахових мов у різних національних варіантах сучасної англійської мови. У результаті проведеного дослідження поглиблено знання про терміни мас-медіа, як складні термінні структури, уточнено їх смислове наповнення, їх дефініцію, розкрито семантику та прагматику.

У першому розділі ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ критично проаналізовано теоретико-методологічні засади та напрями дослідження термінології масмедійної сфери у сучасній англійській мові, описано результати отримані іншими дослідниками, опрацьовано теоретичні праці з тематики дослідження, подано загальні та прогностичні аспекти запропонованої у дисертації моделі дослідження масмедійного терміна та його поняття.

У другому розділі МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ досліджено та проаналізовано основні методологічні засади англійських термінів масмедійної сфери, викладено ключову методику “значення-смісл” та методи аналізу. Аргументовано, що для творення термінів масмедійної сфери характерні усі основні методи та підходи, за допомогою яких відбувається поповнення та збагачення лексичного фонду сучасної англійської мови. Стверджується, що терміни на позначення масмедійної сфери відрізняються від слів загальномовної лексики чіткою семантичною окресленістю меж і специфічним відтворенням спеціальних понять. У цьому розділі також описано поетапну методику дослідження термінів масмедійної сфери.

У третьому розділі СТРУКТУРНІ ТА СМИСЛОВІ КОМПОНЕНТИ УТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ проаналізовано способи утворення та термінологічний потенціал моно та полі семанта термінів масмедійної сфери, висвітлено феномен конверсивності у процесі творення термінів, з’ясовано роль узагальненого інваріантного значення у парадигматиці системи мови та численні змінні смисли у синтагматиці системи мовлення. Зазначено, що процес метафоризації в утворенні термінів масмедійної сфери у сучасному англійському тексті є домінуючим.

У четвертому розділі СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ розглянуто синонімічно-антонімічні зв’язки у процесі формування терміносистеми англійської мови, описано процеси контактування мов та їх взаємовплив у поповненні термінів масмедійної сфери. У розділі проаналізовано також семантико-функціональний потенціал неологізмів та запозичень до сучасної англійської терміносистеми масмедіа. Зазначено, що відкритий доступ до іншомовного контенту дає можливість мас медійній неологічній та запозиченій лексиці органічно проникати в англійську мову, збагачуючи та поповнюючи її.

Ключові слова: термінологія масмедійної сфери, методика «значення – смисл», морфологічні способи творення термінів, терміносистема, структурно-

семантичні характеристики, конверсія, смислотвірна функція терміна, метафоризація, синонімічно-антонімічні зв'язки, контактування мов, запозичення, неологізми.

ABSTRACT

Krasivskyi O.M. Structure, semantics and functioning of mass media terms in modern English.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the field of knowledge 03 "Humanities", specialty 035 "Philology." - Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2023.

The dissertation research is devoted to the analysis of structural, semantic and functional aspects of term formation in modern English in the media sphere, which are characterized by the tendency of development and emergence of new professional semantic additions of the term and its meanings, thus being in close connection with the words of common vocabulary.

The research is mainly focused on the analysis and identification of the entire palette of new meanings - media terms, their semantic content and functional potential, and highlights the trends in the development of the professional terminology system based on the structural, semantic, phraseological, and functional parameters of the media term. The research focuses on neological processes and cross-linguistic influences on the modern English mass media terminology, which ultimately requires standardization and codification of the studied terms, as well as the emphasis on pragmatic factors that influence the emergence and usage of new terms.

The relevance of the dissertation is determined by the need for knowledge about the theoretical and methodological foundations of the study, thus it is conditioned by the need to analyze the wide emergence of special vocabulary of the massmedia sphere, the importance and specificity of this field in the modern massmedia space. In view of this, there is a need to analyze the vector of the term's

evolution from statics to dynamics, which makes it possible to outline the prospects of the studied terminology in the current realities of scientific and technological progress. Along with the rapid development of print media, information and communication technologies, the process of updating and enriching the special term corpus of the English language, English in particular, with new lexical units to denote terms and concepts of the massmedia sphere is dynamic.

The emergence of new terms in the massmedia sphere, which are permanently created on the basis of implicit linguistic factors in the evolution of professional language, is also related to the linguistic laws of the development of a special field of science, such as the laws of analogy, language economy, the tendency to homogeneity, etc. In order to adequately understand the structural, semantic and functional potential of a term, it is necessary not only to find out its morphological structure, the richness of its semantics, which distinguish the term from common vocabulary, but also its specificity in the contextual professional format. The research paper separately argues that the terms for the massmedia sphere differ from the words of the general vocabulary by a clear semantic delineation of boundaries and a specific reproduction of special concepts of the irpragmalinguistic potential. It is in the process of explicating the integrated, special invariant feature (seven) that we achieve a final, adequate understanding of all the hidden meanings of a massmedia term.

The dissertation provides a detailed, theoretical and practical analysis of scientific works on the topic of the English-language massmedia sphere, highlights the essence of the studied conceptual and terminological system, its lexical and semantic, structural and functional potential. The analysis of a sample of massmedia terms has shown that, along with such primary methods of term formation as morphological and syntactic, secondary nomination is the most productive in the term formation of massmedia, and the use of the key complex methodology "meaning-sense" makes it possible to explicate the most hidden implicit meanings of the term.

The dissertation comprehensively investigates the lexical-semantic and linguistic-pragmatic aspects of the massmedia terminosystem, and finds that the terminology of the massmedia sublanguage forms a separate branch terminosystem

with its conceptual and terminological apparatus, productive lexical-semantic and pragmalinguistic potential for creating new special concepts.

The structural-semantic method and the analysis of dictionary definitions made it possible to identify ways to replenish the terminology of the massmedia sphere, to distinguish morphological and semantic derivational, term-formation models were key to the analysis of the factual material. The fundamental methodological criteria for analyzing the modern English terminology of the massmedia sphere are the clarification and allocation of basic semantic categories in the word-term, namely the generalized meaning (invariant), which correlates with various objects of the surrounding reality and is actualized in professional speech through the permanent processes of term formation and meaning making. It has been found that a comprehensive analysis of the structural and semantic parameters of the terminological units of the studied sphere contributed to the identification of the most productive models of new term formation, which primarily perform signifying, denotative and connotative functions in special texts of the massmedia sphere.

The analysis is carried out in order to explicate all semantic nuances of the terminological units of the massmedia sphere comprehensively covers the structural, lexical-semantic and functional aspects of the English professional language for special purposes.

The research material was selected from lexical and graphic sources, Internet resources, and special texts.

The empirical material was a card index of 1420 terms. The terms of the studied sphere cover various contemporary English-language media texts and theories of mediallynguistics. The scientific novelty of the dissertation lies in a comprehensive analysis of the implicit content of massmediaterms, clarification of the processes of emergence of new terms and the extensiveness of their semantic meaning, and the formulation of new scientific and methodological trends in the development of the professional language of massmedia. The key is the methodology of semantic analysis of the term "meaning-sense" based on the postulation that different meanings of the same sign at the level of speech are not different variants of the same invariant,

but the result of a creative, abstracted combination by a native speaker of a semantic invariant in the paradigm of the language system with variable concepts in the syntagm of speech.

It is argued that it is the generalized, abstracted invariant meaning of a terminological unit that allows a term to "migrate" from one terminosystem to another, functioning both as a common word and as a term of a special field. Equally important in the novelty of the study is the process of abstraction of thinking and the subsequent isolation of the invariant meaning from its numerous definitions in dictionaries and special contextual texts.

The theoretical significance of the dissertation research is to describe the term with its inherent abstracted invariant component, which acquires different contextual differential meanings, to identify the immanent features that are communicatively relevant and provide the functional capabilities of the termin professional realization, that is, to analyze its semantic structure, semantics in lexicographic sources and special texts of modern English in the mediasphere.

The theoretical and methodological basis of the study are works on terminology, linguistics, semantics, sectoral terminology, linguistics, and others. The study of the mediat terminology is conditioned by the general orientation of modern mediallyinguistic research towards the definition of sectoral terminologies in terms of identifying the peculiarities of their creation, structure, semantics and functioning in a specialfield.

The practical value of the dissertation results lies in the possibility of using its key statements and illustrative material in the educational process, in particular in courses: lectures on mediallyinguistics, a special course on word formation, term formation of modern English, in the compilation of industry-specific explanatory dictionaries of massmedia.

The analysis of semantic relations of the English-language massmedia terminology treated in the scientific work can be applied in the practical teaching of professional English. The practical use of the dissertation results in teaching English will undoubtedly increase the effectiveness of teaching professional massmedia

vocabulary, which is important for the adequate perception and analysis of special texts in the relevant sublanguage.

We see a promising direction for further research in a comprehensive analysis of numerous new meanings based on the actualization of differential, gradational and potential semes. The study is driven by the need to analyze the widespread use of new media vocabulary, the importance and specificity of this area. The research methods and techniques used in this paper will contribute to a comprehensive analysis of the linguocultural and linguopragmatic aspects of other professional languages indifferent national variants of modern English.

In the first chapter. THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE STUDY OF MASS MEDIA TERMS IN ENGLISH

Critically analyses the theoretical and methodological foundations and directions of the study of massmedia terminology in modern English, describes the results obtained by other researchers, reviews theoretical works on the subject of the study, presents general and prognostic aspects of the model of massmedia term and its concept proposed in the thesis.

In the second chapter, "METHODOLOGY AND METHODS OF RESEARCHING MEDIA TERMS," the main methodological principles of English mediaterms are studied and analyzed, and the key methodology and methods of analysis are outlined. It is argued that the creation of massmedia terms is characterized by all the main methods and approaches that are used to replenish and enrich the lexical fund of modern English and the studied massmedia terminology. It is argued that the terms for the massmedia sphere differ from the words of the general vocabulary by a clear semantic delineation of boundaries and a specific reproduction of special concepts. This sectional also describes a step-by-step methodology for researching mediaterms.

The third chapter, STRUCTURAL AND SEMANTIC COMPONENTS OF THE CREATION OF MEDIA TERMS, analyses the ways of formation and the terminological potential and semantic field of mediaterms, analyses the phenomenon of conversion in the process of creating mediaterms, highlights the role of generalized

invariant meaning in the paradigm of the language system and numerous variable meanings in the syntagm of the speech system. The role of metaphorization in the formation of massmedia terms in a modern English-language text is analyzed.

The fourth chapter, "SEMANTIC AND FUNCTIONAL PARAMETERS OF MEDIA TERMS", analyses synonymous and antonymic relations in the process of forming the English terminology system, describes the processes of language contact and their mutual influence in the processes of replenishing mediaterms. The semantic and functional potential of neologisms and borrowings in the modern English massmedia terminology is also considered in this section. It is concluded that open access to foreign language content enables the foreign language massmedia to organically penetrate the English language, enriching and replenishing it with its semantic coloring.

Keywords: massmedia terminology, "meaning-sense" methodology, morphological ways of creating terms, terminosystem, structural and semantic characteristics, conversion, meaning-forming function of a term, metaphorization, synonymous and antonymic relations, contact of languages, borrowing, neologisms.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Красівський О. М. Інтернет комунікація: стратегії та мовні особливості / О. М. Красівський, Ю.М. Масюкевич, О.І. Мікула // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2019. – Т. 30 (1), №2. – С.122 – 128
2. Красівський О.М. Дослідження поєднання мови, образів і звуку у метафорах телереклами / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 47, том 2, 2022. – С.66 – 70.
3. Красівський О.М. Роль семіотичної метафори в прозі: мультисеміотичний і системно-функційний підходи / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Закарпатські філологічні студії. Вип 20, Том 1. – С.72 – 77.
4. Красівський О.М. Категорійно-поняттєвий апарат дослідження терміна масмедійної сфери / О. М. Красівський // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2021 № 52 том 1. – С. 102-105.
5. Красівський О.М. Термінологія англійського масмедійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади / О.М. Красівський // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. – 2021. Т. 32 (71), №6. – С. 133-137
6. Красівський О.М. Еволюція терміна масмедійної сфери: історичний екскурс / О.М. Красівський // Вісник науки та освіти. Серія: Філологія. – 2023. №7 (13). – С. 207-216.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

Публікації в наукових періодичних виданнях інших держав

7. Красівський О. М. Полісемія та омонімія термінів масмедійної сфери / О.М. Красівський // Věda a perspektivy. SÉRIE Filologie. – 2023. №3 (22). – С. 290-298.

8. Krasivskiy O.M. Discursive manipulative techniques in Sarah Palin's speeches / Krasivskiy O.M. // Monografia pokonferencyjna. Science, research, development. Philology, Sociology and Culturology. Barcelona – 2018. №4. С. 123-130.

Публікації в збірниках праць та тези доповідей на конференціях

9. Красівський О.М. Теоретико-методологічні засади дослідження терміна масмедійної сфери / О.М. Красівський // Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2021 рік (3-4 лютого 2022 рік). – Львів : ПАІС, 2022. – С.133-137.
- 10.Красівський О.М. Поетапна методика дослідження англійських термінів масмедійної сфери / Красівський О.М. // Актуальні проблеми сучасної науки та освіти (частина I): матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 20-21 січня 2022 року. – Львів : Львівський науковий форум, 2022. С. 75-76.
- 11.Красівський О.М. Термін мас-медіа як комунікативний феномен / О.М. Красівський // Тези звітної наукової конференції професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2022 рік (2-3 лютого 2023 року). – Львів 2023. – С. 26-28.
- 12.Красівський О.М. Мовна характеристика англомовних медіа текстів / Красівський О.М. // Філологічні науки в системі сучасного гуманітарного знання ХХІ століття: Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 24-25 грудня 2021 року. – Одеса: Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”, 2021. С. 49-52.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ..... | 17 |
| ВСТУП..... | 18 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ..... | 27 |
| 1.1. Еволюція термінів мас медійної сфери: історичний екскурс..... | 27 |
| 1.2. Критичний огляд наукової літератури сучасної англомовної мас медійної сфери..... | 34 |
| 1.3. Категорійно-поняттєвий апарат дослідження терміна мас медійної сфери..... | 45 |
| <i>Висновки до першого Розділу.....</i> | <i>52</i> |
| РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ..... | 55 |
| 2.1. Основні методологічні засади дослідження англійських термінів мас медійної сфери..... | 55 |
| 2.2. Методика та методи дослідження англійських термінів мас медійної сфери..... | 63 |
| 2.3. Поетапна методика дослідження термінів мас медійної сфери..... | 67 |
| <i>Висновки до другого Розділу.....</i> | <i>70</i> |
| РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНІ ТА СМИСЛОВІ КОМПОНЕТИ УТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ..... | 74 |
| 3.1. Термінологічний потенціал моно та полісеманта | 74 |

| | |
|--|------------|
| 3.2. Феномен конверсивності в утворенні термінів масмедіа..... | 81 |
| 3.3. Семантична роль метафоризації у процесі творення терміна мас медійної сфери..... | 87 |
| <i>Висновки до третього Розділу.....</i> | <i>96</i> |
| РОЗДІЛ 4. СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ..... | 99 |
| 4.1. Синонімічно-антонімічні зв'язки у процесі формування терміносистеми мас медійної сфери..... | 99 |
| 4.2. Контакткування та взаємовплив мов у поповненні термінів мас медійної сфери..... | 106 |
| 4.3. Семантико-функціональний потенціал неологізмів та запозичень до сучасної англійської терміносистеми мас медіа..... | 114 |
| <i>Висновки до четвертого Розділу.....</i> | <i>123</i> |
| ВИСНОВКИ..... | 127 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 136 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 159 |
| ДОДАТОК..... | 162 |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

Словники та корпуси

CD: Cambridge Dictionary
COCA: Corpus of Contemporary American English
CSCD: Computer Science and Communications Dictionary
DCI: Dictionary of Computer and Internet Terms
ELL: Encyclopedia of Language and Linguistics
FDF: The Free Dictionary by Fartex
GSM: World Glossary of Terms
LDOC: Longman Dictionary of Contemporary English
MCD: Microsoft Computer Dictionary
MG: Mobile Glossary / Mobile Terms Dictionary / Lexicon
MWG: Mobile World's Glossary
MWO: Merriam – Webster Online
NTC's MASS MEDIA: National Textbook Company
OALD: Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English
OD: The Oxford Dictionary of New Words
RIT: Roget's International Thesaurus
SD: Scribner Dictionary

Інші

ЗМІ – засоби масової інформації
КРО – комунікативно-релевантна ознака
СДО – семантико-диференційна ознака

Хто володіє інформацією, той володіє світом

(Вінстон Черчилль)

ВСТУП

Мова засобів масової інформації (ЗМІ) – одна з найвпливовіших сфер, яка із плином часу динамічно зростає та поповнюється. З огляду на численну аудиторію, різноманітні засоби інформування і впливу, мова ЗМІ перебуває у фокусі національної мови. Медійна проблематика вже століття розробляється вітчизняною гуманітаристикою (А. Баранов, Х. Вайнрах, М. Вебер, А. Вежбицька, Р. Водак, Ю. Караулов, П. Паршин, І. Беляєва, В. Богданов, Е. Будаєв, А. Чудінов, М. Гаврилова, М. Гвенцадзе, Н. Гронська, Т. Грушевська, В. Дем'янков, М. Желтухіна, О. Карасик, Н. Клушина, В. Костомаров, В. Красних, Ж. Куртін, К. Лоренц, Н. Мечковська та ін.)

Безперечно, що мова масмедіа це багатюще джерело для дослідження найновіших тенденцій у розвитку сучасної англійської мови, адже саме в ній відбувається багатофункціональність, ступінь інтелектуалізації зокрема через поширення термінів із інших галузей знань та їхню адаптацію в сучасному суспільстві.

Актуальність теми дослідження полягає у потребі обґрунтування знань щодо теоретико-методологічних засад дослідження та емпіричного матеріалу, відтак окреслена актуальність зумовлена необхідністю аналізу широкого застосування спеціальної лексики мас медійної сфери, важливістю та специфікою цієї галузі. У зв'язку з цим, дисертант ставить перед собою завдання проаналізувати вектор розвитку фахового терміна від статичної до динамічної, що уможливорює окресленість перспектив еволюції цієї терміносистеми в сучасних реаліях науково-технічного прогресу.

Зрозуміло, що у зв'язку з широким доступом до мережі Інтернет суспільство зазнає впливу мас-медіа. На сьогодні, масмедійний дискурс – доволі нова категорія у дослідженнях лінгвістів, серед яких натрапляємо на

дефініції: «мова ЗМІ», «медійний дискурс», «засоби масової інформації» тощо. Однак, зазначимо, що масмедійний дискурс є поняттям дещо ширшим за ЗМІ, оскільки охоплює не лише інструменти й способи поширення інформації, а й процес обміну інформацією між суб'єктами. Тобто, масмедійні тексти це ті, в яких повідомлення транслюють певними каналами засобів масової інформації, а тематика здебільшого охоплює інтереси масової аудиторії.

Власне тенденції інтернаціоналізації і глобалізації у сучасному світі, динамічний розвиток сучасних телекомунікаційних технологій у світовому просторі призвели до виникнення нового виду дискурсу, який і номінуємо *медіадискурсом*, медійним дискурсом або дискурсом засобів масової інформації (ЗМІ). Проблема медіа-дискурсу широко дискутувалася також західними вченими, зокрема Дж. Оруеллом, Т. ван Дейком, відтак зацікавлення до цього феномену постійно зростає. Попри те, що сам термін «дискурс» на сьогодні не отримав чіткої наукової дефініції, вже з'явився новий термін «медіадискурс» (і відповідно нова галузь досліджень – медіа-лінгвістика), який також має різні трактування у мовознавчій науці.

Зазначимо, що мас-медійний дискурс відрізняється специфічною, масовою аудиторією і відповідно, спрощеністю свого коду, що працює у режимі когнітивно-аксіологічних смислів – понятійних (ідентифікують), метафоричних, образно-символічних, ціннісних тощо. Назагал, *мас-медійний дискурс* відносимо до проблемного поля масової комунікації як процесу обміну інформацією між усіма суб'єктами суспільства.

Отже, з опертям на існуючі авторитетні твердження, схилиємось до думки, що дискурс є соціально детермінований процес породження, об'єктивації і трансляції, у сукупності притаманних йому текстів соціально значущих змістовних форм, що відзеркалюють особливості відтвореної свідомості.

Попри наявні численні фахові публікації все ж на сьогодні недостатньо висвітлені проблеми семантики, структури, функціонування терміна масмедійної сфери в англomовному тексті, які формують імпліцитне вираження

спеціального компонента мови. Термінологічний фонд на позначення масмедійної сфери відіграє особливу роль у житті сучасної людини, адже з розвитком масмедійних технологій з'являються нові види їх трансляції на аудиторію, пов'язані з ними процесами, явищами тощо.

З огляду на інтенсивний розвиток масмедійної індустрії, виникає потреба у номінації численних термінів, адекватній експланаторності, що спричиняє певні труднощі у розумінні нових слів-термінів, які поповнюють словниковий корпус фахової мови масмедіа. Оновлення лексичного складу будь-якої фахової мови, субмови масмедійної сфери зокрема, є безперервним процесом, адже мова – складне та багатогранне суспільне явище, яке пов'язане з неологічними процесами, інноваціями у сфері інформаційних технологій.

Дослідження галузевих терміносистем передбачає постійний аналіз інноваційних процесів терміносистеми сучасної фахової англійської мови масмедіа. Англійська мова як провідна у світі (*lingua franca*) переживає сьогодні справжній «неологічний бум». Поява нових слів-термінів, необхідність їх фіксування, стандартизації та кодифікації зумовили розвиток особливої галузі лексикології – неології – науки про неологізми.

Відтак, простеження динаміки семантичних та функціональних процесів, що виникають у сфері термінології масмедіа, особливо у площині її внутрішньомовної мобільності та міжмовних впливів – важливий чинник еволюції галузевого терміна сфери масмедіа.

Окреслене наукове дослідження вбачаємо в комплексному вивченні нових численних смислів фахового терміна з урахуванням актуалізації абстрагованих, узагальнених, диференційних і потенційних сем. Запропонована у науковій розвідці методика та отримані результати уможливають подальший лінгвістичний аналіз складної філологічної проблеми значення терміна масмедійної сфери, яка відкриває перспективу аналізу інших термінологічних корпусів фахових терміносистем.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тематика і проблематика дисертації відповідають профілю досліджень, які виконуються

на кафедрі іноземних мов для гуманітарних факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка у межах наукової теми: «Структурно-семантичні і функціональні характеристики іноземномовної термінології» (шифр теми: 011U005530). Тему дисертації затверджено Вченою радою Львівського національного університету імені Івана Франка, № 58/11 від 28.11.2018 р., уточнено протокол № 22/11 від 24.11.2021р.

Мета дослідження полягає у тому, щоб проаналізувати структуру, семантику та функціонування термінів масмедійної сфери у тлумачних англо-англійських словниках, корпусах, інтернет ресурсах, виявити смислотвірний потенціал їхнього значення у спеціальних текстах сучасної англійської мови.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- критично опрацювати теоретичні та методологічні праці дослідників, термінологів, присвячені аналізу термінології масмедійної сфери, вивчити термінологічний і поняттєвий апарат дослідження;
- виявити семантичне наповнення терміна масмедійної сфери у лексикографічних джерелах, інтернет ресурсах, спеціальних текстах та науковому мовленні;
- визначити основні способи термінотворення терміна масмедіа;
- проілюструвати механізм творення та породження численних смислів у підмові масмедійної сфери;
- здійснити лексико – семантичний аналіз англійського терміна масмедійна сфера.
- висвітлити функціонування фразеологізмів, неологізмів, іншомовних запозичень у процесі контактування мов у досліджуваній терміносистемі.

Об'єктом дослідження є термінологія масмедійної сфери сучасної англійської мови.

Предмет дослідження – терміни масмедійної сфери у структурному, семантичному та функціональному аспектах, їх механізми терміно та смислотворення у сучасній англійській мові.

Матеріалом дослідження є 1420 термінів на позначення масмедійної сфери, відібрані з англо-англійських тлумачних словників, корпусів інтернет ресурсів і спеціальних текстів сучасної англійської мови масмедійної сфери.

Практична цінність роботи полягає у можливості використовувати її основні положення й ілюстративний матеріал у навчальному процесі, зокрема у курсах: лекцій з медіалінгвістики, спецкурсу з галузевого термінознавства масмедійної сфери сучасної англійської мови, в укладанні глосаріїв та тлумачних словників. Аналіз імпліцитних смислових зв'язків між структурно-семантичними та функціональними параметрами масмедійної термінології, які можуть бути корисними у практичному викладанні англійської фахової мови. Використання результатів дослідження масмедійної терміносистеми у викладанні англійської мови безперечно підвищить ефективність вивчення термінологічної лексики у площині адекватного розуміння спеціальних текстів англійської мови.

Теоретико-методологічна база дослідження вибудовується у межах сучасної антропоцентричної парадигми лінгвістики та охоплює праці науковців із різних дослідницьких сфер семантики, структури, прагмалінгвістики, галузевого термінознавства тощо. Теоретичною базою дисертації та загальною методологією дослідження є праці з термінознавства (О. Вюстер, Х. Фельбер, Н.Б. Гвишиані, С.В. Гринев, Л.О. Симоненко, Е.Ф. Скороходько, Т.Р. Кияк, Є.А. Лобач), лінгвістики (І.В. Андрусак, Р. Берчфільд, Т.М. Беляєва, С.М. Єнікеєва, Ю.О. Жлуктенко, В.І. Заботкіна, Ю.А. Зацний, К.В. Ковтун, Т.О. Пахомова, А.В. Янков), семантики (С.О. Гурського, Р.І. Дудка, Д.С. Лотте, В.М. Лейчик, А.В. Суперанська, В.А. Татарінов), термінології (К.Я. Авербух, А.С. Дяков, Винокур Г.О., Володина М.Н., Головин Б.Н., Даниленко В.П.), мовознавстві (Ситникової Т.А., Хауген Э., Чирвоний О.С., В. Hansen, S. Thomson) та інші.

Методологічний апарат дисертації поєднує традиційні та новітні підходи, спрямовані на об'єктивацію й отримання результатів дослідження. Серед ключових методів дослідження масмедійної термінології залучено спосіб морфологічного словотворення, термінотворення у структурному та

семантичному вимірах, *компонентний аналіз, аналіз словникових дефініцій*, ключову методику у фокусі якої є процес виокремлення та відмежування стабільного семантичного компонента прагматичного рівня від послідовно змінних компонентів синтагматичного рівня мовлення.

Для дослідження диференціації термінологічного значення та його додаткових СДО (семантико-диференційних ознак) обрано методику “значення-смісл”. Зокрема компонентний аналіз застосовано для вивчення словникових дефініцій, який дозволяє виокремлення найменших одиниць значення — сем.

Окреслена методика “значення – смісл” об’єктивно засвідчує, що різні смисли вживання того самого слова– терміна є «породженням» творчого процесу мислення фахівців. Застосування цієї методики – є необхідним методологічним прийомом відмежування стабільного інваріантного компонента у системі мови від змінних екстралінгвістичних понять, які позначаються інваріантним значенням у кожному одиниці її актуалізації. Семантичні смисли слова-терміна у комунікативному плані відрізняються між собою наявністю або відсутністю додаткової ознаки – семи, і тому мають назву диференційної семи.

У методичному плані базові семантичні категорії наукового апарату *інваріант* трактуємо як одиницю системи мови у парадигматиці, а *смисли*, його варіанти як синтагматичні реалізації у системі синтагматики мовлення.

Положення, які винесено на захист:

1. Термінологія мас медіа – це лексичний пласт, у якому найвиразніше актуалізуються результати інноваційних, неологічних процесів – запозичень, міжмовних впливів і контактування мов, семантичний вектор, який еволюціонує від лексикографічних джерел (у статиці) до його реалізації у динаміці (спеціальних текстах) сучасної англійської мови.

2. Термін мас медіа – це слово або словесний комплекс, що співвідноситься з поняттям певної спеціальної галузі науки і техніки, які вступають у системні зв’язки з іншими словами та словосполученнями,

утворюють разом з ними в кожному окремому випадку та часі цілісну терміносистему, що характеризується високою інформативністю, однозначністю, точністю та емоційно-експресивною нейтральністю. З точки зору інформативності, термінологічні одиниці несуть у тексті найбільше смислове навантаження.

3. Лексико-семантичний аналіз термінів масмедійної сфери відзначається системністю і конкретністю взаємопов'язаних та взаємозумовлених структурних елементів, що становлять інтеграційне ціле. Зокрема, системність термінів мас медіа допомагає уникнути полісемії, наявності дефініції, яка відрізняє їх від слів загальноживаної лексики, тобто набути моносемності у межах відповідного термінологічного поля.

4. Інваріантне значення терміна мас-медіа виконує роль чинника міжсистемного функціонування, тобто входить як базова складова в обсяг термінологічного словосполучення, виконує при цьому функцію семантичного ядра (інваріанта), конкретизуючи і деталізуючи спеціальне значення терміна масмедійної сфери, разом з тим уточнюючи інформацію на підставі диференційної ознаки.

5. Метафорика масмедійної терміносистеми – відображає її внутрішню сутність у плані структури, семантики та функціонального потенціалу як одне ціле, як єдиний вислів або мовний зворот, неподільний на окремі частини, без втрати його значення. Використання метафор у фаховій мові масмедіа увиразнює й надає їй нового семантичного колориту, є важливим фактором передачі внутрішніх смислів у процесі фахового ситуативного мовлення.

6. Неологізм масмедійної сфери трактуємо як нове слово (стійке терміносполучення), за формою або за змістом, новостворений термін або фраза, що перебувають у процесі входження у загальний узус, ще не включені до державного стандарту реєстрації, кодифікації та стандартизації фахової мови.

7. Запозичення мас-медійних термінів – елемент міжмовних впливів (слово – термін, морфема, синтаксична конструкція тощо), які проникли з

однієї мови до іншої внаслідок мовних контактів, а також сам процес контактування мов. Абсорбація термінних понять англійською мас-медійною термінологією з інших мов пояснюється потребою експлікувати реалії науково-технічного процесу чи наукові досягнення мови донора та репіцієнта.

Для досягнення загальної мети праці та вирішення дослідницьких завдань у дисертації використано конкретні **методи** аналізу фактологічного матеріалу. Ці методи дослідження ґрунтуються на принципах системного підходу до мовних явищ і понять, що базується на структурно – семантичному, компонентному методах, методі словникових дефініцій тощо.

Об'єкт і предмет дослідження визначають його **методологічний апарат**, який поєднує традиційні та новітні підходи, спрямовані на об'єктивацію отриманих результатів. Основні методологічні критерії дослідження сучасної англійської масмедійної термінології – полягають у з'ясуванні в терміна одного узагальненого значення (інваріанта), яке співвідноситься з різними об'єктами реальної дійсності та реалізується у мовленні через процеси смислотворення.

Апробація результатів дослідження. Теоретичні положення та практичні результати дисертації обговорювалися на:

1. Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2021 рік .
2. Актуальні проблеми сучасної науки та освіти (частина I): матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції.
3. Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2022.
4. Філологічні науки в системі сучасного гуманітарного знання XXI століття: Міжнародна науково-практична конференція. Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”.

Наукова новизна дослідження визначена загальною спрямованістю на процес аналізу сучасних термінознавчих досліджень структурно-семантичної та прагма-лінгвістичної організації термінолексики масмедійної сфери. Вона полягає у системному підході до дослідження лексики масмедіа, що позначають спеціальні поняття аналізованого сучасного англомовного тексту.

Теоретична значущість дисертаційної праці полягає у доповненні теоретичної та емпіричної бази досліджень із структурної, функціональної семантики, аспектів лінгвопрагматики та функціонування термінології масмедійної сфери.

Публікації. Основні твердження та результати дослідження викладено у 10 наукових публікаціях. З них 6 одноосібних наукових статей у періодичних фахових виданнях, які входять до відповідного переліку Міністерства освіти і науки України, 4 тез доповідей на міжнародних конференціях.

Структура та обсяг дисертації підпорядковані загальній меті та сформульованим завданням. Наукова праця складається з вступу, оглядово-теоретичного розділу, методологічного розділу, де викладено принципи і методику дослідження, описано процедури та етапи аналізу, а також двох дослідницьких розділів, висновків після кожного розділу та загальних висновків, додатків, списку використаних джерел, який охоплює 292 позиції з покликами у тексті, списку використаних лексикографічних джерел – 30. Обсяг основного тексту дисертації становить – 118 с.

У Додатку подано список опублікованих праць за темою дисертації.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

1.1. ЕВОЛЮЦІЯ ТЕРМІНА

МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ: ІСТОРИЧНИЙ ЕКСКУРС

Підрозділ наукової розвідки присвячено еволюції терміна в історичному екскурсі у векторі від загальноживаного слова до масмедійного терміна. Акцентовано, що у загальноживаній лексиці діють такі самі семантичні закони що й у термінах мас медійної сфери, тому що більшість термінів досліджуваної сфери пройшли еволюційний шлях у процесі розвитку нового значення. Генеза значення слова, його семантичне наповнення здавна привертала увагу дослідників, зусилля яких були скеровані на вивчення етимології та розвитку слова в історичному ракурсі. Мова як комунікативна система має стабільні елементи, які не змінюються повністю у його численних описах мовних фактів у словнику чи у кожному з актів у мовленні.

Висунуто гіпотезу про те, що коли слово далі відходить від джерела походження, тобто еволюціонує у процесі розвитку мови, то воно більше зазнає абстрагованого впливу людської думки, тобто узагальнюється, у нашому випадку спеціалізується як масмедійний термін. Таким чином, узагальнені та абстраговані стабільні, інваріантні ознаки конкретних позначуваних об'єктів, явищ, передбачають можливість включення їх у зміст інших понять, названих тим самим словом-терміном для послідовного утворення його численних смислів.

Розвиток цивілізації традиційно зумовлює використання лексичних одиниць як термінів у різних галузях наук. Особливо це помітно у сучасній англійській медійній сфері, терміносистема якої формується головною чиною за рахунок загальноживаної лексики. Невизначеність та багатозначність загальноживаних слів не є перешкодою до використання їх у функції спеціальних термінів. Оскільки загальномовні слова забезпечують взаєморозуміння комунікантів у звичайному спілкуванні, то у галузі мас медійної сфери так само можливе повне й

однозначне розуміння її фахівців. Адже у термінах функціонують ті самі семантичні механізми що й у загальноживаних словах, у першому випадку це побутові комунікативні поняття, а в другому науково-визначені спеціальні мас медійні терміни.

Грунтовні дослідження у царині еволюції терміна в історичному екскурсі здійснено когортою відомих вчених (Г.Пауль, М.Бреаль, А. Дармстетер, К. Аллендорф та ін.), серед яких загальновідомим є твердження, що терміни це слова або сполучення, які позначають специфічні поняття, і ними оперують фахівці певної сфери науки чи техніки. Оскільки розвиток науки і техніки не стоїть на місці, новітні технології потребують своєї номінації, виникає необхідність заповнення лексичних лакун, зокрема у термінологічній масмедійній системі.

Сучасні дослідники (Г.Антрушина, В.Гак, В.Бялик, Р.Дудок, Ю Зацний, та ін.) усебічно висвітлюють проблему у ракурсі генези фахового терміна призначеного для професійних потреб. Невпинний прогрес розвитку суспільства, науки та технології призводить до того, що все частіше у сучасному глобалізованому світі функціонує мас медійна термінологія яка перебуває у тісній кореляції з іншими сферами. Тому дослідження еволюції мас медійного терміна потребує поглибленого вивчення не лише на семантичному чи семному рівні, але й на концептуальному.

Стрімкий розвиток засобів масової інформації (ЗМІ), загальнодоступність інформаційних джерел сприяє не лише інформатизації суспільства, але й формуванню суспільної думки та зростанню інтелектуального рівня відповідної спеціальної сфери, якою є досліджувана мас медійна термінологія. Зацікавленням дослідників є те, що спеціальна лексика англійської мови мас медійної сфери, перманентно розвиває нові значення для номінації нових понять і об'єктів. Більшість термінів досліджуваної сфери вже пройшли еволюційний шлях у процесі розвитку нового значення [16, С. 9-13]. Таким чином, термінологічна система мас медійної галузі виявляє динамічний характер тому, що для розуміння масмедійного терміна, як і будь якого іншого, важливе повне осягнення спектру його семантичних нюансів та наповнення [3].

Інтенсивний розвиток науки і техніки разом з глобалізаційними процесами у сучасному суспільстві призводять до збагачення термінологічної системи англійської мови мас медійної сфери. Тому, завданням означеної розвідки є простежити еволюцію поглядів на значення мас медійного терміна, виявити загальні механізми, які забезпечують вектор розвитку загальноновживаного слова до фахової мови, зокрема за рахунок семантичних категорій якими є стабільне інваріантне значення терміна у площині мови та диференційні ознаки, які виконують роль формування численних смислів у мовленні.

Не викликає жодних сумнівів те, що людська мова є найдосконалішим способом передачі інформації. Люди живуть не лише у матеріальному світі і не лише у світі соціальному, а в значній мірі вони знаходяться під владою конкретної мови, яка на думку Г.Б Антрушиної, у своїй еволюції проявляє залежність від середовища в якому вона існує з одного боку і від внутрішнього механізму та устрою з іншого [10, С.198]. Вивчення системної організації та розвитку словникового складу мови належить до одного з найактуальніших напрямів сучасних лінгвістичних досліджень.

Проблема значення слова здавна привертала увагу вчених, основні зусилля яких були скеровані на вивчення етимології та історії окремих слів [14]. З часом вчені звернули увагу на дослідження найзагальніших законів зміни значення слова. (М.Бреаль, А. Дармстетер, Г. Стерн, та ін.), проте власне знакове значення слова залишалося поза увагою дослідників, оскільки саме поняття *значення* не було визначене в інтралінгвальних термінах елементів системи мови. [6,С. 82-32]; [7,С.12-16]. Помилково, значення слова ототожнювалося з відносними екстралінгвальними об'єктами реальної дійсності, тобто змінювався об'єкт, змінювалося і значення співвіднесеного слова, для прикладу загальноновживане слово *Blackout* — *затемнювати*— у процесі свого розвитку у мас медійній сфері отримало спеціалізоване значення - («блекаут») *цензурування новин, пов'язаних із певною темою, зокрема, в засобах масової інформації, зумовлене певними причинами [NTC's Mass Media].*

Тут доцільно нагадати, що у сучасній семасіології відроджуються ідеї

видатного математичного логіка Г. Фреге про необхідність розрізняти у слові базові категорії *значення і смисл* [188,С.351-379]. Справжню суть значення було висловлено ще в геніальних здогадках античних філософів, які вважали, що слово, крім свого значення має ще одну властивість ідею, образ слова.

Так, французький дослідник, М.Бреаль першим встановив два основних типи зміни у розвитку значення а) радіаційний, коли слово ніби випромінює все нові і нові значення , водночас зберігаючи свою початкову форму і б). ланцюжковий, коли у слові зі значенням А одночасно з'являється інше значення (В), з часом перше відпадає, а залишається лише друге [218]. Скажімо, *Feature* (фіча, від англ. *feature* — особливість) — спеціальна стаття в газеті чи журналі або частина телевізійної чи радіопередачі, яка висвітлює життя й діяльність конкретного суб'єкта, або (англ. *background* (бекграунд)— фон, задній план, непомітна позиція) — частина матеріалу, яка містить опис місця дії й пояснення, необхідні для опису події, іншу додаткову інформацію[DCI].

Тут висловлюємо думку, що слово як сконденсоване явище має у своєму смисловому арсеналі різні відтінки, яке в історичному розвитку змінюється та модифікується. Тут постає запитання, які саме зв'язки існують між значеннями слова, що “породжує” його різні смислові відтінки. Поділяємо загальновідому думку семасіологів, про те, що слово не змінюється повністю у процесі своєї еволюції та з кожною одиницею своєї актуалізації, інакше сам процес спілкування людей був би не можливим. *Дайджест* (англ. *digest* — стислий виклад) — скорочений або повний передрук матеріалів інших видань, може бути повноцінним матеріалом, у якому подається добірка чи огляд найцікавіших публікацій за певний обраний період [MWG].

Зазначимо, що наукова концепція (образу) слова, сформульована ще у працях античних філософів знайшла своє відображення також у дослідженнях лінгвістів кінця XIX ст., у понятті внутрішньої форми слова. У зв'язку із згаданим вище, дослідники трактували внутрішньомовну сутність значень, як щось стабільне, *інваріант*[4].

Отже, процеси, пов'язані з утворенням мовних парадигм слів масмедійної

сфери мають не лише внутрішньомовну основу, а й позамовну зумовленість. Вивчення та розвиток окремих термінів уможлиблює їхню еволюцію та становлення. Мас-медійна термінологія є найактивнішою частиною словника, вона постійно оновлюється та розвивається. Мову можна простежити в динаміці, розкрити живі і продуктивні процеси [4, с.261-263]. Базові семантичні категорії значення і смисли можемо представити як такі: значення це категорія мови, а смисл - категорія мовлення, котрі складають цілісну єдність. Услід за мовознавцями, розрізняємо значення і смисл за їх відношенням до інтенціоналу значення – інваріант узагальнений компонент, а смисл слова – варіативний щодо екстенціоналу [54, С.3-18].

На нашу думку, у випадках використання загальноживаної лексики у функції мас медійного терміна семантична тотожність останніх не порушується, оскільки такі терміни використовують для номінації спеціальних понять, зокрема досліджуваної термінології мас-медійної сфери, як от: 1) *англ. Lead (лід) — керувати, очолювати, займати перше місце, бути попереду*); — *короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовку й перед основним текстом*; 2) *англ. Long-form journalism (лонгрід) — формат журналістики, якому властивий великий обсяг, від півтори тисячі слів*. 3) *Англ. Trolling (тролінг) – розміщення в Інтернеті (на форумах, в дискусійних групах, в вікі-проектах, блогах тощо) брутальних або провокаційних повідомлень, образ на адресу учасників обговорення [GSM]*.

Якщо розлогіше проаналізувати еволюцію терміна «*тролінг*», то слід зазначити, що він походить зі сленгу учасників віртуальних спільнот і не має прямого стосунку до мас-медійної сфери. Так, у дослівному перекладі *англ. «trolling»* означає «*рибалити на блешню*». Очевидно, слово набуло популярності через етимологічний зв'язок із назвою потворних і неприємних героїв скандинавського фольклору. Потрапивши у спеціальну мас медійну сферу «*тролінг*» може характеризувати *одне конкретне повідомлення, або розміщення таких повідомлень загалом*. Більше того, термін «*тролінг*» також використовується, щоб описати діяльність «*тролів*» узагалі. Користувачі ЗМІ навмисно вжи-

вають грубі, вульгарні, стилістично знижені слова і вислови з метою принизити опонента, сформувані сприйняття об'єкта як підозрілого та небажаного, який викликає ворожість і навіть ненависть.

Доцільно, тут навести геніальну думку В.Гумбольдта, щодо характеристики слова як знака предмету. Учений, відповідно із загальними положеннями своєї філософії мови зазначає, що люди розуміють одне одного не тому, що вони засвоїли знаки предметів. І не тому, що під знаками домовлено розуміти одні й ті ж поняття, а тому що знаки одні і ті ж самі ланки як у ланцюгу чуттєвого сприйняття людей так і у внутрішньому механізмі оформлення понять, при їх називанні зачіпляються ті струни духовного інструменту, в результаті чого у кожній людині виникають відповідні, але не одні і ті ж поняття [50,С.77-89].

Якщо говорити про еволюцію слова в історичному аспекті, то доцільно навести слушну думку Г. Пауля, який вважає, що зміни значення слова рухаються від збереження старого до виникнення нового, причому старе не відмирає повністю, а зберігається і переходить у нове, що дозволяє стверджувати про зв'язок і послідовність [144]. Яскравими прикладами у підтвердження висловленого є приклади англійських термінів газетної лексики, як от: *astroturfing* - *астротурфінг* – штучне керування громадською думкою; *briefing* - *брифінг* – коротка прес-конференція з актуальних питань сучасної політики; *primaries* - *праймеріз* – попередні вибори; *speechwriter*- *спічрайтер* - мова, писати промову, рід занять людини, яка готує доповіді та промови для посадовців, бізнесменів, публічних людей[RIT].

За нашими спостереженнями, у термінологічному фонді мас-медійної сфери та ЗМІ останніх років характерними є два процеси: 1). збільшення кількості англомовних медіа термінів (*offshore, trend, clan, deadline, hacker*) та ін. 2).розширення актуальності та функціонального потенціалу термінології ЗМІ (*impeachment, image, lobby, establishment, etc*). У новітню добу у сфері мас-медіа натрапляємо на слова-терміни засвоєні безпосередньо з мови-реципієнта без їх транслітерації *Brexit*– (букв). *Britain* + *exit*–*вихід Великобританії з європейської спільноти*; *Wikileaks*- міжнародна організація,

що займається витокami таємної інформації та її подальшою публікацією на своєму сайті. [OD].

Динамічний трансфер загальноживаної лексики у сферу сучасної англійської мас-медійної терміносистеми набуває все більшого масштабу. Оскільки цей процес є, на перший погляд, доволі хаотичним і навіть важко спрогнозованим, все ж він підпорядкований чітким мовним законам з їх структурою, семантикою та функціонуванням. Порівняймо у зв'язку з цим, масове проникнення американізмів у сферу сучасної медіамови, які перебувають по суті у ролі інтернаціоналізмів, позаяк вони вживаються у багатьох світових мовах. Сучасні дослідники (Ю.Зацний) вважають, що саме взаємовплив мов має достатні внутрішні ресурси для задоволення потреб її носіїв, розумне та виважене вживання іншомовних слів лише збагачує національну мову, розширює її виражальні можливості [75,С.162-170].

Маніпуляція — (від фр. *manipulation*, від лат. *manipulos* - жменя, пучка) — використання інформації з шахрайською метою або в корисливих цілях шляхом її перекручення, надання неповної інформації, тенденційного її витлумачення;

міленіали- або покоління Y (англ. «*Millennials*» - покоління «ігрек»; інші назви: «покоління міленіум», покоління «next», «мережеве» покоління, *ехо-бумери*) — покоління, що народилося між 1982 та 1994 роками, і зустріло нове тисячоліття в юному віці.[LDOC].

Однак, основний корпус англійської масмедійної термінології формують не ізольовані слова, або іншомовні вкраплення, а загальноживані слова, які володіють потужним термінотвірним потенціалом. Саме загальноживані слова слугують вихідним матеріалом для подальших процесів термінотворення та смислотворення у фаховій медіамові.

Отже в історичному екскурсі еволюція слова-терміна розвивається і якісно змінюється у напрямі від вихідних диференційних сем до узагальнених комунікативно-релевантних ознак позначення реалій. Ми дотримуємося думки, що у семантичній структурі слова чітко виокремлюється ядро (стабільна інваріантна частина змісту) і периферія (змінна), відносно динамічна його частина,

смысл якої до певної міри змінюється. Масмедійні терміни як експресивно так і семантично наповнені, - оцінні лексичні одиниці привертають увагу читацької аудиторії та викликають її зацікавлення через характерне емоційне забарвлення. Можемо констатувати, що значення терміна мас медійної сфери есплікується як складний мовленнєво-мисленнєвий феномен, у склад якого входять певним чином структуровані семантичні елементи, співвідносні із властивостями, ознаками та зв'язками позначуваного предмета (явища). Будь яка інформація закодована у тому чи іншому мас медійному терміні може бути представлена у вигляді низки численних елементарних смислів, як структурних компонентів значення.

Таким чином, напрошується висновок про те, що саме ознаки стабільних інваріантних відношень між елементами у межах кожної іншої системи понять закріплюються в інваріантному значенні слова - терміна в системі мови та позначають послідовно різні елементи відповідно до різних систем, і “породжують”, щоразу інший смысл масмедійного терміна. Такий методологічний підхід уможливорює виявлення семантичної суті кожної семи і закономірності її функціонування в планах мови та мовлення, що потребує у перспективі подальшого глибшого та окремого дослідження.

1.2 КРИТИЧНИЙ ОГЛЯД НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Тенденції інтернаціоналізації і глобалізації у сучасному світі, розвиток сучасних телекомунікаційних технологій у світовому просторі призвели до виникнення нового виду дискурсу, який називаємо *медіадискурсом*, медійним дискурсом або дискурсом засобів масової інформації (ЗМІ). Попри те, що сам термін «дискурс» на сьогодні не отримав чіткої наукової дефініції, вже з'явився новий термін «медіадискурс» (і відповідно нова галузь досліджень – медіа-лінгвістика), який також має різні трактування.

Конкретне і змістовне визначення дискурсу мас-медіа в науковій та дослідницькій літературі знаходимо у працях Т. Г. Добросклонської, яка характеризує його як «повідомлення у сукупності з усіма іншими компонентами комунікації (відправник, отримувач повідомлення, канал, зворотний зв'язок, ситуація спілкування або контекст)» [58 с.20]. На слушну думку іншої дослідниці мас-медіа забезпечують процес масової комунікації і реалізують свій світоглядний ресурс, який спрямований на «когнітивну обробку соціуму й індивіда з метою формування особливої картини світу» [5, с.124].

На наш погляд, дискурс мас-медіа надзвичайно чутливий до контексту актуального соціального буття, позначеного соціальним фактом, а також до контексту актуальної деології. Він безпосередньо спрямований на суспільну свідомість і формування громадської думки. Більше того, мас-медійний дискурс відрізняється специфічною, масовою аудиторією і відповідно, спрощеністю свого коду, що працює в режимі когнітивно-аксіологічних смислів – понятійних, метафоричних, образно-символічних і ціннісних. Назагал, *мас-медійний дискурс* відносимо до проблемного поля масової комунікації як процесу обміну інформацією між усіма суб'єктами суспільства, керованого на формування громадської думки щодо соціально значущого фрагмента буття.

Безперечно, що масова комунікація, спрямована на широку аудиторію, є соціально зумовленим феноменом, ключова функція якого, впливати на реципієнта через смислову й оцінну інформацію. Тобто, на думку дослідників масова комунікація як вид мовленнєвої діяльності є процесом, в якому ця функція актуалізується за допомогою різних комунікативних засобів і каналів [4, с.156].

З огляду на висловлене, є усі підстави вважати, що мас-медіа – це комунікативно-когнітивний феномен, затребуваний суспільством з метою забезпечення процесу нагромадження, усвідомлення і формування громадської думки, тобто оцінного судження про навколишню дійсність. Як справедливо вважає Г.Г Почепцов, мас-медіа є суб'єктами не тільки продукування, а й

відтворення і трансляції ціннісних смислів що «роблять вибір, коли з мільйона подій, на сторінку потрапляють тільки сотні, де вибір повинен спиратися на певні “ціннісні фільтри» [152,с.321]. Тобто, від тієї чи іншої інтерпретації, представленої у мас-медіа, залежить, чи потрапить певна інформація у фокус суспільної уваги і знайде свій соціальний статус, чи ні?

У свою чергу, Н. Ф. Алефіренко розлого пояснює, що дискурс мас-медіа – це, з одного боку, «мовленнєво розумове утворення подієвого характеру в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними, паралінгвістичними й іншими чинниками», до помітних ознак якого відноситься «комунікативна подія як сплав мовної форми, знань і комунікативно-прагматичної ситуації», а з іншого – «соціальна діяльність, в межах якої провідну роль відіграють когнітивні утворення, що фокусують у собі різні аспекти внутрішнього світу мовної особистості» [2, с.83-95].

З опертям на авторитетні твердження дослідників, поділяємо думку про те, що дискурс є соціально детермінований процес породження, об'єктивації і трансляції, у сукупності притаманних йому текстів соціально значущих змістовних форм, що віддзеркалюють особливості відтвореної свідомості. Дискурс, як комунікативно-когнітивний феномен, задає спосіб і характер уявлення і оперування інформацією, а також характер і номенклатуру відтворюваних їм змістовних форм, тобто організованих і ціннісно орієнтованих сукупностей смислів, звернених у своєму бутті до соціальної практики, соціальної традиції й уяви.

Також, погоджуємось з думкою дослідниці Н.И. Клушиної, яка вважає, що мас-медійний дискурс – це когнітивно-прагматична середовище, що реалізує свою сутність за допомогою виробництва і трансляції на широку аудиторію оцінних смислів та ідеологем, а також за допомогою іменувань та метафоричної інтерпретації фактів соціального буття [91, с.77].

Тобто, можемо аргументувати, що дискурс мас-медіа – це не лише соціально-когнітивний і соціальнорегулятивний механізм, який безпосередньо спрямований як на самопізнання, так і на соціальне конструювання, а також на

об'єктивацію і моделювання суспільної свідомості і громадської думки за допомогою продукування, тиражування і регулярного подання широкій аудиторії соціально значущих змістів і оцінок. Мас-медійний дискурс відрізняється специфічною, що має масовий характер аудиторією і, відповідно, спрощеністю свого коду, що працює в режимі когнітивно-аксіологічних смислів – понятійних, метафоричних, образно-символічних і ціннісних, які матимуть перспективу подальших наукових розвідок.

Безперечно, що сучасна людина, за влучним висловом Л. Г. Антонової, «живе у просторі медіатекстів» [9, с.74-80]. Як зазначає дослідниця, медійні тексти фіксують події реального світу у межах динамічного соціокультурного простору, водночас навантажуючи їх додатковими інформаційними та культурними смислами. Для сучасних текстів медійної комунікації характерне прагнення реалізувати особливості світосприйняття сучасної людини, що виявляється у мовних і текстових особливостях пов'язаних з новими мовними фактами.

Сучасні мовні процеси в англomовних медіа є сприятливим середовищем для апробації словникового інноваційного фонду. У них постійно функціонують трансформаційні процеси і, відповідно, змінюється і медіамова; з одного боку, мова засобів масової інформації володіє певною єдністю, що зумовлено особливістю мовленнєвого використання у сфері масової комунікації, а з іншого – мова засобів масової інформації характеризується достатнім ступенем функціонально-стильової диверсифікації. Як справедливо зазначає А. Е. Левицький, такі процеси змінюють не лише себе, а й загальнонаціональну літературну мову, «відтворюючи тенденції її модифікації у контексті широких суспільних перетворень» [113, с. 4-5].

Як бачимо, дослідники сучасної медійної комунікації постійно акцентують увагу на мовних процесах та нових тенденціях мовного вираження медіа текстів, які набули широкої популярності. 1) медійний текст як текст загалом у класичному його тлумаченні; 2) особливий тип тексту, специфічний для масової комунікації. Тобто медійні тексти є дискретними одиницями

медіадискурсу – сукупності «процесів і продуктів мовленнєвої діяльності. [58, с. 152].

До інших лексичних тенденцій у медіамові відносимо використання: оцінно-емоційної лексики та експресивно-оцінних засобів – емфатичних конструкцій, синтактико-риторичних прийомів, що здійснюють потужний вплив на реципієнта; вживання жаргонізмів та сленгу, які привносять своєрідну образність у мову медіа; вкраплення відповідної лексики тощо. Зазначмо, що в англійських медійних текстах активно використовуються також професійна лексика і терміни, які виявляють, за спостереженнями дослідників, високий рівень метафоричності. Загалом для лексики таких текстів характерна дифузність її різних груп і шарів, мобільність, швидкий перехід з однієї лексичної групи в іншу [142; 173].

Попри потужний розвиток різних медійних засобів інформації, однією з основних форм спілкування з аудиторією все ж залишається газета. На нашу думку, це цілком закономірно, оскільки газета є найстарішим та найдоступнішим засобом масової інформації з різнобічною проблематикою та достатнім інформаційним обсягом.

Проте сучасний газетний текст відображає не тільки зміни, що відбуваються в суспільно-політичному та соціально-економічному житті, але й оперативно реагує на нові лінгвальні явища. Мова газети миттєво засвоює нові поняття і відповідні слова та словосполучення, що відображають соціальні, політичні, економічні та культурні процеси в суспільстві. Практично мова газети – різновид мови масової інформації в її писемній формі. Існує доволі помітна кількість термінологічних сполучень на позначення стилю мови газет: газетно-публіцистичний стиль, інформаційний стиль, стиль газетної публіцистики тощо. Вважаємо, доречним вживати ці терміни як синонімічні, оскільки вони називають одне й теж поняття. Мовознавці зазвичай виокремлюють такі основні риси мови газет: економія мовних засобів, стислість викладу і водночас інформативне навантаження; вживання зрозумілих слів та висловів; використання суспільно-політичної термінології;

помітна наявність мовних кліше, штампів; переосмислення лексики інших функціональних стилів [105, С.42-44]. Тобто, газетну мову розглядаємо як кореляцію стандартних й експресивно-оцінних мовних засобів.

Таким чином, можемо стверджувати, що мові сучасної газети властива стислість викладу у поєднанні з інформаційним навантаженням та використання мовних засобів, зрозумілих широкому загалу читачів. Дослідники мови преси виокремлюють такі ключові функції сучасної англomовної газети: інформаційна, емоційно-експресивна. Необхідно зазначити, що ці функції тісно пов'язані між собою і реалізуються у газетних текстах.

Окремо зазначимо, що суттєвим структурно-смісловим компонентом сучасних англomовних газет є новинні події, *news*, які коментуються й аналізуються у відповідних розділах *new sanalysis, opinion, comment*. Як правило, новинні матеріали у пресі сформовані у вигляді повідомлень про події в країні і за кордоном, розміщених на *news* у певній тематичній послідовності: *local news, international news, business news* та ін.

У свою чергу публіцистичні тексти в англomовних газетах позначаються словом *feature*, яке використовується на позначення доволі широкого діапазону текстів, що функціонують у різних засобах масової інформації і відрізняються за тематикою, структурою та лексичним наповненням. За твердженням дослідників, у найзагальнішому сенсі, *feature* – це спеціальний матеріал, стаття у газетах, яка не стосується новин [37, С.34-43]. Таким чином, сучасні газети, їх структурно-композиційна організація та лексичний склад становлять значний науковий інтерес лінгвістів до мови газет як засобу масової інформації [ЗМІ].

Отже, ми також схильні вважати, що найважливішою функцією газети є інформаційна, що реалізується за допомогою мовних засобів усіх рівнів, лексичного, семантичного, стилістичного тощо. В той час як експресивна функція, або функція впливу, здійснюється шляхом мовного, емоційного впливу на адресата (читача). Тут зазначимо, що у мові сучасних газет саме експресивна функція значно посилилась за рахунок використання лексики із

яскраво вираженим емоційно-експресивним наповненням, що потребує у перспективі подальших наукових досліджень.

Засоби масової інформації все більше охоплюють наш життєвий простір, впливають на наше життя, адже ідея новин така ж давня як і сама мова. У сучасній лінгвістиці науковий інтерес до вивчення мас медійного дискурсу зумовлений розширенням меж і можливостей ЗМІ щодо висвітлення подій суспільно-політичного життя. Газети сьогодні і надалі задокументовують щоденне життя і є свідками звичайних і надзвичайних новин.

З огляду на викладене вище, виникає необхідність у дослідженні газетного стилю як системи взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних та стилістичних мовних засобів у переосмисленні усталених підходів, методів і методик дослідження, залучення теоретико-методологічної бази нових лінгвістичних напрямів, які уможливають обґрунтування структури, семантики та прагматики мас медійного терміна.

У сучасному глобалізаційному світі роль мас медійного простору набуває все більшої ваги завдяки розширенню меж і використання новітніх засобів та технологій поширення масової інформації[9]. Мас-медійний дискурс – це реальність, яка створена засобами масової комунікації, що можуть опосередковувати продукування, зберігання та поширення суспільно важливої інформації. У лінгвістичних студіях дослідниками у першу чергу розглядаються лінгвокогнітивні та прагматичні чинники формування мас медійного дискурсу (Остапчук І.І., Потапенко С.І., Чумак Л. М., Чугу С.Д., Шевченко Л.І. та інші).

Зазначені чинники впливають на складність семантичної структури мас медійного терміна і тексту загалом, його форми змісту та прагматичного наповнення. Окреслені ключові теоретико-методологічні засади слугують системним базисом для подальшої наукової розробки питань із вивчення мас медійного простору терміна, а також дослідження його когнітивного та прагматичного наповнення.

Необхідність аналізу структурно-семантичних та функційно-прагматичних параметрів у контексті сучасного мас медійного дискурсу зумовлена використанням смислового потенціалу мовних та мовленнєвих фактів. Вивчення мови ЗМІ стає особливо актуальним у нинішній час, адже мова газет привертає увагу реципієнта специфічністю вербального вираження її лексико-семантичного наповнення та експресією. Актуальність такого дослідження впливає із потреби подальшого спеціального аналізу мас медійного терміна, а саме пізнання його сутності в англomовному мас медійному дискурсі, з'ясування його смислотвірного потенціалу, лінгвокогнітивних та функціональних параметрів.

Серед першочергових завдань окресленої наукової розвідки ми ставимо: а) узагальнити підходи до аналізу термінології мас медійного дискурсу, б) розкрити семантичне навантаження термінологічних одиниць шляхом залучення методики значення та смисли на матеріалі сучасного англomовного мас медійного дискурсу.

У дисертаційній праці висунута гіпотеза дослідження мас медійного терміна, яка ґрунтується на припущенні, що семантичний потенціал та функційно-прагматична роль сучасного англomовного мас медійного терміна зумовлена його динамічністю, де функціонують комунікативно значущі та семантично потенційні одиниці. Сучасний англomовний мас-медійний комунікативний простір об'єднує традиційні (телебачення, радіо, друкована періодика) та інноваційні (функціонують в Інтернет-площині, електронна пошта, онлайн-версії періодичних видань, соціальні мережі, тощо, американські, британські ЗМІ, які дають змогу співрозмовникам миттєво обмінюватися інформацією незалежно від відстані та часу, як от: Skype, Viber, Google, Facebook, Twitter тощо.

Сьогодні лінгвістика вивчає цілу низку дискурсів як своєрідних типів комунікації людини з навколишнім світом, одним із яких є дискурс ЗМІ або мас-медійний дискурс, який характеризується високим ступенем актуалізації,

залучення новітнього вербального термінологічного інструментарію та поняттєвого апарату.

Загалом, аналіз сучасних поглядів на мас медійний дискурс засвідчує, що означене поняття визначається дослідниками як явище динамічне, як процес створення тексту, обумовлений соціальними, культурними, історичними, комунікативними та лінгвістичними факторами.[7 С. 12-16]. Для прикладу, у досліджуваній сфері ЗМІ, скажімо, у терміносполученні медіадискурсу *rainbow hunt* – *погоня за чимось сенсаційним, недосяжним, ілюзорним*, есплікується інтегральна сема *накопичення, нагромадження інформації*, що дозволяє мовити про семантику додаткових смислів як ресурсного потенціалу масмедійного терміна.[MCD]

На думку дослідників, мас-медійний простір залучає до аналізу учасників комунікації і соціокультурних контекстів, що дозволяє кваліфікувати мас-медійний текст як складну, «занурену в життя» комунікативну подію [4]. Безперечно, що у тій мовній моделі світу, яку конструює медійник, знаходять відображення і політико-ідеологічна і соціокультурна ситуації, а також групові та суспільні інтереси тощо.

Аналогічно до інших дискурсів, серцевину мови мас-медійного дискурсу складає загальноживана лексика, що є поєднанням елементів лексики і синтаксичних структур різних стилів. Тут, слушно навести думку Д.В. Деркач, щодо визначення сучасних ЗМІ, для яких характерна відкритість інформаційних кордонів, які зумовлюють уніфікований характер мови мас медійних текстів, їх загальнодоступність, загальнозрозумілість, що відображається передовсім на експресивному рівні структурування та мовного оформлення матеріалу з огляду на прагматичну функцію медіа сфери [55,С.41-47].

Слід зазначити, що у наукових студіях останніх десятиліть мас медійний текст розглядається у змістових категоріях, які відображають характер та обсяг інформації зважаючи на неоднозначний інтерпретацію при наявності у тексті нових смислів. З огляду на змістове наповнення мас-медійної термінології

особливу увагу належить звернути на семантико-функційний потенціал та експресивне вираження лексем, що зустрічаються у мас медійному контенті.

Як на нашу думку, дифузною у плані аналізу семантичного навантаження видається полісемантичність мас-медійної лексики, скажімо термінологічна одиниця досліджуваної сфери *cabinet*, яка позначає різні поняття, маркуючи полісемантичні значення у мас медійному контексті, де вона втрачає однозначність і набуває ознак багатозначності: 1. *Cabinet – a piece of furniture, a kitchen cabinet, a china cabinet*; 2. *Council which advises the chief executive or sovereign of a nation – e.g. a policy set by a cabinet*; 3. *Small, private room, etc. [CD]*

Тут, можемо переконливо стверджувати, що адекватне розуміння термінних одиниць мас медійного дискурсу часто ускладнюється через набуття окремими термінами ЗМІ полісемантичності, зумовленої особливостями узусу медіа дискурсу у глобалізованому світі. Досліджуваний емпіричний матеріал дає підстави стверджувати, що для термінології сучасного медіа дискурсу притаманна доволі висока експресивність, унаслідок якої відбувається модифікація та трансформація значення термінологічних одиниць та набуття ними нових смислових відтінків.

Також варто додати наш ключовий науковий постулат про те, що слово не змінюється у різних контекстах, а лише відтворює своє інваріантне значення як низка смислорозмежувальних ознак, оскільки кількість понять, об'єктів реальної дійсності є фактично необмеженою, а словниковий запас навіть найбагатшої мови все ж таки обмежений. Відтак, дотримуємося тези, що слово - термін, як правило, співвідноситься з якимось одним конкретним об'єктом реальної дійсності, саме тому воно (слово) уже узагальнює, виявляє свою узагальнювальну природу через стабільне інваріантне й компонент. Для підтвердження такої думки, наведемо приклад із мас медійної сфери: *Scoops – informal story reported first or exclusively, as by a newspaper or television network. e.g. He's a great at covering scoops like fires, accidents and shootings.[DCI]*. Аналіз семантики терміна *Scoops* засвідчує, що він володіє певним інваріантним

семантичним мінімумом, який забезпечує його розуміння у лексико-семантичному формативі мас медійної сфери. Причому цей мінімум існує, як до так і після вживання певного слова, тобто залишається стабільним стосовно єдиного акту вживання, а отже забезпечує взаєморозуміння комунікантів (фахівців).

З огляду на викладений вище матеріал, доходимо висновку, що сучасний медіа дискурс перетворюється на полікультурний і за змістом і за формою, адже медіакультура загалом і медіадискурс зокрема, набувають ознак інструменту дієвого впливу на реципієнтів (глядачів, читачів), завдяки сфері розширення дії та глобального впливу ЗМІ на рецепієнта.

Таким чином стверджуємо, що англomовний термін ЗМІ інтегрований у мас-медійний дискурс є специфічним кластером формування термінного смислотворення у мовленнєвій та текстовій актуалізації. Ще одним постулатом досліджуваної мас медійної лексики є те, що структура і семантика їх значення як термінів також не залишається незмінною, а поповнюється іншими емоційно-експресивними смислами.

Дослідження внутрішньої організації лексико-семантичної та функціональної систем мас медійної мови, її смислового каркасу, дають підстави усвідомлювати суттєві особливості феномену пізнання глибинних семантичних процесів досліджуваної сфери, що безперечно уможлиблює інтерпретування терміна (терміносполучення) у новому контексті, тобто розкривати його диверсифікацію смислів та адекватне розуміння спеціалістів.

Сьогодні стає очевидним, що розширення функціональної парадигми мас-медіа зумовлює і суттєві зміни у реалізації потенціалу мовних засобів, зокрема через механізм утворення нових смислів, як перспектива подальших досліджень у цьому напрямі. Розширення горизонтів філологічних пошуків зумовлене активізацією інформаційних технологій у сучасному англomовному мас-медійному просторі. З огляду на це, виникає необхідність у переосмисленні усталених підходів, методів і методик дослідження, залучення теоретико-методологічної бази нових лінгвістичних напрямів, які

уможливлюють обґрунтування структури, семантики та прагматики мас медійного терміна.

1.3 КАТЕГОРІЙНО-ПОНЯТТЄВИЙ АПАРАТ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНА МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Цей підрозділ присвячено опису категорійно-поняттєвого апарату дослідження терміна масмедійної сфери, мета якого описати семний склад масмедійного терміна на основі спільних семантичних компонентів, виокремлених з дефініцій словникових статей та термінопонять спеціальних текстів. Зазвичай значення у лексикографічних джерелах, як правило описуються так різноманітно, що на перший погляд дуже важко, а то й зовсім неможливо віднайти якийсь спільний семантичний компонент для усіх або більшості різних дефініцій того самого терміна мас медіа.

Більше того, у поглядах учених не пояснюються і не розкриваються закономірності переходу від одного смислу вживання до іншого, тобто не розкривається механізм творення смислів. З огляду на це, важливим завданням є виокремлення у терміна медіадискурсу його стабільного інваріантного значення та різних диференційних смислів, які формують його інваріантне значення, є тісно взаємопов'язані, оскільки кожна наступна сема виникає на основі попередньої, як інгерентної.

За нашим розумінням, об'єктивною появою нової семи є нейтралізація попередньої ознаки, а відтак втрата ознакою своєї смислорозмежувальної функції на зовсім іншій основі семантичної опозиції. Для семного аналізу терміна мас-медіа залучаємо нашу методику значення-смысл, яка передбачає експлікацію спільної ознаки шляхом послідовного протиставлення тотожних понять, одне з яких відрізняється від інших тою самою ознакою.

Тобто, виокремлення узагальненого інваріантного семантичного компонента здійснюємо у вертикальних позиціях через протиставлення маркованого елемента іншим елементам того самого класу предметів та понять. Поєднання інваріантного значення у парадигматиці мови зі змінним

компонентом у синтагматиці мовлення породжує однозначний смисл вживання терміна мас медіа, що є ключем до розуміння масмедійного контексту чи мовленнєвої ситуації фахівців.

Суть окресленого твердження полягає у тому, що у процесі мислення людина виокремлює, абстрагує і фіксує у словах лише ті ознаки, які найадекватніше відповідають потребам мовного спілкування конкретного колективу чи фахівця. На сьогодні у мовознавстві усталеним є твердження згідно якого значення слова-терміна є триединим, оскільки поєднує у собі денотативний, конотативний та прагматичний компоненти. Саме денотативний елемент (або макрокомпонент) може бути диференційований на мікрокомпоненти та виражати окремі ознаки денотата [1 С.49-56].

Традиційно такі мінімальні елементарні компоненти як найменші диференційні ознаки називаємо семами. Сему тлумачимо як елементарний смисл, що є відображенням у свідомості носіїв мови певної ознаки об'єктивно притаманної денотату, або приписуваної йому певним мовним середовищем, а отже такою що є об'єктивною щодо кожного мовця [2, с.105]. Загалом у мовознавчій науці (термінознавчій) є низка термінів для інтерпретації найменшого, чи найелементарнішого компонента значення слова-терміна, запропоновані дослідниками, як от *“диференційний елемент”*(Ф.де Соссюр) [169], *“семантичний компонент”*(Дж. Лайонз) [117], *“диференційна ознака”*(І. Арнольд [11], *“семантична ознака”*(А. Уфимцева) [187, С.5-80], *“стабільний інваріантний семантичний компонент”*(Goursky S.) [238].

Власне на аналізі останнього *“стабільний інваріантний семантичний компонент”* зупинимося детальніше у цьому підрозділі, який менше досліджений у наукових розвідках. Інваріантне значення як узагальнені, стабільні, абстрактні компоненти різних значень дають змогу збагнути механізм *“породження”* різних смислів одного і того самого слова-терміна, масмедійної сфери зокрема, у фаховому мовленні чи контексті. Важливим в інваріантному значення слова є виокремлення його структурних семантичних компонентів, які в конкретній мовленнєвій ситуації експлікуються як

комунікативно-релевантні та структурно-організовані. Суттєвим є тут нагадати, що у стабільному інваріантному значенні терміна різні смисли його відрізняються лише за тотожною, а не диференційною семантичною ознакою. Традиційний компонентний аналіз, який передбачає розкладення семної структури слова-терміна лише на низку компонентів, не виявляє механізму, *породження* його смислових нюансів, що є ключовим завданням означеної наукової розвідки.

Семантична структура терміна медіа-дискурсу, його методи дослідження певною мірою висвітлені у працях зарубіжних лінгвістів, психолінгвістів, теоретиків мас-медіа С. І. Бернштейна, Т. А. Ван Дейка., М. Монтгомері., Р. Фаулера., та інших. У вітчизняному мовознавстві над цією проблемою працювали такі науковці, як О. П. Поліщук., Ф. С. Бацевич., Т. Г. Добросклонська., В. Г. Костомарова., Н. І. Лютянська., О. І. Свінціцька., Є. С. Коваленко., та багато інших. Однак, комплексного висвітлення категорійно-поняттєвого та термінологічного апарату мас-медійної сфери науковці не торкалися, у чому й полягає новизна цього дослідження.

На сьогодні твердження про те, що значення терміна є певною структурою, наповненою семантикою та конотацією і принципово членоване на елементарні складові, визнане практично усіма лінгвістами-термінологами. Так, А. Вежбицька одна з відомих теоретиків когнітивної семантики вважає, що пізнання людського мислення, значення терміна пролягає через пошук елементарних частинок концептів (смислів) закодованих у тій чи іншій терміноодиниці будь якої мови у вигляді елементарних смислів-сем, котрі семантично неподільні та універсальні [38, с.59].

Авторитетний учений Дж. Лайонз теж зауважує, що здебільшого слово має певне центральне значення від якого утворюються інші і ми можемо розпізнати або уявити собі зв'язки між кожним із цих значень і прозорим центральним значенням [117]. Також слушною є думка В.Гака, який вважає, що мовне явище треба розглядати як у середині певної мовної одиниці, так і в загальній системі мови, з метою визначити природу фактів, бо те, що

вважалося омонімією, виявиться багатозначністю, те у чому вбачали полісемію, буде виступати як одиниця значення слова [43, С.261-263].

Безперечно, що структурно-семантичні та когнітивні аспекти дослідження тяжіють до процесів термінотворення, оскільки сама термінологія є лінгвокогнітивним інструментом, за яким у нашій свідомості будуються концептуальні системи. Відтак, стверджуємо, що смисловий згусток як одиниця знання є організованою множинністю конкретних глибинних елементарних смислів, що актуалізуються у фаховій мові та мовленні.

Отже, шляхом абстрагування мислення та детального аналізу словникових дефініцій термінів мас-медійної сфери, важливо є виокремити спільні семантичні компоненти-семи, розглянути найдрібніші компоненти значення смисли, які не охоплені традиційним компонентним аналізом терміна та генеруються ним.

На наше переконання, те, що в традиційній лінгвістиці вважаємо різними значеннями слова-терміна, є лише різними позамовними об'єктами, позначеними одним і тим самим словом – знаком. Розмежування двох компонентів у полісемантичному слові – терміні, мінімального інваріантного змісту – значення у мові і змінного (смыслу) у конкретному текстовому формативі, доводить безпідставність розмежування полісемантичних терміноодиниць.

Відтак, інваріантне значення терміна мас медіа як елементи лексико-семантичної системи виявляють потужний системотвірний потенціал у контексті медіадискурсу, адже у функціонуванні вони утворюють різні смисли, які наділяють їх новими системонабутими властивостями. На наше переконання, термін мас медіа у системі знаків вже має закодовані системотвірні смислові властивості, яких не має елемент за межами мовної системи.

За нашим ходом думки, у свідомості носія мови слово-термін має інваріантний узагальнений образ, тобто у пам'яті зберігається не сам матеріальний знак, а узагальнений ідеальний образ цього знака, його

абстрактна форма. Виявлення інваріантного компонента значення як *семантичного диференціала* призводить до розуміння численних смислових утворень. Тому, практично кожне слово-термін за своїм визначенням має автономне інтралінгвальне значення, визначене лексико-семантичною системою мови. Причому, семантичний диференціал не позначає чогось окремого, індивідуального, а лише відмежовує назване поняття від тотожного поняття в тій самій системі мови, як от: *trolling-the act of leaving an insulting message on the internet in order to annoy some one* – дія оприлюднення образливого повідомлення в інтернеті, щоб когось дратувати; *the act of searching among a large number or many different places in order to find people or information you want* – дія пошуку серед великої кількості багатьох різних місць, щоб знайти людей чи потрібну інформацію [FDF].

Таким чином, поняття *інваріантності*, як наслідок узагальненості різних значень терміна в одне, уможлиблює у процесі фахової комунікації досягнення мовного механізму “*породження*” різних смислів одного і того самого слова-терміна.

Зазначимо тут, що інваріантні структурні елементи, абстрагуючись, залишаються значеннєво релевантно незмінними та формують семантичну суть слова-терміна, оскільки з урахуванням стабільного інваріантного значення різні смисли того самого слова-терміна відрізняються лише своєю диференційною ознакою, а смисли групуються в узагальнені типи за спільною стабільною семантичною ознакою.

Традиційно, дослідники трактуючи слова-полісеманти, розглядають, по суті, одне і те саме мовне явище у різних планах мовлення та мови, що фактично позбавляє термін його узагальненої природи. У зв'язку з цим нез'ясованим залишається процес утворення різних смислів, бо констатується лише їх наявність у різних типових дистрибуціях слова-терміна. Звідси, незрозумілим постає питання, як саме узагальнене абстраговане слово-термін співвідноситься з необмеженою кількістю конкретних смислів у мовленні? У контексті нашої розвідки спробуємо відповісти на поставлене запитання,

беручи до уваги вище викладені теоретичні викладки та базові категорії методики “значення-сенси”.

Передовсім, нагадуємо читачеві, що значення як компонент лексико-семантичної системи мови ґрунтується на узагальненні високо абстрактних понять, які трактуємо, як інваріантні значення у вигляді СДО, що вживаються для розрізнення понять та “породження” необмеженої кількості окремих смислів.

Іншим базовим методологічним принципом є використання методу компонентного аналізу, але у поєднанні з методом семантичних опозицій і методикою значення-сенси, яка передбачає розмежування різних смислів полісемантичних слів-термінів як зазначалося вище на два різнопланові компоненти: стабільні інваріантні, що належать до парадигматичної системи мови, тобто формують його інваріантне значення, і змінні, що дотичні до синтагматики мовлення у момент його актуалізації.

Саме через поєднання стабільних інваріантних компонентів зі змінними експлікується семантичний механізм “породження” і відповідно функціонування різних смислів в іншому терміні. Важливо тут також не зайвим акцентувати увагу читача на тому, що значення – це стабільний компонент мовної структури, тоді як сенси це змінна властивість плану мовлення.

Із цього твердження випливає, що кількість значень є обмеженою для кожного окремого етапу розвитку фахової мови, в той час як кількість смислів практично необмежена. Для прикладу, «фейк» (від англ. *fake*) словники описують як *спеціально створену новину, подію чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує людину чи групу осіб в очах аудиторії.*[*NTC's MASS MEDIA*].

Нагадаємо, що цей мас-медійний термін, виходячи із загальноновживаної лексики спочатку позначає *to pretend, to make (something) seem genuine* - *шахраювати, підробляти, обдурювати*.

Як бачимо, спільний компонент *not genuine* функціонуючи як семантичний інваріантний диференціал, виконує смислорозмежувальну роль у позначенні

численних об'єктів/понять. Саме такі СДО дають можливість “розпізнавати” інший термін, тобто відмежувати у процесі спілкування конкретне слово-термін від інших близьких йому за семантикою понять.

Отже, контекстуальний підхід до пояснення загальних законів зміни значення слова-терміна призводить лише до поверхневого інтерпретування його вживання, тоді як виокремлення інваріантного значення пояснює глибинне розуміння його численних нових смислів. Адже, у процесі тлумачення значення слова-терміна важливо розглядати його як суто внутрішньо мовне поняття, низку елементарних одиниць змісту сем/семантичних компонентів. Тобто значення як семантичний внутрішньомовний елемент у системі мови та смисл як позамовний компонент у мовленні виконують роль семантичних зв'язків у структурі слова-терміна як його базові категорії. Як відомо, для реципієнта (фахівця) певну складність у процесі аналізу англійської мас-медійної термінології викликають варіативні релевантності, тобто коли одному знакові англійської мови відповідають кілька значень рідною, скажімо згадане вище: *Fake - an object that is made to look real or valuable in order to deceive people – предмет, що виглядає як справжній чи цінний з метою ввести в оману людей; someone who is not what or who they claim to be – дехто, хто утверджує себе тим, ким не є; not real, but made to look or seem real – несправжній, але виглядає цілком реальним; showing or pretending to feel emotions that are not sincere – демонстрація чи прикидання почуттів, які не є щирими [NTC's MASS MEDIA].*

Важливо наголосити, на тому, що значення слова-терміна як семантичний інваріант є основою та причиною породження різних смислів, який виступає диференційною ознакою маркованого поняття для протиставлення його іншим поняттям того самого класу, а не різних, як от: *fake news – news not fake- тобто новини правдиві, інформація не перекручена, істинна тощо*. Отож, у результаті таких опозицій виникають різні смисли мас-медійного терміна як марковані компоненти семантичного протиставлення з

урахуванням інваріантного значення у лексико-семантичній системі мови мас медіа.

Як підсумок зазначимо, що для розуміння імпліцитного наповнення терміна медійної сфери, як і будь якої іншої, необхідно брати до уваги узагальнене інваріантне значення слова як спеціальне поняття, як семантичну диференційну ознаку (СДО), причому протиставляючи тотожні поняття цієї ж системи понять, а не різні. Залучення методики “*значення-смили*” експлікує стабільні інваріантні компоненти (семи) та диференційні семи терміна у новому контексті, тобто розкриває його у новому смислі та сприяє адекватному розумінню спеціалістів мас медіа.

Залучення у перспективі семантичного механізму, який провокує генерацію у слові-терміні глибинних смислів, породження конотацій, які не завжди можна пояснити з позицій класичних методів аналізу значення є важливим науково-методичним підходом, який *працює* в системі мови та мовленні, де носій мови виокремлює, абстрагує найнеобхідніші для комунікації ознаки предмета чи явища мас медійного простору.

Висновки до першого розділу

Мас-медійні терміни експресивно та семантично наповнені, привертають увагу читацької аудиторії та викликають її зацікавлення через характерне емоційне забарвлення. Як висновок до цього розділу, стверджуємо, що в історичному екскурсі еволюція слова-терміна мас медіа розвивається і якісно змінюється у напрямі від вихідних диференційних сем до узагальнених комунікативно-релевантних ознак позначення реалій. Дотримуємося думки, що у семантичній структурі слова-терміна мас медіа чітко виокремлюється ядро (стабільна інваріантна частина змісту) і периферія (змінна), динамічна його частина, смисл.

Сучасний медіа дискурс перетворюється на полікультурний і за змістом і за формою, адже медіакультура загалом і медіадискурс зокрема, набувають ознак інструменту дієвого впливу на реципієнтів (глядачів, читачів), завдяки сфері розширення дії та глобального впливу ЗМІ на реципієнта.

Тобто значення терміна мас-медійної сфери есплікується як складний мовленнєво-мисленнєвий феномен у складі якого входять певним чином структуровані семантичні елементи, співвідносні із властивостями, ознаками та відношеннями позначуваного предмета (явища) мас медійного простору. Будь яка інформація закодована у тому чи іншому мас-медійному терміні може бути представлена у вигляді низки численних елементарних смислів, як структурних компонентів значення.

Також напрошується висновок про те, що саме ознаки стабільних інваріантних відношень між елементами в межах кожної іншої системи понять закріплюються в інваріантному значенні слова - терміна в системі мови та позначають послідовно різні елементи відповідно до різних систем, і “породжують”, таким чином, щоразу інший смисл мас-медійного терміна. Такий методологічний підхід уможлиблює виявлення семантичної суті кожної семи і закономірності її функціонування в планах мови та мовлення.

Англомовний термін ЗМІ інтегрований у мас-медійний дискурс є специфічним кластером формування термінного смислотворення у мовленнєвій та текстовій актуалізації. Ключовим постулатом для досліджуваної мас-медійної лексики є те, що структура і семантика їх значення як термінів також не залишається незмінною, а поповнюється іншими емоційно-експресивними смислами.

Залучення методики значення-смисл, феномену інваріантного значення пояснюємо відсутністю належного аналізу, та як доповнення (компонентного) у мовознавчій традиції, суть якого не знайшла адекватного висвітлення у мовознавчих студіях. Медіадискурс насичений термінологією ЗМІ покликаний, у першу чергу, інформувати, викликати інтерес, формувати свідомість і переконання, що забезпечує прагматичний напрям аналізу терміносистеми мас медіа.

Дослідження внутрішньої організації лексико-семантичної та функціональної систем мас медійної мови, її смислового каркасу, дають підстави усвідомлювати суттєві особливості феномену пізнання глибинних

семантичних процесів досліджуваної сфери, що безперечно уможлиблює інтерпретування терміна (терміносполучення) у новому контексті, тобто розкривати його диверсифікацію смислів та адекватне розуміння фахівців мас-медійників.

Сьогодні стає очевидним, що розширення функціональної парадигми мас-медіа зумовлює і суттєві зміни у реалізації потенціалу мовних засобів, зокрема через механізм утворення нових смислів.

Отже для розуміння імпліцитного наповнення терміна медійної сфери, як і будь якої-іншої, враховуємо узагальнене інваріантне значення слова-терміна як семантичну диференційну ознаку (СДО). Далі протиставляємо тотожні поняття цієї ж системи понять, а не різних. Розкриття семантичних особливостей слова-терміна сприяє адекватному розумінню спеціального терміна, а залучення методики *значення-смисли* експлікує стабільні інваріантні компоненти (семи) та диференційні семи терміна у новому контексті.

Отже, значення досліджуваного терміна медіа дискурсу трактуємо як низку семантичних компонентів, як *семантичний диференціал*, який уможлиблює комунікантам однозначне розуміння спеціальної мови. Тобто значення терміна *працює* в системі мови та мовленні, де носій мови виокремлює, абстрагує найнеобхідніші для комунікації ознаки терміна (поняття).

Залучення у перспективі семантичного механізму, який провокує генерацію у слові-терміні глибинних смислів, породження конотацій, які не завжди можна пояснити з позицій класичних методів аналізу значення є важливим науково-методичним підходом.

Основні положення розділу висвітлено у публікаціях автора [105; 106; 107;]

РОЗДІЛ 2.

МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ МАС-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

2.1. Основні методологічні засади дослідження англійських термінів мас-медійної сфери

Означений підрозділ присвячено аналізу основних методологічних засад дослідження англійських термінів мас-медійної сфери. Методологічна база та методи дослідження формуються на основі критичного огляду наукових праць українських та зарубіжних дослідників. Саме поняття метод у ширшому розумінні розглядаємо як пізнавальна та дослідницька діяльність вченого щодо аналізу явищ і закономірностей конкретного об'єкта науки, а у більш вузькому – як система процедур вивчення об'єкта дослідження. Для комплексного аналізу терміна мас-медійної сфери задіяно низку методів: метод вибірки, описовий метод, метод аналізу словникових дефініцій, семантичний метод, метод лінгвістичного спостереження тощо.

Для досягнення поставленої мети та вирішення поставлених завдань також використано семасіологічний та ономасіологічний підходи. Ключовою є апробована у численних наукових дослідженнях автора методика «значення – смисл», яка передбачає розмежування семантики терміна – слова на два різнорідні синтагматичні компоненти, стабільний інваріант у парадигмі мови та смислі, як змінний компонент у синтагматиці мовленні. Фундаментальними у методиці є послідовне поєднання семи – інваріантної диференційної ознаки (СДО) вихідного поняття, зафіксованого у значенні медіа терміна з різними поняттями у контексті, що утворюють відповідно різні смисли.

Сучасна термінознавча лінгвістика виявляє тенденцію до усебічного аналізу фахових терміноодиниць що, у свою чергу, зумовлює інтегроване використання різноманітних методологічних підходів та методів дослідження

окремих одиниць мас-медійної сфери. Зокрема, на авторитетну думку лінгвістів-термінологів, розкриття функціональної природи фахової мови як семіотичної системи, формування інструментарію, засад і способів її опису й аналізу лежить у площині лінгвометодології.

Так, О.О.Селіванова кваліфікує лінгвометодологію як маргінальну галузь, що проектується у загальну методологію [156, с.11] – учення про способи пізнання й осмислення дійсності та формування внутрішнього рефлексивного досвіду людини, а також про дослідницькі, принципи та процедури усебічного аналізу термінологічних одиниць.

З огляду на те, що термінологічна лексика складає невід’ємну компоненту загальноживаної мови доречним є критичний огляд наукових праць Н.Ф. Алефіренко., А. Вежбицької., Б.Н Головіна., Ю.А. Зацного А.С., Зеленько., А.В Суперанської., та інші, де розглядається специфіка структури терміна та його семантико-когнітивні властивості. Проблема висвітлення методологічних принципів у дослідженні фахового терміна перебуває у центрі уваги та зацікавленні також у багатьох зарубіжних мовознавців, зокрема М.Т Cabre., Н.Felber., Sager J.C та інші.

У сучасних мовознавчих та термінознавчих студіях методологія визначає загальну орієнтацію і характер лінгвістичних досліджень, значною мірою зумовлюючи їх наукові результати та висновки. Поділяємо думку дослідників, що методологія визначає метод і методику дослідження, причому метод відповідає методології – підходу до досліджуваного матеріалу, його теоретичному осмисленню, а методика – це сукупність прийомів відбору, систематизації й опису матеріалу [3,с. 13].

Попри підвищену увагу дослідників до методологічних принципів та методів дослідження, все ж на сьогоднішній день не існує однозначного визначення терміна «метод». Так, О.С. Ахманова розглядає лінгвістичний метод як «сукупність прийомів, які використовуються у дослідженні мови» [263, с. 225]. У свою чергу, М.Ф. Алефіренко трактує метод як сукупність дослідницьких прийомів, методик й операцій, що використовуються для

досягнення дослідницьких завдань відповідно до певної лінгвістичної теорії і принципів (методології) пізнання [3, с. 395]. Ми схильні вважати, що метод є своєрідним конгломератом прийомів чи операцій лінгвістичного аналізу, конкретного мовного явища чи факту.

Отже, метод у ширшому сенсі розуміємо як спосіб пізнавальної й дослідницької діяльності науковця з метою аналізу явищ і закономірностей певного об'єкта науки, або у вузькому значенні – як систему процедур вивчення об'єкта дослідження.

Однак, деякі дослідники дотримуються іншої думки, стверджуючи, що «ототожнення методу з операціями (прийомами, процедурами) збіднює та призводить до «розмивання» поняття лінгвістичного методу; метод певним чином відмежовується від принципів і підходів, які не включаються в його структуру [11, с. 35]. Зокрема, М.П. Кочерган зазначає, що метод використовують у загальнонауковому, філософському значенні, у спеціально-науковому значенні та у значенні, яке співпадає із значенням терміна «методика» [101, с. 356].

У нашому розумінні, не варто ототожнювати поняття «метод» та «методика», оскільки методика, це спосіб пошуку нового матеріалу, як сукупність прийомів спостереження, експерименту тощо. Щодо методу, то ми схильні вважати підхід науковців, які кваліфікують саме підхід до вивчення матеріалу, його систематизацію та теоретичне осмислення [109].

Така відмінність у дефініціях, чи навіть певна контроверсійність у трактуванні методу засвідчують про певну неупорядкованість методологічного наукового інструментарію у сучасному галузевому термінознавстві, зокрема сфери медіа мови. Дотримуємось класичного і традиційного у методології поділу методів дослідження мови на загальні та спеціальні, причому загальні (загальнонаукові) методи застосовуються у процесі узагальнення теоретичних установок та принципів, зумовлених відповідною методологією. У той час як, спеціальні методи, услід за дослідниками, розцінюємо як окремі прийоми, методики, операції, що ґрунтуються на загальних настановах і методологічних

принципах [109]. Саме, спеціальні методи детермінуються методологічними принципами дослідження, оскільки методологія дослідження конкретної сфери науки корелює із загальною методологією.

Щодо аналізу структурних та семантичних особливостей англомовних термінів мас-медійної сфери, то теоретичну базу формують погляди дослідників, способів термінотворення, семантичної деривації, семасіології структурно-компонентної організації терміносполучень у термінознавстві, тощо [106, С. 133-137].

Отже, необхідність комплексного аналізу англомовної термінології мас-медійної сфери зумовила доцільність залучення низки методів, коротку характеристику яких подамо нижче. *Так метод суцільної вибірки* передбачає виокремлення термінологічних одиниць мас-медійної сфери із спеціальних тлумачних словників та фахових текстів з метою формування фактичного матеріалу дослідження.

За допомогою цього методу нами укладено корпус у 1420 англійських термінів мас-медійної сфери, які слугуватимуть ілюстративним матеріалом дисертаційного дослідження, також у якості прикладової бази будуть залучені газетні матеріали за останні п'ять років, глосарії, словники мас-медійної термінології тощо.

Дискриптивний (описовий) метод буде застосовано з метою інвентаризації, систематизації, класифікації та інтерпретації структурних, семантичних, й функціональних особливостей англомовних термінів масмедійної сфери, що сприяє відбору конкретного фактичного матеріалу для подальшого наукового аналізу.

Аналіз словникових дефініцій дозволив виявити характер і типи значеннєвої структури термінологічних одиниць, здійснити розгляд лексичного значення слова-терміна, у плані його епідегматики – семантичної похідності значення, що забезпечує, на думку вчених, історичну і синхронну тотожність слова [4].

Зазначимо, що словникові дефініції розглядаються як достатньо повне та

об'єктивне джерело формалізації змістової структури слова, у нашому випадку терміна мас-медіа. Крім того, для визначення узуальної семантики англійських термінів мас-медійної сфери також здійснено інвентаризацію компонентного складу термінологічного поля мас-медійної сфери шляхом аналізу як лексикографічних джерел так і спеціальних текстів.

Комплексне застосування *описового методу, методу лінгвістичного спостереження*, а також *аналізу словникових дефініцій* уможливив розкриття інтегративної характеристики терміносистеми мас-медійної сфери, генетично спорідненої із суміжними галузями, зокрема з такими субмовами, як засоби масової інформації (ЗМІ).

З метою виявлення лінгвальних параметрів, а саме шляхів, способів та механізмів утворення терміноодиниць мас-медійної сфери в англійській мові належне місце відведено *словотвірному аналізу* мас медійної термінології. Сутність цього методу полягає у виявленні та узагальненні основних способів, моделей та механізмів утворення одиниць досліджуваного корпусу. Слушною є думка дослідників, що цей метод є ефективним для з'ясування структури похідних термінів, утворених від «ключових термінів» досліджуваної галузі [4].

Варто зазначити, що англійські терміни мас-медійної сфери характеризуються «гетероструктурним» характером, тому виникає необхідність застосування структурного аналізу, який коректніше іменувати *структурно-семантичним*. Оскільки слово-термін є єдністю форми (структури) і змісту (значення), то й доцільно аналізувати процес: як структуру складних термінів (бікомпонентних та полікомпонентних), що зумовлює дослідження їх семантики у площині виявлення *узагальненого інваріантного значення* терміна.

На наше переконання, саме узагальнений *семантичний інваріант* (ознака) є основою та причиною *породження* різних смислів, який використовується як диференційна ознака маркованого поняття для протиставлення його іншим поняттям того самого класу, а не різних. Нагадаємо наведений термін, який протиставляємо тотожній ознаці у такій позиції *fake news – news not fake – тобто новини правдиві, інформація не перекручена, істинна тощо*. Власне, у

таких семантичних опозиціях виникають різні смисли мас медійного терміна як марковані члени семантичного протиставлення з урахуванням інваріантного значення, структурної компоненти лексико-семантичної системи фахової мови.

Отже, *структурно-семантичний* метод сприяє з'ясуванню особливостей семантики та фактури монокомпонентних і полікомпонентних термінологічних одиниць мас-медійної сфери. Також завдяки цьому методу есплікується механізм білатеральної експансії ключових термінів мас-медіа шляхом приєднання до цих лексем термінологічних та нетермінологічних одиниць. Відтак, наше дослідження передбачає аналіз компонентів таких структурних композитів та визначення змістовного та смислового наповнення, як безпосередньо самих компонентів, так і структурно складних терміносполук досліджуваної мас-медійної сфери.

Аналізуючи ключові методологічні принципи дослідження термінології мас-медійної сфери доцільно ще раз розлогіше зупинитися на ключовій методиці *значення - смисл* опрацьованої та апробованої у наукових розвідках автора, яка передбачає розмежування семантики терміна - слова на два різнопланові синтагматичні компоненти, стабільний інваріант у плані мови та змінний смисл у плані мовлення. Нагадуємо, що суть методики полягає у послідовному сполученні семи - інваріантної диференційної ознаки (СДО) вихідного поняття зафіксованого у знаковому значенні з різними поняттями у контексті, які утворюють відповідно різні смисли.[110, С. 75-76]. Тут ще раз нагадати думку А. Вежбицької, що будь-який концепт закодований у цій чи іншій мовній одиниці, може бути представлений у вигляді певної мовної конфігурації, елементарних смислів, котрі семантично неподільні та універсальні [38,с.16].

Відтак, традиційне описування різних значень терміна через порівняння *різних*, а не *тотожних* понять на підставі спільної ознаки диференціації не дає змоги виокремити стабільне інваріантне значення, оскільки воно підмінюється іншими поняттями. Так, для прикладу, аналіз дефініцій словникової статті мас медійного терміна *magazine* – засвідчує, що у різних його тлумаченнях чітко

виокремлюється спільний семантичний компонент, а саме: *containing, storing or holding smth.*, у даному випадку певної інформації. Адже, протиставляючи поняття, які не мають жодних спільних ознак, справді отримаємо різні контекстуальні значення, оскільки вони не мають між собою спільної основи (семи).

Тобто, наголошуємо, що застосовуючи цю теорію на семантичному рівні для виокремлення спільної ознаки необхідно протиставляти тотожні, а не різні поняття, адже спільний інваріантний компонентом є *диференційна ознака*, яка слугує для послідовної диференціації тотожних понять як елементів у кожній із різних систем мови. Власне, наше завдання полягає не у тому, щоб аналізувати у мові численні терміносполучення, а у тому, щоб експлікувати найсуттєвіші смислові ознаки, абстрагуючись від інших, які не є релевантними, що призводить до адекватного розуміння фахових понять мас-медіа.

Здійснивши за допомогою методики “значення – смисл” аналіз усіх описів терміна мас-медійної сфери *magazine* не важко узагальнити як окремі абстраговані актуальні смисли реалізуються у конкретному контексті саме через узагальнюючу природу слова терміна *magazine* –*вмістимість, зберігання інформації у журналі*. Аналогічно експлікує узагальнену ознаку інший мас-медійний термін *summit* – *саміт, переговори конференції або наради глав держав, вищих урядовців, лідерів партій на вищому рівні*, де використання інваріанта *саміт, найвища точка чогось* забезпечує однозначне розуміння комунікантів, у тому числі і фахівців мас-медійників.

Мета та завдання дисертаційного дослідження передбачають, також, використання як *семасіологічного*, так і *ономасіологічного підходів*. Зокрема, семасіологічний підхід застосовується у процесі визначення семантики термінів та семантичних відношень між ними, а ономасіологічний у процесі аналізу актуалізації основних понять мас-медійної терміносистеми.

В основу *контекстуального аналізу* покладаємо ідею дослідження фахової мови у процесі функціонування з огляду на цілеспрямовану природу спеціальних мовних одиниць і фактів. Дослідники вважають цей метод

різновидом загального описового методу, хоча він застосовується, звичайно, щодо менш складних мовних одиниць [9;10]. Тобто, контекстуальний метод надає можливість дослідити термін у сфері його використання та функціонування. Тут повністю поділяємо думку, що у процесі такого аналізу можна виявити фундаментальні ознаки терміна, які неможливо простежити у сфері фіксації [6]. У нашому дослідженні задіяний *метод контекстуального аналізу* полягає у розкритті семантики термінологічних одиниць у мовленні, з'ясуванні їхніх функціональних особливостей, виявленні асоціативно пов'язаних смислових ознак, встановленні синонімічних, омонімічних та полісемічних зв'язків у фаховому тексті [12, С.5-32].

Також окреслене дослідження передбачає залучення елементів *етимологічного аналізу* англomовних термінологічних одиниць мас-медійної сфери, які уможливають виявлення походження форми (на основі фонетичних і морфологічних змін) та значення (семантичної трансформації) мас-медійних термінологічних одиниць. Застосування такого аналізу сприятиме експлікації статусу—запозичених чи власне англійських, інколи етимонів та первинних форм [14, С.147-150].

Підсумовуючи викладене, можемо стверджувати, що дослідники головно зосереджуються на виявленні відмінностей у семантичних структурах терміна, а не на спільності ізоморфізму мовних інваріантних лексичних одиниць різних структурних рівнів. Методологія виведення певного значення спеціального терміна з його сполучення з іншими словами є чи не єдиним лінгвістичним методом опису значень терміна. Проте, на нашу думку, основним його недоліком є те, що значення терміна ставиться у безпосередню залежність від сусіднього з ним суб'єкта, об'єкта у синтагматичному плані, а нерідко просто виводиться з нього. Тобто, контекстуально-інтерпретаційний метод опису не сприяє виявленню відносно незмінного значення слова і не пояснює його узагальнюючої природи.

Таким чином, проблема глибинного аналізу терміна мас-медіа є однією з найважливіших семасіологічних проблем досліджуваної терміносистеми.

Описані вище методи допомагають комплексно дослідити мас-медійний термінологічний корпус сучасної англійської мови, розмежовуючи їх на стабільний інваріантний компонент з одного боку, та змінні компоненти (сенси) з іншого. Задіяна методика *інваріантне значення - сенси* уможливорює виокремлення у терміні стабільного незмінного компонента у парадигматиці мови, та змінні компоненти у синтагматиці мовлення, сприяючи належному розумінню терміноодиниць мас медійної сфери сучасної англійської мови.

Як висновок, стверджуємо, що термін мас-медійної сфери пов'язаний з інваріантним абстрагованим значенням здатний виступати певною *семантичною диференційною ознакою* й позначати послідовно необмежену кількість об'єктивно різних спеціальних понять у фахових текстах. Описані методологічні принципи зумовлюють багатогранність предмета дослідження та його багатоаспектність, а поєднання різних методів аналізу дозволяє забезпечити достовірність отриманих результатів та висновків, що відкриває широку перспективу подальших наукових розвідок у сфері галузевого термінознавства.

2.2.МЕТОДИКА ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Заявлена методологія аналізу термінології мас-медійних термінів сучасної англійської мови базується на використанні методів, прийомів і процедур релевантних для досліджуваних термінологічних одиниць.

Безперечно, що підґрунтям для дослідження сучасного англомовного мас медійного простору слугує теоретико-методологічна база, її системна поетапна методика, в основі якої слугували загальнонаукові та лінгвістичні методи, а саме: абстрагування та узагальнення з метою виокремлення найсуттєвіших ознак термінів досліджуваної проблематики.

Серед основних методів дослідження структурно-семантичний, прагматичний, що дозволяють виявити функції мас-медійного терміна в кожній

конкретній фаховій та мовленнєвій реалізації. Так на першому етапі з використанням методу суцільної вибірки мас медійних термінів формується корпус ілюстративного матеріалу. На другому етапі, спираючись на описовий метод та методи індукції, дедукції, аналізу й синтезу відібрано емпіричний матеріал, здійснюється інвентаризація та систематизація досліджуваної термінології мас-медійної сфери. Традиційно, третій етап передбачає розкриття семантичного потенціалу аналізованих термінологічних одиниць, і таке інше (див. детальніше 2.3 Поетапна методика дослідження).

Окреслюючи у науковій праці теоретико-методологічні засади термінології мас-медіа, стверджуємо, що будь яка фахова термінологія чи спеціальний дискурс, мас-медійний у тому числі, потребує у процесі їх ретельного аналізу адекватної та надійної методики дослідження. Запропонована у дисертації методика “значення-смісл”, ґрунтується, як вище зазначалося, на двох принципових положеннях: 1) на розмежуванні різнопланових компонентів інваріантного значення у парадигматиці мови і змінного компонента у синтагматиці мовлення; 2) на відношеннях опозицій, тотожних понять за диференційними ознаками, які є основою протиставлення [51,С.3-18].

Інша принципова теза означеної методики полягає у тому, що, шляхом поєднання інваріантного значення слова та змінної основи протиставлення виявляється і формується новий смісл слова – терміна мас-медіа. Тобто, концепція “значення-смісл” передбачає відмежування стабільного компонента (інваріанта) у системі мови від змінних компонентів (сміслів) у системі мовлення. Більше того, головний принцип методики полягає у послідовному поєднанні семи - інваріантної диференційної ознаки (СДО), зафіксованої у знаковому значенні з різними поняттями у контексті, та утворенні відповідно різних сміслів, як от: *kicker – slang. surprising, controversial, or difficult part or point, an ending that finishes as tory with a climax, surprise or punchline [COCA]*.

Отже, розглянутий у дисертаційній праці теоретико-методологічний матеріал дає підстави стверджувати, що інваріантне значення слова-терміна, як

елемент лексико-семантичної системи мови, є низкою елементарних стабільних сем/компонентів, оволодівши якою як найадекватніше трактуємо слово-термін чи терміносполучення у мас-медійному дискурсі чи фаховому тексті.

Акцентуємо увагу читача на тому, що базовою тезою є стабільність, константність значення, яке відтворює своє інваріантне значення експлікацією низки смислових диференційних ознак, зрозумілих рецепієнтові (фахівцеві) *a priori* у процесі абстрагуючої діяльності мислення, для прикладу: *tidbits (tidbits) – small, choice piece, as a food or gossip) – a television an chor and reporter advises interviewees to split all their great information into interesting tidbits* [COCA].

Безперечно, що складність експлікації константного значення пов'язана головню з тим, що інваріантними залишаються семи високого рівня абстракції, а також формуванням лексико семантичних варіантів (ЛСВ) у семантичній структурі слова-терміна може здійснюватися унаслідок асоціацій та глибинної їх конотації. Враховуючи означені теоретико-методологічні концепції стабільного інваріанта у мові та його змінних смислів у мовленні, стверджуємо на важливості дослідження.

У форматі окресленої дисертаційної праці, зазначимо, що заявлена методика ґрунтується по перше, – на розмежуванні двох різнопланових компонентів інваріантного значення у мові та змінного компонента у мовленні; по-друге, – на відношеннях опозицій, тотожних понять за певними диференційними ознаками, як основи протиставлення [105, С. 102-105]. Дослідження сутності значення у термінах сем за вказаною методикою виявилися і продуктивними, і перспективними у сенсі встановлення семантичної сутності кожної семи і закономірності її функціювання у фаховому мас медійному тексті. У науковій праці використано загальнонаукові та імпіричні методи, які схематично проілюструємо на рисунку №1:



рис.№1

Матеріалом дослідження слугує вибірка термінів мас-медійної сфери з укладеного нами Англійсько-українського словника мас-медійної сфери загальним обсягом 1420 одиниць. Усі відібрані та укладені у термінологічному глосарії терміни стосуються галузі мас-медійної сфери та розраховані на науковців, аспірантів, студентів університетів факультетів журналістики, спеціальності медіа лінгвістики та фахівців дотичних галузей.

Сучасний дискурс ЗМІ, або мас-медійний дискурс, характеризуються високим ступенем компресії термінологічних одиниць, актуалізації у ньому новітнього вербального термінологічного інструментарію та поняттєвого апарату. З огляду на змістове наповнення мас медійних термінів, особливу увагу сфокусовано на семантико-функційному потенціалі та експресивному вираженні смислів, що наповнюють мас-медійний контент.

Ключовою у методиці семантичного аналізу терміна “значення-смысл” є ідея, що різні смисли того самого знака на рівні мовлення – це не різні варіанти одного інваріанта, а результат креативного, абстрагованого поєднання носієм

мови семантичного інваріанта у парадигматиці системи мови із змінними поняттями у синтагматиці мовлення.

Висунуто гіпотезу про те, що слово не змінюється з кожним окремим вживанням у фаховому контексті, а послідовно відтворює абстраговане узагальнене інваріантне значення як низка смислорозмежувальних ознак, що сприймаються *a priori* у процесі абстрагуючої діяльності мислення реципієнта.

Таким чином сучасний медіа дискурс є полікультурним як за змістом, так і за формою. Динамічне розширення функціональної парадигми мас-медіа зумовлює суттєві зміни у реалізації потенціалу мовних засобів, виражених зокрема через механізм утворення нових смислів, що безперечно є перспективою подальших наукових студій у цьому напрямі.

2.3. ПОЕТАПНА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ТЕРМІНІВ МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Етапи наукового дослідження передбачають: факт, гіпотезу (припущення), нові факти, теорію.

На першому етапі аналізу на основі гіпотетико - дедуктивного методу та за допомогою структурного методу описуємо предмет дослідження, що передбачає виокремлення термінів мас медійної сфери як досліджуваних одиниць, їх членування, класифікацію та інтерпретацію. На цьому етапі здійснюємо аналіз вибірки з метою визначення термінів із семантичним значенням мас медійної сфери, залучаючи метод компонентного аналізу, який спрямований на експлікацію семантичної структури слова та уточнення денотативних і конотативних значень. В основі дослідження ключовою є теоретично-методологічна концепція “значення-смысл”, яка передбачає трактування семантичних категорій *значення і смисли*, у досліджуваній мас-медійній термінології. Важливим на цьому етапі є з’ясування смислотвірного потенціалу мас медійного терміна, простеження семантичної ролі інваріантного значення та смислів мас медійного терміна та його семантичного потенціалу.

На другому етапі із залученням робочої картотеки із електронного корпусу COCA (Corpus of Contemporary American English), з епізодичним вкрапленням Google та інших лексикографічних джерел та спеціальних текстів мас медіної сфери. Здійснено дефініційний аналіз базової інтегрованої терміносистеми з опертям на тлумачні словники мас-медіної лексики, у процесі якого визначено набір сем або семантичних компонентів, які структурують значення терміна мас-медіної сфери. Для аналізу, залучено компонентний аналіз, який ґрунтується на розщепленні значення терміна на окремі компоненти смисли.

На третьому етапі здійснено аналіз структурно-семантичних особливостей англійських термінів мас-медіної сфери. Щодо репрезентативності різних частин мови у дослідженні складних термінів мас-медіної сфери, спостерігаємо перевагу іменників, яким властива найвища номінативна участь у термінологічному творенні. Для прикладу у терміносполученні *rainbow hunt* – *погоня за чимось недосяжним, ілюзорним*, чітко експлікується інтегральна сема *накопичення, нагромадження чогось* [OALD]. Тут можемо говорити про семантику додаткових смислів як ресурсного потенціалу мас-медіного терміна.

Аналіз емпіричного матеріалу засвідчує, що серед способів термінотворення притаманні усі типи характерні для загальноповживаної лексики, а саме морфологічний, синтаксичний та лексико-семантичний. У свою чергу структурний метод використовується для опису термінологічних одиниць досліджуваного матеріалу, зокрема однокомпонентні, двокомпонентні та багатокомпонентні терміни. Метод семантичного аналізу залучено для визначення основних лексико-семантичних груп, що функціонують у терміносистемі мас-медіної сфери.

На четвертому етапі проаналізовано семантичні особливості термінів мас медіної сфери у семасіологічній площині. У дослідженні семантики терміна мас-медіної сфери основну увагу акцентовано на понятійній його частині, смислі. У процесі аналізу базових семантичних категорій *значення і*

смисли простежуємо їх тісний зв'язок, де значення терміна трактуємо як стабільний компонент (інваріант) у парадигматиці мови, а смисл – змінний компонент (смисл) у синтагматиці мовлення. Задіяна у дисертації методика “значення смисл” уможлиблює виокремлення у структурі мас медійного терміна інтеграційної семи у кожену одиницю її актуалізації і встановлення її семантичної сутності. [51, С.3-18]; [53, С.28-32]. У межах досліджуваної термінології мас-медійної сфери виокремлюємо інтегральні та диференціальні семи.

Відтак, можемо стверджувати, що семантичне термінотворення ґрунтується на базі загальноживаної лексики, яка полягає у довантаженні її додатковими семами спеціальних понять мас-медіа. Виявлення численних смислових нюансів терміна у процесі його функціонування у мас-медійному тексті уможлиблює пізнання його латентних смислів.

На п'ятому етапі проаналізовано терміни мас-медійної сфери у синонімічно-антонімічних зв'язках. Поширеність синонімії серед термінів мас-медійної сфери пояснюємо їх тенденцією до максимальної точності та пошуком стислих форм. За нашим спостереженням, термінологічні одиниці аналізованої терміносистеми можуть входити до складу синонімічних рядів, які утворюють парадигматичні структури.

Зокрема серед антонімів термінологічної системи мас-медійної сфери виокремлюємо наступні групи: контрарні, контрадикторні, комплементарні та векторні антоніми. Аналіз фактичного матеріалу засвідчує, що у терміносистемі мас-медійної сфери наявні три різновиди омонімів: загальноживані терміни, терміни, що функціонують у несуміжних галузях медіа мови та терміни-омоніми. Також виявлено тісні полісемічні зв'язки між термінами мас-медійної сфери.

Здійснений на даному етапі науковий аналіз дає підстави зробити висновок про те, що термінам мас-медійної сфери властиві синонімічні, антонімічні та полісемічні лексико-семантичні зв'язки. Зокрема, поява

синонімічних рядів свідчить про необхідність додаткової уніфікації, стандартизації та кодифікації досліджуваної терміносистеми.

На завершальному шостому етапі проаналізовано феномен вторинної номінації у процесі творення термінів мас-медійної сфери, акцентовано на ролі метафорики, запозиченнях та неологічних процесах. Однією із різновидів феномену метафоризації є концептуальна метафора, яка за словами Дж. Лакоффа допомагає зрозуміти більш конкретну та структуровану сутність терміна [119, С.302-349]. Вважаємо, що саме за межами термінологічного поля мас-медійної сфери терміни здатні метафоризуватись, збагачуючись емоційністю й експресивністю, слугувати підґрунтям для фразеологізації.

У підрозділі аргументовано, що у перспективі досліджуваний термінологічний фонд мас-медіа повністю розкриє свій семантичний та функціональний потенціал у спеціальному контексті через механізми експлікації структурно-семантичних та прагматико-функціональних аспектів.

Висновки до другого розділу

Засоби масової інформації відіграють ключову роль в житті сучасного суспільства. Сьогодні мас-медійна сфера є найрозвиненішою галуззю мовної діяльності. Основними характеристиками медіамови є: інформаційна насиченість, жанрове розмаїття, суспільно-політична лексика, велика кількість кліше і штампів, що викликає особливе зацікавлення мовознавців термінологів та застосування варіативних методологічних принципів їх дослідження.

Підсумовуючи вище викладене, відзначимо, що проблема глибинного аналізу терміна є однією з найважливіших семасіологічних проблем серед лінгвістів. Описаний у зазначеному підрозділі методи практично висвітлюють дослідження мас-медійних термінологічних одиниць в англійській мові розмежовуючи їх на стабільний інваріантний компонент з одного боку, та змінні компоненти (сенси) з іншого. Методика *інваріантне значення - сенси* уможливорює виокремлення у терміні стабільного незмінного компонента у

парадигматиці системи мови, та змінні компоненти у синтагматиці системи мовлення.

Розуміння термінних одиниць мас-медійного дискурсу часто ускладнюється через набуття ними ознак полісемантичності, викликаних особливостями медіа дискурсу у глобалізованому світі. Розглянута методика “значення-смісл” ґрунтується на двох принципових твердженнях: 1) на розмежуванні двох різнопланових компонентів інваріантного значення у парадигматиці мови і змінного компонента у синтагматиці мовлення; 2) на відношеннях опозицій, тотожних понять за диференційними ознаками, які є основою їх протиставлення.

Як висновок, стверджуємо, що термін мас-медійної сфери репрезентований інваріантним абстрагованим значенням здатний виступати певною *семантичною диференційною ознакою* й позначати послідовно необмежену кількість об’єктивно різних спеціальних понять у фахових текстах мас медіа. Задіяні методологічні принципи зумовлюють багатогранність предмета дослідження та його багатоаспектність, а поєднання різних методів аналізу дозволяє забезпечити достовірність отриманих результатів та висновків, і таким чином відкривають широку перспективу подальших наукових розвідок у сфері галузевого термінознавства.

Також доходимо висновку про те, що сучасний медіа дискурс є полікультурний і за змістом і за формою, а динамічне розширення функціональної парадигми мас-медіа зумовлює суттєві зміни у реалізації потенціалу мовних засобів, виражених зокрема через механізм утворення нових смислів, що також є перспективою подальших наукових студій у цьому напрямі.

У підрозділі аргументовано, що досліджуваний термінологічний матеріал повністю розкриває свій семантичний та функціональний потенціал у мас медійному контексті через механізми експлікації структурно-семантичних та прагматико-функціональних аспектів.

Напрошується висновок про те, що саме ознаки стабільних інваріантних

зв'язків між елементами у межах кожної іншої системи понять закріплюються в інваріантному значенні слова - терміна у системі мови та позначають послідовно різні елементи відповідно до різних терміносистем, і “породжують” щоразу інший смисл мас-медійного терміна. Такий методологічний підхід уможливує виявлення семантичної суті кожної семи і закономірності її функціонування в планах парадигматики мови та синтагматики мовлення.

Залучення означеного семантичного механізму проковує генерацію у слові-терміні глибинних смислів, породження конотацій, які не завжди можна пояснити з позицій класичних методів аналізу значення, що вважаємо важливим науково-методичним підходом.

Доходимо логічного висновку, що у процесі пізнавальної діяльності мислення виокремлює суттєві ознаки терміна, абстрагуючи їх від усіх інших, несуттєвих, не релевантних, які утворюють його семантичну структуру, елементи якої перебувають у взаємодії, де протиставляється нерозривна єдність мови та мислення. Отже, значення терміна трактуємо є семантичну диференційну ознаку або низку таких ознак. Використані у розділах дисертаційного дослідження, методологія та методи дослідження лексико-семантичних і лінгвопрагматичних аспектів мас медійної терміносистеми засвідчили, що вони чітко формують свою власну терміносистему.

Етапність аналізу визначена збором фактичного матеріалу, отриманням, представленням та його інтерпретацією. Прогностика етапів дослідження полягала в експлікації масивів термінів мас-медіа та описі процедур подальшого аналізу. На етапах дослідження усебічно проаналізовано сучасний стан проблеми, яка вивчається і розробляється. На основі аналізу стану проблеми, актуальності, новизни визначено об'єкт, предмет, мету та основні завдання дослідження. Відтак сформульовано основні положення, які винесено на захист.

Робота над дисертацією передбачала такі етапи: побудову теоретичної бази дослідження, формування корпусу мовної вибірки термінології із мас-медіа текстів сучасних англomовних ЗМІ, їх семантико-структурний потенціал та функціональні особливості реалізації.

Основні положення розділу висвітлено у публікаціях автора [106; 109;]

РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРНІ ТА СМИСЛОВІ КОМПОНЕНТИ УТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ МАС-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

3.1. ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОНО ТА ПОЛІСЕМАНТА

Підрозділ присвячено смислотвірному потенціалу моно та полісемних термінів англійської мас-медійної сфери. Загальноживана лексика є невичерпним ресурсом у векторі до становлення та розвитку галузевих терміносистем. Фахова термінологія мас медійної сфери, у свою чергу, семантично збагачує загальноживану мову, надає їй образності, посилює її експресивність та конотації.

Термінологічну полісемію мас-медійної сфери визначаємо, як вживання одного і того самого слова-терміна у двох і кілька смислах, або іншими словами наявність у термінологічній одиниці більше ніж один смисл, тобто до полісемних віднесемо ті терміни, що функціонують у межах тої самої терміносистеми. Висунуто ідею про те, що полісемія у загальній лексиці веде до розширення та збагачення словникового фонду, а у спеціальній таке явище не бажане через чіткі вимоги до терміна.

На основі аналізу фактологічного матеріалу висунуто ідею про те, що полісемія це динамічне функціонування сукупності семем полісеманта у мовній діяльності. Це явище необхідно розглядати з позиції узагальненого інваріанта та його диференційних смислів. За допомогою них носій мови актуалізує сему у відповідному синтагматичному оточенні та забезпечує комунікацію і відповідно взаєморозуміння фахівців сфери мас-медіа.

Мета та завдання зазначеної наукової розвідки полягає у тому, щоб у процесі аналізу моно та полісемантичних компонентів дослідити терміни мас-медійної сфери, акцентуючи увагу на їх продуктивних процесах творення різних смислів. Важливим є виявлення узагальненої природи та лінгвістичний механізм послідовного співвіднесення одного й того ж терміна з різними екстралінгвістичними об'єктами, поняттями.

Не зважаючи на численну кількість теорій, проблема полісемії у процесах термінотворення мас-медіа надзвичайно актуальна. У процесі аналізу мас-

медійної термінології феномен *полісемності* викликає серйозні труднощі, з огляду на закодовану у терміні імпліцитну інформацію, експлікація якої вимагає надійної методики.

Детальний огляд спеціальної теоретичної літератури засвідчує, що у галузевому термінознавстві немає єдиного погляду на явище термінологічної полісемії. Хоча цією проблемою переймалися багато дослідників, серед яких: В.Даниленко., Д.Лотте., Т. Канделакі., А.Реформатський., Федорець С.А., Coseriu E.). Також за останні десятиріччя з'явилася низка фундаментальних досліджень присвячених виявленню та функціонуванню у терміна моно та полісеманта семантичного компонента інваріанта у творенні нових смислів (Р.Дудок., В. Левицький., В.Лєснова., О.Огуй., I. Taylor,) та інші.

Останнім часом, терміном полісемант позначають як внутрішню організацію окремих словосполучень так і змістову структуру моносемічних компонентів слів. Полісемним може бути лише слово як одиниця словника, а полісемія термінологічна для усіх значень терміна вимагає виявлення інтегрованого семантичного інваріанта як низки стабільних компонентів-сем. Наше завдання полягає у тому, щоб пояснити семантичний зв'язок між моно та полі семними компонентами терміна мас-медійної сфери, шляхом віднайдення спільної (інтегральної семи), як джерела творення нових численних смислів.

Безперечно, що у лексикографічному описі слова-терміна, однією з найскладніших проблем є розмежування полісемії та омонімії. Як зауважила свого часу О.Ахманова, лексикографові завжди загрожують дві однаково великі небезпеки штучне об'єднання під одним звуковим комплексом кількох різних слів – полісемія і менш штучний розподіл одного слова на кілька – омонімія [263].

На наш погляд, важливою особливістю є розчленування змістової структури полісеманта, який є певним чином організованою сукупністю значень терміна. Традиційно, змістова структура полісеманта розглядається як набір смислових елементів, що знаходяться один з одним у складних ієрархічних зв'язках.

Тобто, ієрархічна залежність між моно та полі лексемними термінами означає, що монолексемний термін виконує більший за обсягом та функціональній значимості семантичне навантаження і відповідно має вищий термінотвірний потенціал, як от: *otabloid*, від лат. *tabula* - дошка і гр. *eidōs* – образ; у сучасній масмедійній сфері позначає вид малоформатної газети з надміром ілюстрацій і незначною кількістю текстів, що оприлюднює сенсаційні повідомлення і розрахована на невибагливих читачів.

До слова, цікавим у медіа просторі фактом є те, що першою таблоїдною газетою дослідники журналістики вважають "Daily Mirror". На погляд дослідників, така ієрархічна залежність означає, що смислові компоненти моно лексеми утворюють похідні, або вторинні смислові компоненти у полілексемі завдяки своїй узагальненій та абстрагованій природі значення.

Отже, існування ієрархічних зв'язків між смисловими структурними компонентами полісеманта сумніву не викликають. У процесі аналізу фактичного матеріалу, виявлено приклади термінів мас-медійної сфери двозначних та багатозначних англійських терміноодиниць із повним збігом семантики в особливому специфічному значенні, в яких багатозначні вживаються лише в одному, двох чи декількох значеннях, як от: (*absenteeism, quorum, meeting, solicitor, discrimination, contribution, killer, electorate, presentation, establishment, publicity*) та багато інших.

Детальніший аналіз дефініції, скажімо, терміна *absenteeism*- «абсентеїзм» засвідчив, що як спеціальний термін він позначає: *масове ухилення від участі у виборах*, а також фіксується у словнику, як термін-полісемант, за трьома значеннями»: 1) *абсентеїзм (відхилення від участі у виборах, відсутність на засіданнях)*; 2) *невихід (невиходи) на роботу; прогул (u)*; 3) *система землеволодіння, за якої поміщик не проживає у своєму маєтку*; Аналогічно англійський полісемний мас-медійний термін *quorum* описується за чотирма значеннями: 1) *кворум*; 2) *кількість мирових суддів, необхідна для суду сесій; мирові судді*; 3) *спеціально підібрана група людей*; 4) *священні служителі однакового сану (у мормонів)*, а також «*quorum*»- *установлена законом, статутом або постановою*

вою певної організації найменша кількість членів, присутність яких є необхідною умовою для відкриття засідання чи зборів і прийняття правосильних ухвал.

Отже, навіть поверхневий огляд наведених словникових дефініцій двох вище прикладів, дає підстави стверджувати, що у полісемантичних термінів *absenteeism* та *quorum* есплікується інтегральна ознака *відсутність* та *найменша кількість*, які забезпечують розуміння усіх описів полісеманта як у лексикографічних джерелах так і спеціальних контекстах.

Логічно постає запитання чи вважати зв'язки між компонентами полісеманта та семами окремо взятого семантичного варіанта або значення моносемного слова однаковими? Ми дотримуємося думки що у семантичній структурі монолексемного терміна чітко виокремлюється ядро (стабільна інваріантна частина змісту) і периферія (мінна відносно динамічна його частина, смисл якої до певної міри змінюється [108, С.290-298]. Тобто тут розрізняємо значення і смисли за їх відношенням до інтенціоналу значення – інваріант узагальнений компонент, а смисл слова – варіативний щодо інтенціоналу, яке от: *stand-up* - «стійка»; *stand-up comedy* «стендап-комедія») — 1) вербальний телерепортерський прийом, коли журналіст працює безпосередньо в кадрі, часто — на місці самої події; 2) сольний гумористичний виступ перед живою аудиторією, один з жанрів розважальних програм [СОСА].

Таким чином можемо стверджувати, що уявна асиметричність планів вираження і змісту полісеманта (одне вираження – різні змісти) зумовлюється також тим, що не враховуються фактори часу і простору існування цих категорій, де їхня полісемантичність розглядається поза простором і часом. Справді, коли і де полісемант однозначно позначає більше за один денотат? Адже, як стверджують лінгвісти (Огден і Дж. Річардз) поза контекстом в абсолютній ізоляції жоден знак не має значення, будь яке знакове значення виникає в контексті, один символ позначає один і тільки один референт [108, С.290-298]. Тут можна полемізувати із дослідниками, яким чином мовний знак набуває значення у контексті. Як підтвердження цієї думки, наведемо низку

термінів мас-медійної сфери: *genocide, isolationism, kidnapping, monitoring, press release, speech writer, , vandalism, terrorism, extradition, ombudsman, lockdown, тощо [ELL]*.

У нашому науковому дослідженні полісемію термінологічних одиниць кваліфікуємо як мовну універсалію, що ґрунтується на узагальнюючій діяльності мови і мислення, універсальність якої (полісемії) проявляється у її потужному смислотвірному потенціалі. Солідарною тут є думка дослідників, котрі вважають, що полісемія терміна – одна з його найсуттєвіших семантичних особливостей, що проявляється у різних терміносистемах і дає можливість раціонально використовувати смислотвірний потенціал терміна [108, С.290-298].

Оскільки між номінативними одиницями мови та позамовними реаліями об'єктивного світу існує кількісна невідповідність, то вона зрозуміло веде до виникнення полісемантичних одиниць. Така невідповідність реалізується в номінативній діяльності шляхом використання одного і того ж слова-знака для позначення різних екстралінгвістичних об'єктів-понять саме через наявність узагальненої інваріантної семи.

У сучасному термінознавстві превалюють контекстуальні теорії, тобто проблема полісемантичності головно пояснюється через функціонування різних лексико-семантичних варіантів (ЛСВ), тобто узагальненого інваріантного компонента у формуванні та тлумаченні нових численних смислів адепти такої теорії не враховують. На наше переконання, обов'язкове врахування феномену білатеральності терміна передбачає семантичний розгляд одного й того ж загальноновживаного чи спеціального знака як у плані мови (парадигматиці), так і в плані змісту (синтагматиці) мовлення.

Скажімо; ***apitch*** (*apoint, degree or level*) – у масмедійній сфері отримало - звернення компанії до журналіста з проханням написати статтю про її діяльність, щоб привернути увагу; ***ajingle*** – (*a light ringing sound*) - музична заставка; ***akicker*** – (*an entertaining story*) розважальна історія, що стоїть останньою у випуску новин; ***rushes*** – *the first film prints of a scene, before they have been cut*

or edited - відзнятий матеріал, що вимагає редагування.[MWO].

У наведених прикладах мас-медійної сфери, через узагальнюючу діяльність та природу слова-терміна, виокремлено стабільні інваріантні компоненти, що уможливають інтерпретування та вживання терміна у новому фаховому контексті, тобто однозначно розкривають його смисл. Ми поділяємо думку дослідників, що існування полісемії зумовлене розбіжністю між обмеженою кількістю предметів та явищ навколишнього світу [11, 192].

Стверджуємо, якщо у плані вираження полісемант ототожнюється як один і той самий у всіх його вживаннях, а у плані змісту в кожному вживанні значення вважається іншим. Аналіз досліджуваного матеріалу засвідчив, що найпоширенішими в полі смисловому термінотворенні мас-медіа є такі високо-продуктивні моделі *Adj + N*, які будуються на родо-видових зв'язках. Тобто коли до терміна, що позначає родовий зв'язок, додається його видовий, для прикладу: *mediaterrorism* – (або «медіакілерство») — це специфічний різновид інформаційно-психологічного терору та складова «інфраструктурного терору». Його сутність полягає у спробах шляхом організації спеціальних медіакампаній дестабілізувати суспільство, створити у ньому атмосферу громадянської непокори, недовіри суспільства до дій та намірів влади й особливо – її силових структур, покликаних захищати суспільний порядок.

Дещо нижчий рівень рекурентності виявив термін, що формується за моделлю *N+N- primetime (головний час)* — найзручніший, найкращий час для показу програм ефірної журналістики. Як правило, ним вважається час від 19-ї до 23-ї години за місцевим часом. Зазначимо, що у площині полісмиловості як потужного продуцента мас-медійної сфери є поява і функціонування терміна викликаного подіями 11 вересня 2001 року у Нью Йорку, унаслідок терористичних актів на Всесвітній торгівельний центр (World Trade Center). Тоді у ЗМІ потрапив термін *horrification* - хорифікація, як нагнітання щоденного страху, фізичного, нефізичного, релігійного, естетичного[OD].

Поділяємо авторитетну думку дослідників, котрі вважають, що значення полісеманта корелює з позамовною реальністю завдяки його узагальнюючій

природі, тобто у процесі називання тим самим словом іншого поняття семантичний обсяг терміна не переноситься на цей об'єкт як його чергове, нове значення, а утворює новий смисл: *a pundit – a gossip columnist; a food columnists; a sport columnist* (коментатор-експерт (в якійсь галузі: політика, спорт та ін.) світський, ресторанний, спортивний оглядач [OD]).

Слушною є думка дослідників, які вважають, що смислотвірні структурні компоненти терміна є присутні у свідомості носія мови та готові з першої нагоди вийти на поверхню, аби бути реалізованими в певній мовленнєвій ситуації, де вони кожен раз відповідають одному акту думки, тобто кожен раз позначають не більше одного значення. Наведімо приклад: *stringer* — *позаштатний працівник редакції, який регулярно з нею співпрацює та виконує свою частку роботи; stringers, або, як іще їх називають, freelancers, часто замінюють тих штатних працівників, які не можуть виконувати свої обов'язки з тих чи інших причин*[COCA].

Таким чином, стверджуємо, що у процесі номінації полісеманта актуалізуються усі його наявні семи, проте реалізується лише та, яка є комунікативно - релевантною для конкретного мовленнєвого акту. Тобто експлікуючи полісемант із числа його смислових компонентів, дослідники фактично не виходять за межі плану мовлення, де тільки й існує полісемія у чистому вигляді і де слово позбавляється своєї узагальнюючої суті, як от: *streaming* від англ. *stream* — *процес подачі даних, аудіо тощо в режимі реального часу через інтернет storytelling, (оповідання історій) — соціальна та культурна активність, що полягає в розповіді історій; у широкому сенсі — інформування про подію за допомогою слів, образів та звуків, що часто супроводжується імпровізацією та прикрашенням*[ELL].

Вище зазначене, дає усі підстави зробити висновки про те, що наявність термінологічної полісемії уможлиблює диференціацію словникового корпусу спеціальної мас-медійної сфери до подальшого його розвитку. Сукупність проаналізованих семантичних варіантів полісеманта свідчить про наявність тісного зв'язку між його узагальненим інваріантом та змінними

смыслами. Тобто можемо аргументувати, що різні значення полісеманта– це різні реалізації його потенціалу у відповідно різні одиниці його актуалізації у мовленні. Фактично, активна роль тут належить не контексту, а узагальнювальній абстрагувальній діяльності мислення, завдяки котрій і можемо пояснити феномен термінологічної полісемії у спеціальних англійських текстах.

Кидаючи погляд на перспективу таких досліджень, вважаємо, що полісемія (як динамічне функціонування сукупності семем полісеманта у мовній діяльності) слід розглядати з позиції інваріанта та його смислів, за допомогою яких носій мови у відповідному синтагматичному оточенні актуалізує релевантну сему (ознаку), диференціюючи, таким чином, різні смисли того самого терміна мас-медіа.

Отже, термінологічний потенціал моно та полісеманта за своїм функціональним потенціалом впливає на продуктивність та еволюцію термінологічного фонду. Одне полісемантичне слово-знак корелює співвідноситься у плані мови з одним і лише одним інваріантним змістом, а в плані мовлення з одним і лише одним змінним смислом. Полісемія терміна - одна з найсуттєвіших семантичних особливостей, що проявляється у різних терміносистемах досліджуваної мас-медійної сфери зокрема, що дає змогу раціонально використовувати та розуміти смислотвірний потенціал терміна, який може бути привабливою перспективою майбутніх наукових розвідок.

3.2 ФЕНОМЕН КОНВЕРСИВНОСТІ В УТВОРЕННІ ТЕРМІНІВ МАС-МЕДІА

У цьому підрозділі розглянуто наявні у сучасній лінгвістиці способи інтерпретації терміна «конверсія», визначено її місце в системі способів термінотворення. Теоретично обґрунтовано тези про те, що конверсія відіграє важливу роль у процесі вилучення імпліцитної інформації в мас-медійних текстах, які слугують засобом інтенсифікації та актуалізації усього мас-медійного простору загалом. Конверсія як мовний феномен, трактується як найпродуктивніший засіб мовної економії. Серед дослідників побутує думка,

що «конверсія», як безафіксне термінотворення, ґрунтується на зміні парадигми терміна без зміни його матеріального вираження.

Зроблено попередній висновок про те, що конвертовані термінологічні одиниці є особливим типом дериватів, адже їх утворення передбачає експлікацію внутрішнього семантичного потенціалу смислотворення та розширення змісту терміна, що без сумніву є перспективою подальших наукових студій.

Конверсія як найпродуктивніший спосіб словотворення сучасній англійській мові зумовлений особливостями його граматичного складу та семантичним термінологічним потенціалом. Проблема транспозиції частин мови неоднозначно висвітлюється дослідниками, фактично вона й дотепер є дискусійною у сучасному термінознавстві. Дослідження конверсійних явищ у сучасній англійській мові охоплює різні підходи, а саме: морфологічний, морфолого-синтаксичний, морфолого-синтаксико-семантичний і функціональний [11]. Комбінований морфолого-синтаксичний спосіб словотвору включає як зміну парадигми, так і зміну синтаксичної функції слова. Дослідники такого підходу влучно зазначають, що для конверсійних утворень притаманні не лише морфологічні, а й синтаксичні фактори, до яких належать: порядок слів, зміна значення, різні асоціації та співвідношення з рядами вже існуючих слів.

Теоретичною базою дослідження конверсивних способів терміна слугують класичні й сучасні праці з мовознавства як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників: Борисова О. В., Височинский Ю.И., Дубравська Д.М., Иванова М.В., Рубанець Т.В., Солошенко-Задніпровська Н. К., Jovanovic V., Marchand H., Pavesi M., Szymanek B. та інші. У зв'язку з багатоаспектністю, різнобічністю та комплексністю у сучасних українських та зарубіжних мовознавчих студіях побутують різні погляди до вибору терміно означеного процесу та його різновидів, як от: «конверсія», «транспозиція», «трансформація», «деривація», тощо.

Зазначимо, що у галузевому термінознавстві мас-медіа сфери, конверсія відіграє ключову роль у процесі виокремлення імпліцитної інформації, а точніше, підкреслює й вказує на її актуальні характеристики, що слугує засобом інтенсифікації та актуалізації усього мас-медійного тексту. Аналіз конверсивних способів термінотворення у їх взаємозв'язку істотно доповнюють вчення про розвиток термінотвірної системи сучасної фахової англійської мови.

Наша мета окресленого розділу – проаналізувати конверсію як один із засобів мовної економії; прояснити важливі питання не лише морфології, лексики й термінотворення, а й складні випадки семантики терміна сучасної англійської фахової мови мас-медіа.

З огляду на актуальність, об'єкт та предмет дослідження важливо дослідити способи термінотворення, зокрема різні погляди дослідників на феномен конверсії; визначити основні різновиди конверсії, з'ясувати поняття про повну та часткову конверсію;- виокремити її основні моделі. На основі аналізу наукових джерел та прикладового матеріалу передбачається окреслити її вагоме місце в системі галузевого термінотворення якою є мас-медійна сфера;

Конверсія є типовим явищем для багатьох функціональних стилів мови, включаючи мови для спеціальних цілей (English for Specific Purposes). Сучасна термінознавча наука активно вивчає феномен конверсії, тому одним із ключових завдань є аналіз функціонування мовних одиниць різних граматичних розрядів і лексико-семантичних груп.

Існують прямо протилежні погляди серед дослідників феномену конверсії. Так, зокрема прихильники однієї версії пропонують вважати слово-основу й утворену від нього конверсією одиницю однією і тією ж лексемою, але в різних синтаксичних функціях. Натомість інші – дотримуються протилежної думки, згідно з якою конверсія – це один з найпродуктивніших способів словотворення мови, в тому числі й сучасної англійської. У свою чергу, Є. Кубрякова цілком слушно називає конверсію «морфологічною транспозицією, що має словотвірний характер». Ще інші вважають, що конверсія – це безафіксальний спосіб словотвору, результатом якого є оформлення нового за своєю семантикою слова,

яке збігається у певних формах із похідним.

Ми дотримуємося думки, про те, що конверсія це один із способів словотвору у процесі якого нове слово утворюється без зміни основної його форми без застосування засобів шляхом переходу основи в іншу парадигму. Однією з передумов зародження конверсії як нового способу словотворення є граматична омонімія багатьох англійських дієслів та іменників унаслідок розпаду флективної системи. Іншою причиною виникнення конверсії є так зване «зворотне словотворення» («*back formation*») [3, с.198]. Як вважають дослідники, продуктивність цього способу для утворення мас-медійної термінології пояснюється аналітичною структурою англійської мови, простотою парадигм частин мови та великою кількістю односкладових слів.

Інші дослідники вважають, що конверсія - це деривація, морфологічна операція, що створює нові лексеми, для яких характерні фонологічна форма, семантична місткість і морфосинтаксична категорія. Заслужовує на увагу явище конверсії як морфолого-синтаксичного способу словотворення, відоме як імпліцитне словотворення, транспозиція, трансфігурація, взаємоперехід частин мови тощо. Ми схильні вважати, що при такому способі словотворення, похідне слово отримує нове значення і слугує для відображення нових граматичних та семантичних значень фахового терміна мас-медіа.

Терміни утворені у результаті конверсії, часто називають «контекстуальними», оскільки важко точно визначити значення нових конверсійних слів-термінів поза прагматичним контекстом. У процесі конверсії можуть брати участь різні частини мови: іменники, дієслова, прикметники, прислівники тощо. Так, однією з основних конверсійних моделей є також $N \rightarrow V$, за якою утворюється переважна кількість нових термінів мас-медіа: *to friend* (додавати когось до списку приятелів у соціальній мережі); *to kettle* (зосереджувати протестуючих в обмеженому середовищі, оточеному поліцією та автомобілями); *to office* (виконувати офісну роботу: ксерокопіювання, факсування і т.п.); Скажімо, дієслово-термін *to blackhole* (змусити зникнути), утворене від іменника *blackhole* [FDF]. Цікавим є той факт, що термін *blackhole* був запроваджений для позна-

чення космічного явища з надпотужною гравітаційною силою, згодом він почав використовуватись метафорично як дієслово в узагальненому смислі у мас-медійному просторі.

Аналогічно дієслово *to whitelist*, також утворене шляхом метафоричного перенесення, означає «позначити імена, електронні адреси, адреси веб-сайтів як безпечні». На противагу, іменник *blacklist (blacklit)*, означає «список небезпечних або небажаних людей чи речей». Спеціальне ж значення цього дієслова - «позначити як список без спаму та вірусів», виникло згодом у мас-медійному просторі. Наведімо інші випадки конверсії: - утворення дієслів від іменників, прикметників та рідше від інших частин мови: *the ape – to ape, black -to black, idle – to idle, round – to round, down – to down, out -to out* - утворення іменників від дієслів та рідше від інших частин мови: *to ally - the ally, to tramp -the tramp, to frizzle - the frizzle, relative - the relative, public - the public, superior - the superior etc.[FDF]*, які поповнюють мас-медійний термінологічний фонд.

Що стосується механізму утворення термінів прикметників від іменників, то тут натрапляємо на різні думки дослідників. Так, у конверсивному утворенні "*stonewall*" одні вважають перший елемент прикметником, утвореним у процесі конверсії, інші іменниками у функції препозитивного означення, або лише основою, розуміючи усі поєднання, як одне складне слово.

Очевидно, обидві точки зору мають право на існування, важливо тут пам'ятати, що в основі слова-терміна закладена інтегральна узагальнена інваріантна сема, яка уможлиблює перебування терміна мас-медіа у різних граматичних класах.

У сучасному термінознавстві, феномен конверсії часто розглядається як особливий різновид «процесів транспозиції», тобто таких, що забезпечують зв'язки між окремими частинами мовлення окремо узятій фахової мови; вони полягають у тому, що слово в одній частині мовлення виступає в якості джерела деривації для створення слова іншої частини мови.

Доцільно також зазначити, що на відміну від більшості європейських мов, в англomовному мас-медійному просторі явище конверсії проявляється активніше, оскільки сама англійська мова належить до аналітичних мов, тобто майже не має морфологічних рис частин мови.

Стверджуємо також, що конверсія є активно задіяним продуктивним способом збагачення термінологічного корпусу мас-медійної сфери сучасної англійської мови. Зокрема, такий пласт лексики як конвертовані неологізми виникають унаслідок комбінованої дії словотвірної та семантичної деривації. Аналіз емпіричного матеріалу засвідчив, що найчастотнішою моделлю конверсії у процесі утворення термінів мас-медійної сфери є вербалізація іменників: $N \rightarrow V$. Найчастіше у цьому випадку механізму конверсії піддаються складні іменники.

З огляду на словотвірну семантичну сутність конверсії, ми не вважаємо, що значення терміна у процесі конверсії змінюється, адже воно залишається стабільним, маючи у своїй семантичній структурі узагальнену абстраговану інваріантну сему, яка функціонує у різних граматичних класах слів – термінів та забезпечує адекватне порозуміння комунікантів фахівців.

Варто додати, що смисловий центр твірного іменника часто знаходиться поза словом, яким є основне значення дієслова. Отже, значення твірного іменника пов'язуємо між обою не безпосередньо, а через одне або кілька значень слова. Для прикладу наведемо твірне дієслово *"to air"* – *вихід в ефір радіо чи телебачення* / *expose to open air, ventilate*; *2/ dry at fire* ; *3/ go out into fresh air*[OD]. Не заперечним є той факт, що усі вони пов'язані через основне узагальнене значення вихідного імені іменника *air*" – *повітря атмосфери*.

Прямий характер зв'язку значень терміна мас-медійної сфери через одне або кілька значень іншого слова, яке співвідноситься з ним у процесі конверсії, свідчить про внутрішній потенціал терміна, адже для кожної семантичної групи виокремлено одне, загальне для усієї групи значення, а семантичний тип входить у більше значень та під значень, об'єднаних єдиним семантичним стержнем у семантичний тип.

Тобто, можна підсумувати, що у середині загальних зв'язків виокремлюються семантичні зв'язки більш часткового смислового плану, окреслюються різновиди такого зв'язку. Фактологічний матеріал засвідчує, що в англійській термінології мас-медійної сфери існує численна кількість одиниць, які можуть в одній і тій самій формі вживатися як іменники так і дієслова, саме через притаманну їм семну узагальненість слова. Динамічне використання конверсії, її функціонування в мас медійному тексті створює додаткові інтенції привертання уваги до таких текстів та якісно підвищує їх експресивність.

Отже, конверсія як динамічний процес розвитку термінологічного фонду є внутрішнім законом розвитку сучасної англійської мас-медійної мови, як поповнення його фонду. Роль конверсії у термінотворенні мас-медійної сфери переконливо свідчить про системність фахової мови, оскільки в її основі перебуває залежність способів словотворення від граматичного складу мови і типових структурних способів. У цьому плані, конверсія привертає увагу не лише своєрідністю зовнішнього вираження, але й внутрішньою характеристикою / виключною варіативністю та гнучкістю семантичних зв'язків терміна мас медіа.

Як підсумок, зазначимо, що за допомогою конверсії у мас-медійних текстах актуалізується імпліцитно прихована інформація. Явище конверсії у перспективі вимагає детальнішого аналізу та фіксування особливостей функціонування, оскільки цей процес є одним із найпродуктивніших способів термінотворення сучасної спеціальної англійської мови мас медіа.

3.3 СЕМАНТИЧНА РОЛЬ МЕТАФОРИЗАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ТВОРЕННЯ ТЕРМІНА МАСМЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Підрозділ присвячено розгляду метафори у мас-медійному дискурсі, як важливій формі проникнення у внутрішню суть фахового терміна, що відображає його структуру, семантичний та функціональний потенціал. Метафора є утіленням прихованих смислів терміна, пов'язаних глибинними

семантичними компонентами. Семантична природа метафори генерує що раз нові смислові утворення під впливом засобів масової інформації, соціально-побутових, політичних й інших суспільних явищ, а окремі конституенти у фаховій мові мас-медійної сфери з часом набувають додаткового, ситуативного смислу.

Можна стверджувати, що метафора задіює приховані механізми смислотворення, використовуючи стабільний інваріантний компонент. У підрозділі проілюстровано, що ядерні (кореневі, базові, фундаментальні, архетипні) метафори розщеплюються і творять дрібніші метафори (сенси). Аргументовано думку про те, що "метафора" – це не просте, традиційне перенесення за подібністю чи аналогією, а складна багатофункціональна лінгвальна категорія з тенденцією до відокремлення як самостійний науково-міждисциплінарний термін.

У ході наукового аналізу виявлено, що метафори у мас-медійній сфері мають низку мовних характерних властивостей і є важливим фактором передачі арсеналу емоційно-експресивних конотацій реципієнта. Також акцентується на тому, що метафори через багату мовну палітру є найважливішим інструментом творення нових термінів як одна із найефективніших мовних засобів прагматичного впливу на носія мови. Метафоричні моделі володіють низкою імпліцитних семантико-стилістичних засобів є важливою складовою мас-медійного дискурсу. Вони (метафори) передають набагато більше інформації порівняно з окремим словом і їх слід враховувати у різних аспектах: когнітивному, лінгвокультурологічному, функціональному тощо. Фахова мова мас медійної сфери насичена фразеологічними конститuentами, зокрема метафоричними, які є невичерпним джерелом багатства та виразності мовлення, які поповнюють фахову підмову мас-медійної сфери.

У сучасній лінгвістичній науці побутує тенденція використовувати метафору в різних її галузях: семіотиці, психолінгвістиці, соціолінгвістиці, когнітивному мовознавстві, структурній лінгвістиці і звичайно, стилістиці.

Наукові праці присвячені дослідженню метафори, особливо протягом останніх десятиліть, пов'язані з усвідомленням ролі метафори у ментальних процесах опису їх як мовних фактів, смислотвірних нюансів так і метафоричних конструкцій у різних сферах у тому числі й мас-медійної. Однак, метафора як стилістичний троп, фігура у творенні спеціальних термінів досі окремо у лінгвістичних працях не розглядалася. Відтак є потреба такого аналізу з метою виявлення арсеналу смислових нюансів метафори у фаховому мас медійному дискурсі.

Критичний аналіз наукових праць останніх років засвідчує, що метафори формують важливий пласт як загальнонавчаної лексики так і фахової мови, у тому числі і терміносистеми мас медійної сфери, збагачуючи і поповнюючи її новим семантичним змістом, передаючи найтонші смислові відтінки, найрізноманітніше емоційно-експресивне забарвлення мовлення, надають йому виразності та колориту. Дослідження метафори у площині творення фахової термінології здійснені у працях дослідників: Л.Балашової., М. Блека., Л. Гапонової., Дж. Лакофа., М. Джонсона., Л. Одинецької., І. Покулита та, інших, де випрацьовано низку теоретичних підходів до розуміння як метафори так і її термінотвірного потенціалу.

Дослідження метафорики мас-медійної сфери, їх семантичного наповнення лежать у площині функціонально-семантичного аспекту фразеології, який передбачає аналіз природи й особливостей семантичних зв'язків метафоричних одиниць, що забезпечують процес найважливішої комунікативної функції мови. Інтенсивний розвиток метафорики характеризується широким діапазоном проблем, які досліджуються на матеріалі германських, романських і слов'янських мов.

Передовсім, сучасний інформаційний простір заповнюють засоби масової інформації, які наповнені багатою медіамовою та перманентно здійснюють вплив на формування світогляду сучасного фахівця мас-медійної сфери.

Зазначимо, що метафоризація поширюється із розвитком мови, і розвитком наук, де стилістичні фігури як результат комбінації гетерогенних компонентів змісту, що виникли в контексті, виокремлюється імпліцитно з контексту, виявляє в метафорі смисл та забезпечує його належне розуміння. У виборі метафори найчастіше ключову роль відіграє зовнішня подібність предметів, в яких чітко простежується узагальнена семантична ознака - інваріант. Тобто у процесі узагальнення мас-медійного поняття виокремлюється та ознака, яка є релевантною для конкретної мовленнєвої ситуації.

Мета нашого дослідження полягає у з'ясуванні структури внутрішньої організації метафоричних одиниць, виявленні їхнього узагальненого (інваріантного) компонента та диференційного смислу, встановлення зв'язку з іншими мовними одиницями. Зазначена мета підтверджується тим фактом, що вивчення метафоричних одиниць у спеціальній мові мас-медійної сфери є необхідним для повного розуміння специфіки функціонування фахової мови та комунікації спеціалістів мас медійників.

Феномен метафори, її сутність типи й функції у різних сферах мовленнєвої діяльності є з давніх давен об'єктом наукових пошуків і досі залишаються у сфері зацікавлень сучасних лінгвістів. При усій різномаїтості визначень метафори практично усі вони походять з класичного аристотелівського тлумачення: "метафора – це перенесення імені або з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією"[1, С.49-56]. Чи не найбільшу увагу надають метафорі філософи, мовознавці, психологи, тому в широкому міждисциплінарному плані розуміння метафори присутнє саме в таких науках як психологія, філософія лінгвістика, літературознавство тощо.

Метафора стала важливим джерелом експресії та комунікативним механізмом у мас-медійному дискурсі, а прагматичний потенціал сучасних засобів масової інформації став важливим завданням сучасної лінгвістики.

Практично, семантична суть метафори полягає у розумінні і досвідному переживанні одного роду речей у термінах іншого, наприклад метафора " – *argument - сунепечка*–*The long argument was resolved in the scientist's favor when*

the expedition returned with new evidence" [The Daily Mirror, 2022]. Загалом виникає переконлива картина метафоричної систематики, яка ясно показує наш спосіб мислення і поведінки в ситуації суперечки, що реалізується у повсякденному дискурсі. *The argument about the Darwinian theory is far from dead [The Daily Mirror, 2022].*

У полі зору лінгвістів поряч із рутинними (мовними) й індивідуальними (художніми) перебувають ядерні (кореневі, базові, фундаментальні, архетипні) метафори, які розщеплюються за аналогією і асоціаціями між різними групами понять творять дрібніші метафори смисли. Таким чином, смислове поле метафори тісно пов'язане з національно маркованими образними картинами світу, онтологічними моделями світу e.g. *The boundary argument was often close to breaking out into open conflict. [The Daily Mirror, 2022]*

Так, для когнітивного напрямку сучасної мовознавчої науки характерне розуміння метафори не лише як лінгвістичного, а й ментального факту, що концептуалізує нашу картину світу. Особливо цікавим в цьому аспекті є концептуальний підхід до метафори, що його запропонували в 80-х роках Дж. Лакофф і М. Джонсон у своїй монографії "Метафори, якими живемо" (*Metaphors we live by*), [118, С. 58-66]. Концептуальний аналіз полягає у тому, що метафора належить не до рівня мовної техніки, а до рівня мислення і діяльності, тобто тут людський досвід виступає основою для творення метафоричних концептів, зокрема у термінології мас-медійної сфери.

На наш погляд, мова засобів масової комунікації як різновид фахової мови еволюціонує одночасно з етнічною свідомістю та перебуває під впливом суспільно-політичних процесів. Тому, мова сучасних засобів масової інформації багата на метафори, які сформовані на архетипах та мають різноманітне стилістичне забарвлення. Проблема функціонування метафори в мас-медіа привертає увагу фахівців у сучасній лінгвістиці, оскільки це один із найпродуктивніших інструментів збагачення мови, водночас це засіб концептуалізації дійсності і формування суспільних та мовознавчих поглядів.

Зазначимо, що спостерігаємо наявність загальнозрозумілих метафоричних одиниць, які вирізняються колоритністю й новизною у мас-медійних текстах. Саме в них бачимо високий ступінь насиченості ідеями, що підтверджує аксіому про те, що медіа мова це справді мова і думок, і почуттів. Безперечно, що метафора є результатом універсального двостороннього процесу у поєднанні раціонального та творчого мислення, який не тільки поповнює лексичний склад мови, а й дає поштовх для побудови нових парадигм.

На думку дослідників, це «дещо на кшталт вдалого виверту, що ґрунтується на гнучкості слів, як дещо доречне лише у певних випадках, що потребує особливого мистецтва й обережності [119, С. 302-349]. Проте, на сьогодні, завдяки верифікації підходів до метафори її тлумачення та тематичного спектру дослідження, розширено концептуальні межі у напрямі творення фахової термінології у різних галузях наук.

Критичний огляд теоретичних праць, дає підстави стверджувати, що на сьогодні сформувався новий погляд на поняття метафора у ширшому евристичному контексті, ніж власне мовознавчий. За відомим гасловим висловом, метафора пронизує усе наше повсякденне життя й проявляється не лише в мові, а й у мисленні й діях, наша звичайна поняттєва система є метафоричною за своєю природою. Метафора як прояв креативності мислення присутня практично в усіх типах дискурсів незалежно від їхньої типологізації (політичному, медичному, інституційному, педагогічному, постмодерністському, феміністському і безперечно мас-медійному). Наведімо характерні ознаки метафоричних одиниць досліджуваної сфери: *to put a spoke in smb's wheel; to be narrow in the shoulders, to throw dust into smb's eyes, to burn bridges, to burn one's fingers; to paint the devil blacker than heis; - to hold one's cards close to one's chest.[OD]*.

Зазначимо, що наведені метафори мають різне семантичне та функціональне навантаження у засобах масової інформації. Використання носіями мови різних концептуальних метафор допомагає впливати на

сприйняття людиною певних явищ і подій, формувати її світогляд, структурувати людське мислення, навчати прогнозувати альтернативні вирішення тієї чи тієї суспільно-політичної проблеми.

Оскільки поточні суспільно-політичні події часто змінюються, то для їх характеристики використовують саме метафори. Практично, кожен суспільно-політичний процес супроводжується творенням та функціонуванням низки нових метафор. У засобах масової інформації спостерігаємо як журналісти чи публіцисти в своїх виступах, статтях зображають політиків і політику у різних образах. Найпоширенішим різновидом концептуальних метафор у мові засобів масової інформації є соціоморфна, у якій світ репрезентується як модель соціальних відношень у суспільстві, як людська соціальна діяльність.

Отже, на наше переконання, метафоричні одиниці мови не лише відображають й експлікують метафоричне сприйняття дійсності, а значною мірою формують його, оскільки допоміжним суб'єктом метафори стають явища, вже концептуалізовані й відображені в значеннях спеціальних термінів мас-медійної сфери.

На думку вчених, вивчення системності метафоричних транспозицій у межах різних сфер досвіду дозволяє проникнути в структуру людського мислення і зрозуміти, яким чином ми уявляємо навколишній світ і своє місце в ньому, тобто фактично метафору розглядаємо як інструмент дослідження картини світу. Поняття медіареальності формує сьогодні значну частину візуального досвіду людини, де метафора як значеннєвий смисл зображає винесену інформацію за межі медіа контексту. Можемо стверджувати, що сам феномен віртуалізації реальності є предметом рефлексії різних наук та галузей, тому постає запитання переформатування чуттєвого сприйняття людиною світу в руслі метафорично-всепоглинаючої медійної його презентації та рецепції.

Дослідники стверджують, що експлікація авторських емоцій шляхом метафоризації важлива не лише сама по собі, а тому, що емоції здатні закріплювати домінантні особливості смислу у спеціальних текстах. Ми дотримуємося думки, що метафоричні одиниці – це вислови, що мають як

буквальне значення компонентів так і їх численні смислові прирощення, які експлікуються у фахових текстах, як от у таких прикладах: *better untaught than illtaught* – *краще бути неграмотним, ніж неправильно навченим*; *live and learn* – *вік живи, вік вчися*; *easier said than done* – *легко сказати, ніж зробити*; *many men, many minds* – *скільки голів, стільки і розумів*; *nothing is impossible to a willing heart* – *хто хоче, той досягне*. [COCA].

Як бачимо, образність мас медійних термінів виникає унаслідок метафоричності їх значень і так само не сприймається у ролі об'єктивного критерію через доволі тривале використання загальноживаного слова в контексті мас-медійної термінології. Услід за мовознавцями поділяємо думку, що подібні терміни, оминувши етап перенесення зі сфери функціонування на сферу фіксації й закріплення, принаймні в спеціальній науковій літературі, засвідчили свій термінологічний статус, мотивованість і водночас продуктивність термінотворення способом вторинної номінації [4, С. 97].

Аналіз термінології мас-медійної сфери дає підстави стверджувати, що на початковій стадії її становлення вторинна номінація є однією із продуктивних способів термінотворення. Метафори, що використовуються у фаховій мові мас-медійної сфери, частково відображають сутність явища, яке позначають, тобто трансформуються і пристосовуються до нового змісту. Скажімо: *to burn bridges* – *спалювати мости*; *to spill the beans* – *видати секрет*; *to throw mud at smb.* – *поливати брудом когось*; *to paint the devil blacker than he is* – *згущувати фарби*; *to be narrow in the shoulders* – *не розуміти жартів*; *to throw dust into smb's eyes* – *заговорювати зуби*; *eat what you kill* – *система компенсації, що передбачає фінансову винагороду, пропорційну докладеним зусиллям*. [OD].

Отже, у мові ЗМІ концептуальну метафору використовуємо для досягнення різних ефектів, тобто її вживання може бути зумовлене бажанням зробити друковане слово емоційнішим, впливовішим. За допомогою метафори можна змусити читача замислитися над актуальними питаннями сьогодення, сприяти ствердженню певних світоглядних орієнтирів громадян. Ми вважаємо,

що використання метафор у фаховій мові не лише, увиразнює а й надає їй нового семантичного наповнення та забарвлення.

Безперечно, що досі ще не має остаточних варіантів вирішення параметрів метафор, пов'язаних з повною палітрою семантичного вираження. Варто зазначити, що корпус метафоричних одиниць англійської фахової мови мас-медійної сфери є дуже чисельний і різноманітний, тому важко охопити їх всі семантичні нюанси. Вважаємо, що для повного розуміння метафори, слід сприймати її структурні частини саме у вторинному значенні, як от: *“to make a mountain out of a mole hill”* – *робити з мухи слона, тобто занадто перебільшувати що-небудь*, яке розкривається лише у тому випадку, якщо слово *“mountain”* розглядати у значенні “щось величезне”, а слово *“molehill”* – щось незначне.

Використання метафор зазвичай продиктоване бажанням досягти ефективності, його дієвості, оскільки мас-медійна сфера формує суспільну думку. У будь-якому випадку активне використання метафор у мові ЗМІ супроводжується процесами подолання одних стереотипів сприймання тих чи інших реалій і заміщення їх новими, моделювання певної мовної картини світу – своєрідної надбудови над реальністю.

Отже, спектр досліджень, пов'язаних так чи інакше з метафорою постійно розширюється, адже метафора охоплює повністю антропологічний вектор розвитку мовознавства. У термінологічному сенсі досліджуване явище існує у двох основних значеннях – метафора у контексті мислення (думки) й у площині мови. Таким чином, сьогодні розуміння терміна "метафора" – вже далеко не обмежується простим перенесенням за подібністю чи аналогією, а є фактично складною багатофункціональною дискурсивною категорією з тенденцією до відокремлення як самостійний науково-міждисциплінарний термін.

Доходимо висновку про те, що метафори, як зрощення, теж семантично неподільні і виражають цілісне значення, але на відміну від інших одиниць, вони мають умотивоване значення. За нашими переконанням, у своєму компонентному складі метафори включають інваріантний компонент, який

сприяє мотивації її значення загалом. Таке розуміння є суттєвим у висвітленні теоретичних питань метафорики, розкритті когнітивного механізму творення метафоричного смислотворення, кореляції семантики цілого вислову, що передбачає перспективу подальших наукових розвідок.

Висновки до третього розділу

Вище викладене, дає усі підстави зробити висновки про те, що термінологічна полісемія уможливорює диференціацію словникового корпусу спеціальної мас-медійної сфери до подальшого його розвитку. Сукупність проаналізованих семантичних варіантів полісеманта свідчить про наявність тісного зв'язку між його узагальненим інваріантом та змінними смислами. Різні значення полісеманта – це різні реалізації його потенціалу у відповідно різні одиниці його актуалізації у мовленні. Фактична, активна роль тут належить не фаховому контексту, а узагальнюючій абстрагуючій діяльності мислення, завдяки котрій і можемо пояснити феномен термінологічної полісемії у мас-медійних текстах.

Доходимо висновку про те, що полісемію (як динамічне функціонування сукупності семем полісеманта у мовній діяльності) необхідно розглядати з позиції інваріанта та його смислів, за допомогою яких носій мови у відповідному синтагматичному оточенні актуалізує релевантну сему (ознаку), диференціюючи, таким чином, різні смисли того самого терміна мас-медіа. Отже, термінологічний потенціал моно та полісеманта аналізованої мас-медійної сфери володіє потужним внутрішнім семантичним та функціональним резервом, що впливає на продуктивність та еволюцію термінологічного фонду.

На нашу думку, одне полісемантичне слово-знак співвідноситься у плані мови з одним і лише одним інваріантним змістом, а в плані мовлення з одним і лише одним змінним смислом. Полісемія терміна - одна з його найсуттєвіших

семантичних особливостей, що проявляється у різних терміносистемах, мас-медійної сфери, зокрема, дає змогу раціонально використовувати смислотвірний потенціал терміна.

У зазначеній розвідці, проаналізовано основні трактування «конверсія», яка загалом тлумачиться як безафіксне словотворення, що ґрунтується на зміні парадигми слова без зміни його матеріального вираження.

Конверсія – один з найпродуктивніших способів утворення та поповнення термінологічного фонду мас-медійної сфери сучасної англійської мови. Дослідження різних прикладів конверсій дозволяє зробити висновок про зростання обсягу термінологічних одиниць досліджуваної терміносистеми, створених на основі конверсійних моделей.

У розділі зосереджено увагу на чотирьох основних різновидах конверсії: вербалізація, субстантивізація, ад'єктивізація, адвербіалізація. Так само зазначено, що способи термінотворення за своїми структурними особливостями поділяються на: морфологічні, морфолого-синтаксичні та синтаксичні. Динамічне використання конверсії, її функціонування у мас-медійному тексті створює додаткові інтенції привертання уваги до таких текстів та якісно підвищує їх експресивність.

Напрошується висновок про те, що конверсія як динамічний процес розвитку термінологічного фонду є внутрішнім законом розвитку сучасної англійської мас-медійної сфери, поповнення його запасу. Поширеність конверсії переконливо свідчить про системність мови, оскільки в її основі перебуває залежність способів словотворення від граматичного складу мови і типових структурних способів. У цьому плані, конверсія привертає увагу не лише своєрідністю зовнішнього вираження, але й внутрішньою характеристикою / виключною варіативністю та гнучкістю семантичних зв'язків.

Отож, за допомогою конверсії у мас-медійних текстах актуалізується імпліцитно прихована інформація. Тому явище конверсії у перспективі вимагає детальнішого аналізу та фіксування особливостей свого функціонування, адже

такий процес є одним із найпродуктивніших способів словотворення сучасної спеціальної англійської мови мас медіа.

В якості підсумку також зазначимо, що спектр досліджень, пов'язаних з метафорою постійно розширюється, адже метафора охоплює повністю антропологічний вектор розвитку мовознавства. У термінологічному сенсі досліджуване явище існує у двох основних значеннях – метафора у контексті мислення (думки) і у площині мови. Сьогодні розуміння терміна "метафора" – вже не обмежується простим перенесенням за подібністю чи аналогією, а є фактично складною багатофункціональною дискурсивною категорією з тенденцією до відокремлення як самостійний науково-міждисциплінарний термін.

Відтак стверджуємо, що метафори, як зрощення, теж семантично неподільні і виражають цілісне значення, але на відміну від інших одиниць, вони мають умотивоване втілення. За нашими переконаннями, у своєму компонентному складі метафори включають інваріантний компонент, який сприяє мотивації її значення загалом.

Викладена гіпотеза та концепція розуміння метафори є суттєвим у висвітленні теоретичних питань метафорики, розкритті когнітивного механізму творення метафоричного смислотворення, кореляції семантики цілого вислову, що без сумніву передбачає перспективу подальших наукових розвідок у цьому напрямі.

Основні положення розділу висвітлено у публікаціях автора [103;104;108;]

РОЗДІЛ 4.

СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ТЕРМІНІВ МАС-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

4.1 СИНОНІМІЧНО-АНТОНІМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ТЕРМІНОСИСТЕМИ МАС-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Підрозділ наукової праці присвячено аналізу синонімічно-антонімічних зв'язків у процесі формування терміносистеми мас-медійної сфери, їх теоретичних аспектів пов'язаних з проблемами значення терміна мас-медіа, розмежуванню специфіки його функціонування у мові та мовленні. Висвітлено особливості семантики та функціонування синонімів та антонімів у процесах англomовного термінотворення мас-медійної сфери порівняно із загальноживаною лексикою. Простежено термінологічну лексику мас-медійної сфери на перетині синонімічних та антонімічних рядів.

Встановлено, що диференційні семи у семантичній структурі кожного з термінів мас-медіа близькі за змістом і тому виявляють семантичну сполучуваність і можуть використовуватися одна замість іншої у спеціальних контекстах. Фактологічний досліджуваний матеріал засвідчив що, протиставлення термінів мас-медіа передбачає наявність у кожному з них спільної семантичної основи.

На парадигматичному рівні синоніми та антоніми об'єктивно визначаються у системі мови за кількістю спільних та відмінних сем (синоніми) та на основі прямо протилежних сем (антоніми) при спільній інтегральній семі, а також за кількістю синонімічних, антонімічних смислів їхніх сполучень у синтагматичному плані.

Аргументовано, що аналіз терміновірної активності сем термінів синонімів мас-медійної сфери уможливив виявлення синонімічних зв'язків термінів мас-медійної сфери між собою.

Окреслена у підрозділі проблема належить до однієї з найскладніших та найбільш дискусійних у термінологічній та функціональній семасіології. Більшість мовознавців схилиються до думки, що феномен синонімічно-антонімічних зв'язків терміна є ключовим аспектом розвитку мови, оскільки відіграє домінуючу роль у мовному процесі номінації.

Критичний огляд теоретичних праць засвідчує, що у галузевому термінознавстві не існує єдиного погляду на феномен синонімічно-антонімічних зв'язків фахового терміна. Зазначеній проблемі завжди надавалася увага у наукових розвідках; (С.І. Вовчанської., З.Б. Куделько., Л.А. Новикова., Є.Ф. Скороходька., Л.О. Симоненка та інших). Останнім часом з'явилася низка досліджень присвячених функціонуванню синонімічно-антонімічних зв'язків у процесах термінотворення, ролі семантичного компонента інваріанта у формуванні нових смислів фахового терміна (Р.Дудка., С.О. Гурського., Э. Сепира., S. Ullman., J.C. Zager) та багатьох інших.

З нашої точки зору не варто порівнювати синонімію у загальноживаній лексиці й синонімію у галузевих терміносистемах, адже остання має традиційно характеризуватися відсутністю експресивності, стилістичною диференціацією у межах наукового стилю, диференціацією за сферами використання тощо. Саме у більшості дослідників побутує точка зору про те, що синонімія терміна є явищем, небажаним у терміносистемах

Певні аспекти вияву синонімічних зв'язків має кожна конкретна галузь знань, у тому числі й мас-медійна, що пов'язано зі своєрідністю формування та структурою її категорійно-поняттєвого апарату. На початковому етапі становлення терміносистеми, або в періоди інтенсивного її розвитку чи нормування у терміносистемі спостерігаємо найбільшу кількість синонімів. Для того, щоб глибше зрозуміти поняття синонімії у терміносистемі мас медійної сфери необхідно простежити лінгвальні та екстралінгвальні причини її виникнення. На наше переконання, як синонімічні так і антонімічні зв'язки мас медіа підпорядковуються універсальним законам і наявність цього явища в термінотворенні закономірна і до кінця не досліджена.

Загальновідомо, що мова як комунікативна система формується шляхом абстрагування від окремих випадків уживання слова терміна і фіксації у системі. У дослідників спостерігаємо розбіжність у поглядах стосовно різниці між синонімами та антонімами. Так на думку С. Ульмана, у процесі дослідження синонімів лише ті слова належать до синонімів, які можуть замінювати одне одного у будь-якому контексті, без найменшої зміни як поняттєвого так і емоційного змісту [257].

Вважаємо, що основним критерієм синонімічності є семантична подібність позначуваних понять, засобом вираження яких є термінологічні одиниці у межах єдиної словникової статті як основа синонімічності. У свою чергу антонімічність терміна мас-медійної сфери, на наш погляд складає сукупність структурно термінотвірних семантичних ознак як лексичного так і семантичного рівнів, що базуються на важливих принципах спільності, відмінності.

Наше завдання полягає у тому, щоб з'ясувати особливості семантики та функціонування синонімів та антонімів у процесах англomовного термінотворення порівняно із загальноживаною лексикою, простежити у термінологічній лексиці мас-медійної сфери перетин синонімічних та антонімічних рядів та синонімію антонімічних протиставлень.

Синонімічно-антонімічні зв'язки досліджуваної мас-медійної сфери мають доволі складну семну структуру куди входить спільна інтегральна сема та додаткові диференційні семи, що актуалізують у мас-медійному фаховому дискурсі варіативність смислів. Так, Ю. Д. Апресян називає синонімами слова, які мають тотожний чи близький семний склад, а також здатність чи нездатність до взаємозамінності у певних контекстах. На думку вченого, ідеальні синоніми повинні мати ідентичний семний склад та здатність замінювати один одного без зміни значення висловлювання в усіх контекстах. Проте, реально цій умові не задовольняє жодна пара слів, які зараховують до розряду синонімів. Тобто, слова-терміни, або мають певну семантичну відмінність, або вони не можуть взаємозамінюватись у фахових контекстах мас-

медіа як от: *digest – to condense, arrange systematically and methodically in mind, ponder over; summarise, to classify e.g. literary digest, to digest events, to digest an insult etc.[OD]*.

Попри свою семантичну близькість, синонімічні терміни мас-медійної сфери мають чітко виражені диференційні семи, скажімо: *tabloid – digest, summary – a newspaper in compressed form that is about half of the page size of an ordinary newspaper and that contains news in condensed form and much photographic matter; featuring stories of violence, crime or scandal presented in a sensational manner, giving news in concentrated and easily assimilated form [LDOC]*.

У мовознавчих дослідженнях часто стверджується, що одна з вимог до ідеального терміна – це відсутність синонімії у межах окремого термінологічного поля. Очевидно, це пов'язано з тим, що синоніми, будучи загальномовним явищем, доволі часто позначають близькі значення, слова-синоніми конкретизують, уточнюють одне одного, мають певні стилістичні відтінки тощо. Так, на думку дослідників, термінологія як складова частина загальномовної мови має підпорядковуватися процесам її розвитку та функціонування, згідно з якими лексичні одиниці задля забезпечення семантичної рівноваги мови та підвищення її комунікативної чіткості виробили здатність до акумуляції у своєму змістові нових значень або їх смислових відтінків [6, с. 5]. Для прикладу *summit – level, degree – a conference of highest level, officials (as heads of government) syn. peak, climax, lure, apex, culmination; (ant.) – bottom, outcome, upshot etc [CSCD]*.

Синонімічна термінологія мас-медійної сфери не є винятком, у ній діють ті самі лексико-семантичні процеси, які притаманні синонімам загальномовної мови, демонструючи водночас свої семантичні та функціональні особливості, адже за слушною думкою дослідників синоніми з'являються на ранніх етапах формування термінологічних систем. Зокрема, О. В. Суперанська стверджує, що наявність синонімів у фаховому тексті свідчить про недостатньо повне вивчення цього явища, тобто термін-синонім, або зникає

повністю після ґрунтового аналізу, або розмежуються і більше не є синонімом [174, с. 49].

У свою чергу, Л. О. Симоненко вважає, що синонімія спостерігається у термінологічних системах на будь-яких етапах розвитку. Тому з самого початку виникнення терміносистем виникає потреба у виборі із синонімічного ряду того терміна, який найточніше схарактеризував би те, чи інше поняття, який має найінформативнішу внутрішню форму [10, с. 33]. Для підтвердження цих думок наведемо такі приклади мас-медійних термінів синонімів: *fake – syn. dodge, sham, ramble, as in cooked report, imposture; black out – to suppress by censorship (black out the news), blot out, erase the event from the mind etc.[COCA]*.

Як засвідчує опрацьований теоретичний та прикладовий матеріал, антонімія, є менш дослідженою порівняно з синонімією як процес термінотворення. Так, антонімічні зв'язки у термінології мас-медійної сфери ґрунтуються на протилежності понять, що є вагомим внеском у системність термінологічної лексики. Е. Сепір стверджує, що антонімія – це вияв мовної парадигматики, яка засвідчує наявність у двох знаків відношень протилежності. А за визначенням З.Б. Куделько, антоніми, є словами, що протиставляються за найзагальнішою та істотною для їх значення семантичною ознакою, характеризують явища одного плану й перебувають на крайніх позиціях відповідної лексико-семантичної парадигми [112]. Аналіз ілюстративних прикладів підтверджує думку про те, що антонімія – це якісно інші семантичні зв'язки, які реалізуються протиставленням іншої, крайньої полярної ознаки *e.g. cold negotiations, talks, discussions – hot negotiations, talks, discussions*; як у такому контексті: *He started life at the **bottom** and worked his way to the **top**;*[ELL].

Поділяємо думку дослідників, які вважають, що логічну основу антонімії становлять видові поняття, як межа прояву якості (властивості), зумовленої родовим поняттям [209, с. 36]. Термінологічні антоніми мають знакову природу, обов'язкову дефінітивність значення та перебувають у тісному зв'язку із логікопоняттєвими категоріями. Саме ці факти, на думку дослідників, є

причиною того, що явище антонімії стає характерним і для галузевих терміносистем.

На противагу явищу синонімії, антонімія є невід'ємною частиною терміносистем й істотно не відрізняється від ідентичного явища в загальноживаній лексиці. Так, можемо вважати, що у термінології антонімію варто розглядати як один із регулярних принципів найменування поняття із протилежним змістом, а О. В. Суперанська акцентує на тому, що саме антонімія допомагає позначити крайні точки термінологічного поля, перебрати логічні можливості термінологічної системи [174, с. 54]. Тут, погоджуємося з думкою дослідників, що антоніми уточнюють характер поняття, підсилюють системність терміносистеми, надаючи їй різнобічного характеру, сприяють вираженню однозначності й точності [174, с. 71]. *e.g. long-hand – written by hand in which the words are written out in full, so opposed to shorthand writing; [OALD].*

Досліджувані синонімічні терміни мас-медійної сфери мають доволі складну семну структуру, оскільки кожен термін окрім спільної інтегральної семи має кілька додаткових диференційних сем. Експліковані диференційні семи кожного з термінів близькі за змістом і тому відповідно мають в окремих випадках сполучуваність і можуть взаємно замінюватися у деяких контекстах, звичайно не без заміни змісту висловлювання та стилістичного забарвлення *e.g. rude, harsh, words;*

Отже, термінологічна антонімія утворюється на основі логічного протиставлення, що відображається у системі понять певної науки. Висловлюємо думку, що антонімічної пари називають предмети та явища одного роду і належать до однієї категорії об'єктивної дійсності. Логічну основу такого явища утворюють протилежні видові поняття. Протиставлення термінів мас-медіа передбачає існування у кожному з них спільної семантичної основи (інваріанта), а разом із тим передбачає розвиток нового смислу у термінах, що протиставляються.

Тобто, антонімія термінів можлива лише за наявності відповідної терміносистеми, тобто коли є взаємопротиставлені чи корелюючі пари

термінопонять або єдиний гіперонім для обох членів антонімічної пари. Наведімо приклад: *whitelist –(ant.) blacklist a list of dangerous people and things; a list of approved or favored people or items – compare blacklist; white lie, propaganda etc.[MWO]*.

Одним із завдань окресленого наукового дослідження є визначення продуктивності термінів-антонімів, які зафіксовано в терміносистемі мас-медійної сфери, за видами протилежності, морфологічною структурою, частиномовним вираженням та способом словотвору. Критичний аналіз наукових праць із цієї проблеми та фактичний матеріал дають змогу встановити такі типи антонімічних зв'язків: а). протиставлення між термінами за інваріантним значенням зі спільними категоріальною та інтегральною семами і диференційними семами діаметрально протилежного напрямку й рівного віддалення тотожної властивості від імпліцитної середньої точки відлік; *e.g. the reporter's facts, truth, reality–false, not true, unreal facts etc;*

Такі зв'язки вважаємо антонімічними, а відповідні слова терміни мас-медіа антонімами; б). протиставлення термінів, інваріантні значення яких пов'язані взаємним і повним запереченням, імпліцитного ствердження наявного протилежного значення іншого терміна, як от: *e.g. possible meeting – impossible meeting* власне там де закінчується *possible* починається *impossible*.

У терміносистемі мас-медійної сфери функціонують протиставлення які ми поділяємо, користуючись класифікацією Л. О. Новікова, на такі види протилежностей, а саме: контрарні (якісні), комплементарні, векторні антоніми та їх підтип антоніми конверсиви [138, С. 97–102]. *e.g. standupper – a TV news report or interview by an on camera reporter standing usually at the scene of an occurrence, witness - stand by – a reporter which can be depended upon, as for use as a substitute or in an emergency;[MCD]*.

Вважаємо, що у лексичній системі мови антоніми, позначаючи протилежність тих чи інших якостей, дій, знаходяться у тісній взаємодії з синонімами, що свідчить про системність антонімії. Така системність говорить про те, що між синонімічними рядами актуалізуються симетричні антонімічні

зв'язки, які утворюють мікросистему, де антонімічні компоненти взаємопов'язані з мікросистемою синонімічного ряду.

Із вище викладеного випливає попередній висновок про те, що на парадигматичному рівні синоніми та антоніми об'єктивно визначаються у системі мови за кількістю спільних та відмінних сем (синоніми) та на основі прямо протилежних сем (антоніми) при спільній інтегральній семі, а також за кількістю синонімічних, антонімічних смислів їхніх зв'язків у синтагматичному плані. Такий аналіз смислотвірної активності сем термінів синонімів уможливорює виявлення синонімічних зв'язків термінів мас-медіа між собою.

Як висновок стверджуємо, що проаналізовані терміни мас-медійної сфери у процесі виявлення синонімічно-антонімічних зв'язків та функціонування розвивають і збагачують семний склад своїх інваріантних значень і позначають інші ознаки об'єктів чи понять інших класів як основ семантичної опозиції, виконуючи при цьому функції семантичних диференційних ознак. Тобто, синонімічні антонімічні зв'язки в англійському термінотворенні мас-медійної сфери без сумніву кваліфікуємо, як своєрідну парадигматичну єдність у складі лексико-семантичної системи фахової мови.

Синонімія та антонімія як системно утворювальні категорії англійської фахової мови є суттєвим чинником термінотворення і потребують у перспективі виявлення повних синонімічних та антонімічних рядів одного і того самого терміна мас-медіа.

4.2. КОНТАКТУВАННЯ ТА ВЗАЄМОВПЛИВ МОВ У ПОПОВНЕННІ ТЕРМІНІВ МАС-МЕДІЙНОЇ СФЕРИ

Сучасна мовознавча наука акцентує на тому, що одним із найважливіших зовнішніх чинників мовних змін і розвитку мови є контактування та взаємовплив мов. Такою контактною мовою, що полегшує міжнародне спілкування у всіх сферах людського життя є англійська мова, яка отримала статус мови міжнародного спілкування. Англійська мова стала потужним

джерелом лексичних запозичень у мас-медійній сфері, що пояснюється економічною могутністю англomовних держав світу.

На сьогодні, звичним є вивчення особливостей функціонування запозиченого терміна, переосмислення його семантики внаслідок входження в іншу мову. Наголошуємо на тому, що в значенні заново утвореної термінологічної одиниці мас-медіа експлікуються додаткові смислові відтінки, внаслідок чого вона уточнюється і набуває завершеності, адже термінологія це той лексичний пласт, у якому міжмовні взаємини є найвиразнішими.

Аналіз мовних та позамовних явищ, за допомогою яких професійна мова мас-медіа збагачує та розширює своє функціонування, дозволяє встановити нові тенденції й особливості утворення та вживання термінологічних одиниць мас медійної сфери. Слово, як основна одиниця мови, а відтак мас-медійний термін, як ключовий елемент галузевої термінології характеризується здатністю постійно змінюватися (структурно й семантично) залежно з науковими та суспільними потребами.

Розвиток цивілізації традиційно зумовлює використання лексичних одиниць як термінів у різних галузях наук у тому числі мас-медійного простору. Особливо це помітно у сучасній англomовній медійній сфері, терміносистема якої формується та поповнюється головню за рахунок загальноновживаної лексики: *feature; background; lead; manipulation; insider; infotainment; briefing; soundtrack; narrative, etc.* Невизначеність та багатозначність загальноновживаних слів не є перешкодою до використання їх у функції спеціальних термінів. Оскільки загальнономовні слова забезпечують взаєморозуміння комунікантів у звичайному спілкуванні, то у галузі мас-медійної сфери так само можливе повне й однозначне розуміння її фахівців.

Адже у фахових терміносистемах функціонують ті самі семантичні механізми що й у загальноновживаних словах, у першому випадку це побутові комунікативні поняття, а в другому науково-визначені спеціальні мас-медійні терміни. Важливим у процесі їх дослідження є виокремлення та абстрагування комунікативно-релевантної диференціальної ознаки поняття і закріплення її як компоне-

нта інваріантного знакового значення. Відтак виявлена стабільність інваріантного значення слова-терміна, його диференційна функція забезпечують надійне й однозначне розуміння фахівців мас-медійної сфери.

Стрімкий розвиток засобів масової інформації, загальнодоступність інформаційних джерел сприяє не лише інформатизації суспільства, але й формуванню суспільної думки та зростанню інтелектуального рівня відповідної спеціальної сфери, якою є досліджувана мас-медійна термінологія. Зацікавленням дослідників є те, що спеціальна лексика англійської мови мас-медійної сфери, перманентно розвиває нові значення для номінації нових понять і об'єктів: *spoiler; teaser; booktrailer; biopic; blockbuster; scoops, etc.* Більшість термінів досліджуваної сфери вже пройшли еволюційний шлях у процесі контактування мов. Таким чином, термінологічна система мас медійної галузі виявляє динамічний характер, тому що для розуміння мас-медійного терміна, як і будь якого іншого, важливе повне осягнення спектру його смислових нюансів.

Як відомо, у процесі мислення людина виокремлює, абстрагує і фіксує у словах ті ознаки, які найбільше відповідають потребам мовного спілкування конкретного колективу. На сьогодні у термінознавстві усталеним є твердження згідно якого значення слова-терміна є триєдним, оскільки поєднує у собі денотативний, конотативний та прагматичний компоненти. Саме денотативний елемент (або макрокомпонент) може бути диференційований на мікрокомпоненти, що виражають окремі ознаки денотата у терміні мас-медіа.

Традиційно такі мінімальні елементарні компоненти як найменші диференційні ознаки називають семами. Сему тлумачимо як елементарний смисл, що є відображенням у свідомості носіїв мови певної ознаки об'єктивно притаманної денотату, або приписуваної йому певним мовним середовищем, а отже такою, що є об'єктивною щодо кожного мовця.

Зупинимося на аналізі останнього “стабільний інваріантний семантичний компонент” детальніше, як менше досліджений у наукових працях. Інваріантне значення як узагальнені, стабільні, абстрактні компоненти різних значень дають змогу збагнути механізм “породження” різних смислів одного і того самого

слова терміна мас-медійної сфери, зокрема у фаховому мовленні чи спеціальному контексті. Суттєвим в інваріантному значенні слова-терміна є виокремлення його структурних семантичних компонентів, які в конкретній мовленнєвій ситуації експлікуються як комунікативно-релевантні та структурно-організовані.

Нагадаємо читачеві, що у стабільному інваріантному значенні різні смисли того самого слова-терміна відрізняються лише за тотожною, а не диференційною ознакою. Додамо, що традиційний компонентний аналіз, який передбачає розкладення семної структури слова-терміна, все ж не виявляє механізму *породження* його смислових нюансів.

З огляду на вкладене вище, виникає необхідність у дослідженні мас-медійного терміна як системи взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних та стилістичних мовних засобів. Також потреба є у переосмисленні усталених підходів, методів і методик дослідження, залучення теоретико-методологічної бази нових лінгвістичних напрямів, які уможливають обґрунтування структури, семантики та прагматики мас-медійного терміна: *speechwriter; streaming; info-demic (information epidemic); PR-manager*.

Завдання окресленого підрозділу полягає у тому, щоб проаналізувати міжмовні впливи на формування сучасної англійської терміносистеми мас-медіа, розглянуто роль мовних контактів, міжмовних впливів та асиміляції романсько-германських запозичень у сучасну англійську мову. Важливим є показати шляхи проникнення запозичених термінів мас-медійної сфери до складу англійської мови головно з урахуванням норманського мовного суперстрату.

Простеження мовних контактів, іншомовних запозичень і впливів висвітлено у працях дослідників: Зацного Ю. А., Кислюк Л. П., Махачашвили Р.К., Потєбні О.О., Ситникової Т.А., Чирвоний О.С. та ін. У сучасній зарубіжній лінгвістиці також простежується яскраво виражена тенденція до вивчення міжмовних впливів в англійську мову: Є. Хауген., В. Hansen., Н. Hitchings., А. Stanforth., S. Thomson та ін.

Сучасна міжкультурна комунікація перебуває в умовах активного розвитку англomовної культури та інтернаціоналізації англійської мови. Дослідження взаємодії мовних і соціокультурних аспектів є першочерговим завданням сучасної науки та має велике теоретичне й практичне значення, особливо на фоні зростаючої міжкультурної інтеграції і мовних взаємовпливів.

Те, що сьогодні англійська мова інтенсивно поповнює свій лексичний та термінний фонд з інших контактуючих мов, зауважує багато дослідників. Такий процес є результатом тісної взаємодії фонетичних, граматичних і семантичних систем «мови–донора» й «мови–реципієнта». Важливим завданням є вивчення особливостей функціонування слова–терміна, переосмислення його семантики, внаслідок входження в іншу мову (семантична контамінація) тощо.

Термінознавча наука стверджує, що одним із найважливіших зовнішніх чинників мовних змін і розвитку фахової мови мас-медіа є тісне контактування мов. Наявність запозиченої фахової лексики об'єктивно характерна для будь-якої мови, що зумовлено екстралінгвальними чинниками та самою природою мови як цілісної системи. Стрімкий науково-технічний прогрес, максимальне запозичення в англійську фахову мову як засобу міжкультурної комунікації, створює сприятливі умови для інтенсивного поповнення пласту термінологіки мас-медійної сфери.

Метою цього підрозділу – є не лише простежити міжмовні впливи на формування сучасної англійської терміносистеми мас-медіа, а також дати відповідь на запитання: звідки і чому потрапив термін в англійську, як він асимілювалося у мові, як адаптувався до сучасної англійської мови.

Безперечно, що іншомовний вплив є чинником, який забезпечує розвиток термінного складу англійської фахової мови, що виявляється у процесі появи нових лексичних і термінологічних терміноодиниць. Такий процес пов'язаний з екстралінгвальними чинниками, бо віддзеркалює мовні контакти, які виникають унаслідок спілкування між носіями мови, зокрема спеціалістами галузей мас медіа [73, 21–25].

Як зазначає Ю. А. Зацний, сфера повсякденного життя перетворюється на один із головних продуцентів лексико-фразеологічних інновацій у сучасну англійську мову. Розвиваючи свою думку, учений вважає, що на шляху до повного лексичного засвоєння слово-термін проходить три етапи: 1) етап інновації, первісного вживання слова в контексті мови-реципієнта; 2) етап віртуалізму, поширення слова серед невеликої групи носіїв мови; 3) етап неологізму, вживання слова більшістю носіїв мови-реципієнта [74, 82–90]. Ми цілком поділяємо думку вченого щодо етапності адаптації терміна у фаховій мові мас-медіа.

Оскільки мова – це система, де все тісно взаємопов'язане, то процес інтерференції термінного фонду зумовлює реорганізацію її фонетичної, граматичної та лексичної систем, коли у мову потрапляють іншомовні вкраплення: скажімо, в англійській *hotkey*, аналогічно до запозичення з *фр. Service demine messages (англ. Service of short messages) – система передачі коротких повідомлень (NTC's MASS MEDIA)*.

В умовах сучасного темпу життя, у процесі функціонування зручних і динамічних інформаційних технологій в англomовному фаховому мовленні виникає велика кількість термінів, що стосуються галузі мас медіа. Такі лексичні одиниці використовують у досліджуваній сфері не лише, як терміни, а й як загальноновживані слова, оскільки кількість їхніх користувачів динамічно зростає: *netbook, laptop, spam, display, skype, login* та багато інших, які з огляду на надзвичайну їх поширеність використовуються не лише у сфері комунікативних технологій, але й в інших сферах високих технологій, а також у повсякденній комунікації [284].

Поділяємо думку тих дослідників, що розуміють під терміном *іншомовні слова* ті, які проникли в англійську з іноземних мов, не засвоєні повністю мовою, яка їх запозичила, усвідомлюються носіями мови, як «чужорідні» та зберігають ознаки свого походження.

Іншомовні слова, зокрема ті, що потрапили у сучасну англійську мову, скажімо, з німецької, вже не сприймаються мовцями – реципієнтами як

«чужорідний» елемент і не потребують пояснень щодо форми та значення (наприклад, у сучасній мас медійній термінології такі терміни активно вступають у термінотвірні процеси, як от: *нім. Affe – мавпа – людина, що невміло поводить ся з пристроєм* [NTC's MASSMEDIA].

Іншомовний вплив на будь-якому мовному рівні завжди спричиняє конвергенцію взаємодіючих мов. Дослідник Е. Хауген розробив теорію дифузії – процесу проникнення іншомовних елементів і моделей у систему мови-реципієнта [191, 61–80]. Взаємодія мов – це невідворотний процес, який виникає та розвивається унаслідок мовних контактів, що налагоджуються між мовами за умов білінгвізму і є чинником змін на різних рівнях мовної системи [257]. Процес контактування мов супроводжується освоєнням чужомовної лексики на усіх мовних рівнях системи мови-реципієнта, тому основою дослідження особливостей опанування англійської мови є також аналіз поповнення та збагачення сучасної англійської мови.

Скажімо французькі запозичення проникають у сферу мас-медіа, англійської мови, де не вистачає власних засобів вираження. Проникнення в англійську мову багатьох французьких слів та акронімів розширили свої семантичні зв'язки й абсорбували у себе все цінне й потрібне. Аналіз фактологічного матеріалу дає підстави стверджувати, що процес контактування мов належить до комплексних лексико-семантичних трансформацій, які відбуваються у термінологічній системі. Інтерференція мов впливає на еволюцію та взаємопроникнення, що сприяє глобалізаційним процесам. Особливість новоутвореної термінології мас-медіа полягає в її динамічному та кількісному поповненні, привнесенні елементів новизни у фахову мову-джерело, скажімо *The gutter press-the type of newspapers that pay more attention to shoking stories about crime and sex than to serious matters (бульварна, жовта преса)*. ; [NTC's MASS MEDIA].

Інтенсивність потрапляння нових слів-термінів у сучасну терміносистему англійської мови у різні періоди різна, тобто залежить від конкретних

історичних умов. Взаємовплив мови джерела на мову реципієнта у цьому випадку, англійської, мас-медійної сфери також суттєво залежить від мовного чинника, а саме від близькості мов, які контактують, як от: *information pollution* – негативний вплив перенасичення інформацією на спосіб життя людини, на її культуру; що за аналогією походить від *environmenal pollution* – забруднення довкілля.

Отже, англійська мова, абсорбуючи слова з інших мов, перейняла протягом розвитку найоптимальніший мовний фонд інших романо-германських мов. Скажімо, на противагу процесам мовних взаємовпливів сучасна французька мова, все ж відстоює чистоту своєї мови, намагаючись ізолювати її від іншомовних нововведень: *accès* – доступ, звертання, вибірка; *bombardement* – розсилання великої кількості недоброзичливої інформації одному користувачеві, *visualization*, синонім *affichage* – відображення, виведення інформації на екран, індикація.

Проте жодна мова, англійська мова у тому числі, не обмежена кордонами і не втрачає своєї ідентичності, а залишається мовою германської групи разом з усіма притаманними їй рисами. Протягом усіх періодів контактування англійська мова лише збагатили свій словниковий і термінний фонд.

За нашими спостереженнями, найдинамічніше процес поповнення спеціальної лексики мас-медіа реалізується на рівні формальної структури, значно довше триває так звана функціональна (семантична асиміляція). Дослідження термінової активності міжмовних контактів на терміносистему мас-медіа виявило у свою чергу корелятивні міжмовні процеси у формуванні лексики, визначило ступінь генетичної спільності між ними, з'ясувало шляхи їхньої дериваційної потужності.

Як висновок варто зазначити, що термінологічна лексика галузі мас-медіа, інформаційно-комунікаційних технологій запозичена головно з французької та інших германських мов. За останні роки вона не лише значно наростила свій обсяг, а й почала активно проникати в англійську терміносистему, фахову мову мас-медіа зокрема.

На сьогодні актуальним є вивчення особливостей функціонування запозиченого терміна, переосмислення його семантики внаслідок входження в іншу мову. Дослідники наголошують на тому, що в значенні заново утвореної термінологічної одиниці експлікуються додаткові змістові відтінки, внаслідок чого вона уточнюється і набуває завершеності, адже термінологія це той лексичний пласт, у якому міжмовні взаємини є найвиразнішими.

Вважаємо, що систематизація англомовних мас-медійної термінології на підставі аналізу міжмовної кореляції, шляхів і способів адаптації, особливостей функціонування у системі сучасної фахової мови, відкриває перспективи подальших наукових розвідок у цьому напрямі.

4.3. СЕМАНТИКО – ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НЕОЛОГІЗМІВ ТА ЗАПОЗИЧЕНЬ ДО СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ МАС-МЕДІА

У зазначеному підрозділі наукової праці розглянуто семантичну роль неологізмів та запозичень в англійській мові мас-медійної сфери у площині поповнення словникового запасу, а також причини і шляхи їх появи в термінології. Описано процес входження неологізму до термінологічної системи мас-медіа. Простежено процес набуття нових смислових нюансів термінів мас медійної сфери та акцентовано увагу на аналізі семантичних запозичень, зміні їхньої структури у мові реципієнта, у площині спеціалізації значення терміна.

Стверджується, що лексичні новоутворення виникають у системі мови для позначення нового, раніше невідомого поняття, якими носії мови прагнуть лексично оформити об'єкти, навколишньої реальності у мас-медійній галузі науки та у повсякденному житті. Акцент зроблено на те, що у значенні заново утвореної термінологічної одиниці експлікуються додаткові смислові відтінки, унаслідок чого термін уточнюється і конкретизує спеціальне поняття. Простежено неологічні процеси у формуванні сучасної англійської терміносистеми мас-медійної сфери, висвітлено особливості функціонування запозиченої мас медійної термінології, з'ясовано специфіку поповнення мас-

медійної лексики в англійському дискурсі, визначено їх лінгвістичний статус, семантичне наповнення і прагматичну значущість.

Сучасна термінознавча наука визнає, що одним із найважливіших зовнішніх чинників мовних змін і розвитку мови є неологічні процеси запозичень. Англійська мова стала потужним джерелом лексичних запозичень у мас-медійній сфері, що пояснюється економічною могутністю англійських держав світу. На сьогодні актуальним є вивчення особливостей функціонування запозиченого терміна, переосмислення його семантики внаслідок входження в іншу мову. Дослідники наголошують на тому, що в значенні заново утвореної термінологічної одиниці експлікуються додаткові смислові відтінки, внаслідок чого вона уточнюється і набуває завершеності: *kickerbuilding*.

Сучасна мовознавча наука стверджує, що найважливіший зовнішній чинник мовних змін і розвитку мови - це тісне контактування мов. Дослідженню неологічних процесів та іншомовних запозичень присвячені праці: Головка О.М., Зацного Ю. А., Заботкіної В.И., Ковтун К.В., та інших. У сучасній зарубіжній лінгвістиці простежується яскраво виражена тенденція до вивчення міжмовної комунікації як джерела запозичень в англійську мову: Э Хауген., Bloomsburry G. J. та багато інших, у працях яких спостерігаємо підвищений інтерес до проблеми неології зумовлений важливою роллю неологізмів як дзеркала мовного розвитку, яке відображає пристосування мови до постійно-змінюваних під впливом зовнішніх факторів, умов його функціонування.

В останні десятиріччя сучасна англійська мас-медійна мова доповнюється багатьма сотнями неологізмів-термінів, котрі мають зв'язок із розвитком мас-медійних технологій і, згодом, появою, багатьох реалій, явищ, які вимагають своєї номінації. Саме тому спостерігається стрімкий ріст термінологічного фонду. Крім того, в зв'язку із проникненням науковотехнічного прогресу у різні сфери життя суспільства, з розвитком науки й освіти, поширенням засобів масової інформації та іншими

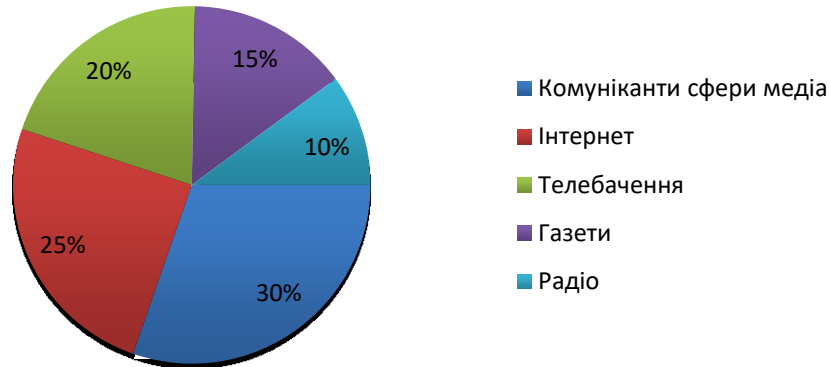
екстралінгвістичними факторами, спостерігається також бурхливе збагачення терміносистеми мас-медіа загальноживаною мовою.

Англійська фахова мова, небезпідставно претендуючи на роль глобальної, інтенсивно запозичує численну кількість нового термінологічного фонду мас-медійної сфери. Дослідження взаємодії мовних і соціокультурних аспектів є першочерговим завданням сучасної науки та має велике теоретичне й практичне значення, особливо на фоні зростаючої міжкультурної інтеграції і мовних взаємовпливів.

Неологізми мас-медійної сфери – це одне з явищ, які свідчать про соціальну та спеціальну природу мови. Навколишнє середовище постійно змінюється, суспільство розвивається з неймовірною швидкістю, прогрес науки, техніки, культури є нерозривно пов'язаним як з духовною, так і з матеріальною діяльністю людини, які, в свою чергу, нероздільні з поняттям медіа мови: *mediaterrorism; life; podcasting (iPod i broadcasting); pool; sequel*.

Головне завдання цього підрозділу наукової праці - простежити формування та поповнення сучасної англійської терміносистеми мас-медійної сфери через неологічні процеси та запозичення, висвітлити особливості функціонування неологізмів та запозиченої мас-медійної термінології, з'ясувати специфіку поповнення мас-медійної лексики в англійській спеціальній мові, визначити їх лінгвістичний статус, виявити їх семантичне наповнення, прагматичну значущість, кількісний аналіз співвідношення між проаналізованими тематичними групами неологізмів сфери мас-медіа, які ілюструємо на даній секторній діаграмі:

Кількісне співвідношення між тематичними групами неологізмів сфери мас-медіа



Кількісний аналіз неологізмів термінології мас-медіа дозволив оцінити не лише співвідношення тематичних груп, але й глобальні явища у сфері комунікації, а також визначити їх роль у сучасному суспільно-політичному процесі.

Дослідники стверджують, що саме у семантичних інноваціях фіксуються результати попередніх етапів пізнання дійсності як у соціокультурному так і морально-етичному плані, формується додаткове бачення світу [4]. Власне, в англійських мас-медійних текстах спостерігаємо відображення нових тенденцій у мовному та культурному розвитку науки та суспільства.

Шляхом залучення низки методів структурного, семантичного, функціонального і особливо методики “значення - смисл”, простежено шляхи структурно-семантичної та функціональної адаптації англійських запозичень в англійську фахову мову-мас медійної сфери.

В основі відносин між семантичним інваріантом фахового терміна і його змінним компонентом, смислом існують процеси узагальнення та диференціювання. З’ясовано прагматичні причини виникнення англійських неологізмів-запозичень у поповненні терміносистеми мас-медійної сфери, з використанням ресурсів романо-германських мов.

Будь-які суспільні зміни, у мові спеціального призначення якою є мас-медійна сфера, неможливі без оперативного мовного забезпечення. Зміни, що відбуваються у суспільстві, відображаються, насамперед, у мас-медійній сфері, тому можна із впевненістю стверджувати, що в першу чергу неологізми з'являються саме в медіа індустрії та інших видах засобів масової інформації, науково-технічній та високих технологіях. Вважається, що слово *media* є синонімом до аббревіатури ЗМІ - засоби масової інформації, насправді ЗМІ – це відсторонене сухе поінформування читача, тоді як *media* передбачає взаємодію, спілкування, з читачем, є платформою для комунікації одне з одним.

Дослідники переконливо вважають, що саме у семантичних інноваціях фіксуються результати попередніх етапів пізнання дійсності як у соціокультурному так і морально-етичному плані, формується додаткове бачення світу [4]. Власне, в англійських мас-медійних текстах спостерігаємо відображення нових тенденцій у мовному та культурному розвитку науки та суспільства. Для пересічного реципієнта такі мас-медійні терміни як: *deadline, online, blockbuster, action, sequel, remake, teaser, mainstream,* та багато інших, міцно увійшли в наш повсякденний ужиток і стали звичними.

Величезний потік нових слів та необхідність їх опису зумовили створення особливої галузі - неології - науки про неологізми, нові слова, словосполучення, нові значення колишніх слів, аббревіатури і так далі, що з'являються і перманентно виникають в усі часи та в кожній мові, викликані новими реаліями, поняттями, способами вираження.

Як стверджує статистика, в англійській як мові *lingua franca*, в середньому за рік з'являється 800 нових слів – більше, ніж в будь-якій іншій мові світу. Це ставить перед лінгвістами-термінологами завдання не фіксації нових термінів, але і їх кодифікацію, інвентаризацію та подальше дослідження англійського мас-медійного фонду. Особливої важливості набуває опис нового терміна мас-медійної сфери в аспекті діяльного підходу до мови. Основні проблеми неології в діяльному аспекті зводяться до наступного: 1) виявлення

шляхів пізнання нових слів і значень, 2) шляхи їх виникнення та функції, [2] для прикладу неологізм: *інсайдер* (англ. *insider* від англ. *inside* – всередині) – представник обмеженої групи людей, які мають доступ до конфіденційної інформації, недоступної широкій публіці [OD].

Використання загальноновживаних слів для номінації спеціальних понять, зокрема у терміносистемі мас-медійної сфери, дає підставити стверджувати, що структурно-семантичний спосіб творення термінів відіграє ключову роль інноваційних запозичень, скажімо за допомогою компонента: *show – talkshow, reality show, pop show etc.*

Іноземні мови значно вплинули на англійську мову. Наявність запозиченої лексики об'єктивно характерна для будь-якої мови, що зумовлено як поза лінгвальними факторами, так і власне природою мови як цілісної системи. Динамічний розвиток науково-технічного прогресу, максимальне запозичення в англійську фахову мову як засобу міжкультурної комунікації, створює сприятливі умови для інтенсивного поповнення пласту термінології мас-медійної сфери, скажімо: *напараці - paparazzi (it.) –free-lance photographer who aggressivelypursues celebrities for the purpose of taking candid photographs - фотограф, що агресивно і наполегливо переслідує знаменитостей з метою зйомок особистого життя без належного на те дозволу [GSM].*

Одним із чинників який забезпечує розвиток термінного складу англійської фахової мови, є інноваційні процеси, що виявляються у запозичення нових лексичних одиниць. Такий процес пов'язаний з екстралінгвальними чинниками оскільки відзеркалює мовні контакти, що виникають унаслідок спілкування між носіями мови [3]. Безперечно, що мас-медійна фахова лексика є наймобільнішою та найчутливішою до іншомовних запозичень терміносистемою.

Наявність запозиченої лексики об'єктивно характерна для будь-якої мови, що зумовлено як екстралінгвальними факторами, так і власне природою мови як цілісної системи, скажімо з італійської до англійської також потрапили терміни мас-медійної сфери: *alarm – тривога, traffic – рух, battalion -*

батальйон, bandit – бандит, cavalcade – кавалькада, manifesto- маніфест, risk – ризик, fascist – фашист та інші. Для довідки, останнє цікаве запозичення походить з (лат.) fasces – назва емблеми виконавчої влади в Стародавньому Римі (пучок березових лозин із встромленою посередині сокирою).

Як стверджують дослідники найголовнішим ресурсом запозичення іншомовних слів є наявність контактування мови-реципієнта з мовою-донором. Слід зазначити, що з розвитком мас-медійної індустрії в умовах зростаючої міжкультурної комунікації процес запозичення відбувається інтенсивніше та динамічніше. На відміну від лексичного проникнення, нові запозичення термінів передбачають поповнення та мовнокультурний вплив і експорт лексем з однієї мови в іншу, як от термін: *gold fish generation* - стосується молодого покоління, яке виросло зі смартфонами та іншими технологіями, і через це нібито має слабку пам'ять та увагу [OALD].

Як слушно зазначає професор Ю. А. Зацний, сфера повсякденного життя перетворюється на один із головних постачальників лексико-фразеологічних інновацій у сучасну англійську мову. На шляху до повного засвоєння термін як і слово проходить три етапи: 1) етап інновації, первісного вживання в контексті мови-реципієнта; 2) етап віртуалізму, поширення терміна серед невеликої групи носіїв мови; 3) етап неологізму, вживання слова більшістю носіїв мови-реципієнта (цит. праця див. [74], для прикладу: *фрілансер (англ. freelancer) – 1. у середні віки – воїн-найманець; вільний стрілець. 2. працівник, що виконує роботу без укладання довгострокового договору з роботодавцем; позаштатний працівник, незалежний підрядник [OD].*

Іншомовний вплив на будь-якому мовному рівні завжди спричиняє конвергенцію інтеферентних мов. Такі запозичення з іспанської як: *armada, embargo, flotilla, guerilla* та інші, які ввійшли у склад англійської мови, не сприймаються як варваризми, а адаптувались та проникли в узус реципієнтами.

На наш погляд, процес запозичення у сучасну англійську мову супроводжується освоєнням чужомовної термінолексики на всіх рівнях мови-реципієнта, тому основою дослідження особливостей засвоєння англомовних

запозичень у фаховій термінології мас-медійної сфери є їх структурно-семантичний та функціональний аспекти: *інфодемія* - термін походить від *information epidemic* (інформаційна епідемія) і пояснює стрімке поширення як правдивої інформації, так і фейків [9]. Варто додати, що зазвичай *information epidemic* стосується поганих новин, оскільки через страх людям важче шукати важливу інформацію та вирішувати проблеми. Скажімо, мас-медійне запозичення *genocide* з (фр.) – *genocidaire* – що позначає прихильника політики геноциду, тут можемо також навести такі запозичення з французької як *rease*, *war тощо*.

У зв'язку з тим, що з французької в англійську було запозичено найбільшу кількість термінологічних мас-медійних одиниць, вплив цієї мови відчутно позначився на систему термінотворення та поповнення, для прикладу (фр.) *confrontation* – конфронтація, протистояння, *summit* – зустріч глав держав на найвищому рівні, *conference* – конференція, *regime* – режим, тощо. Як засвідчує прикладовий матеріал, сучасна англійська мас-медійна фахова мова – це унікальне поєднання запозичених германських та романських термінологічних елементів.

Поділяємо думку лінгвістів, що розвиток нової сфери професійної діяльності іде паралельно із становленням нової терміносистеми, у процесі якого запозичуються терміни з інших сфер. Зазначимо, що часто запозичення іде за принципом суміжності позначуваних понять, як це проілюстровано на прикладі: *to shoot (a picture)* – знімати фільм, запозичене із терміносистеми фотографії у терміносистему мас-медійної сфери.

Тобто можемо стверджувати, що термінологія англійської мас-медійного дискурсу запозичується тепер й іншими мовами, де англійська мова виступає у ролі донора, як от: *стартап* (від англ. *start-up* – запуск) – компанія з невеликою історією розвитку, яка знаходиться на етапі становлення і вивчення перспектив ринку [OD].

Так само зазначимо, що має місце активне запозичення в англійську мову мас-медійної німецької термінології у ролі донора, як от: *Mittelstand* - для

позначення малого і середнього бізнесу і відповідно *Mittelstand* - для позначення підприємця, що займається дрібним і середнім бізнесом. Наведімо ще низку такі яскравих мас медійних запозичень з німецької мови: *Plunder* - плюндрувати, нищити, *Staff* – штат працівників. Останнім часом характерне помітне переважання мас-медійних німецьких термінів запозичень, пов'язаних прямо чи опосередковано з війною, як от: *Gauleiter* – керівник, *Blitzkrieg* – швидка, блискавична війна, *Bunker* – бункер, сховище тощо.

Отже, унаслідок інтенсивних міжмовних та міжкультурних контактів, англійська мова активно поповнюється як неологізмами так і запозиченнями. Відкритий доступ до іншомовного контенту дає можливість іншомовній мас медійній запозиченій термінології цілком органічно проникати в англійську мову збагачуючи та поповнюючи її своїм термінологічним фондом.

Таким чином, запозичення нових термінів є проявом інтегративних процесів, що відбуваються у межах терміносистеми мас медійної сфери. Дослідження фактологічного матеріалу англійських термінів-неологізмів у сфері мас-медійного дискурсу уможливило дійти таких висновків: термінологія англійських мас-медіа включає спеціальну загальномовну лексику, професійний жаргон, і є не від'ємним компонентом мовно – культурної комунікації та компетентності; мас-медійна сфера, яка тісно пов'язана із засобами масової інформації, уможливила простежити семантичний розвиток та функціонування мас-медійного терміна на шляху поповнення та збагачення мови професійного спілкування; мовно-культурні тенденції притаманні термінології англійської мас-медійної сфери є характерними для розвитку сучасної медіа мови.

Вважаємо, що на перспективу подальших досліджень, аналіз неологізмів та запозичень з метою формування словникового складу англійської мови видаються нам привабливим дослідницьким арсеналом, де може бути залучений увесь термінологічний корпус одиниць, що позначають мас-медійну сферу з метою експлікації його глибинного смислотвірного та

функціонального потенціалу. Так само, доцільно було б простежити механізми виникнення запозичень, зокрема у всіх субмовах засобів масової інформації.

Висновки до четвертого розділу

Головне завдання цього підрозділу наукової праці - простежити формування та поповнення сучасної англійської терміносистеми мас-медійної сфери через неологічні процеси та запозичення, висвітлити особливості функціонування неологізмів та запозиченої мас-медійної термінології, з'ясувати специфіку поповнення мас-медійної лексики в англійській спеціальній мові, визначити їх лінгвістичний статус, виявити їх семантичне наповнення і прагматичну значущість.

Проаналізовані терміни мас-медійної сфери у процесі виявлення структурно-семантичних особливостей та функціонування розвивають і збагачують семний склад своїх інваріантних значень і позначають інші ознаки об'єктів чи понять інших класів як основ семантичної опозиції, виконуючи при цьому функції семантичних диференційних ознак.

Стверджуємо, що синонімічні антонімічні зв'язки в англійській мові є своєрідною парадигматичною єдністю у складі лексико-семантичної системи фахової мови. Синонімія, антонімія як системно формуючі категорії англійської фахової мови є важливим чинником терміноутворення і потребують у перспективі з'ясування кількості синонімів та антонімів до одного і того самого терміна мас-медіа.

З огляду на це, у дослідженні мас-медійного терміна виникає необхідність аналізу взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних та стилістичних мовних засобів у переосмисленні усталених підходів, методів і методик, залучення теоретико-методологічної бази нових лінгвістичних напрямів, які уможливають обґрунтування структури, семантики та прагматики мас-медійного терміна. Усе ж, попри динаміку наукових розвідок присвячених термінології мас-медійної сфери, є ґрунтовні підстави стверджувати, що це явище в англійській мові у структурно-семантичному та

функціонально-прагматичному ракурсах має перспективу подальших наукових студій.

Засоби масової інформації (ЗМІ) все більше охоплюють сферу медіа індустрії, впливають на наше суспільне життя, адже ідея новин така ж давня як і сама мова. У сучасній лінгвістиці науковий інтерес до вивчення мас медійного дискурсу зумовлений розширенням меж і можливостей ЗМІ щодо висвітлення подій суспільно-політичного життя.

Газети сьогодні і надалі фіксують щоденне життя і є свідками звичайних і надзвичайних новин. Проблематика дослідження в наукових розвідках охоплює низку важливих питань щодо його структурно-семантичних та лінгвокогнітивних параметрів. Одним з найшвидших джерел інформування та наймасовіших сфер комунікації є мас-медійні ресурси. На підставі газетних матеріалів можна простежувати зміни в мові, появу нових термінів характерних для сучасної газетної англійської мови.

Процес запозичення нових термінів є проявом інтегративних процесів, що відбуваються у межах терміносистеми мас-медійної сфери. Дослідження фактологічного матеріалу англійських термінів у сфері мас-медійного дискурсу уможливило дійти таких висновків: термінологія англійських мас-медіа включає спеціальну загальномовну лексику, професійний жаргон, і є не від'ємним компонентом мовно – культурної комунікації та компетентності; мас-медійна сфера, яка тісно пов'язана із засобами масової інформації, уможливила простежити семантичний розвиток та функціонування мас-медійного терміна на шляху поповнення та збагачення мови професійного спілкування; мовно-культурні тенденції притаманні термінології англійської мас-медійної сфери є характерними для розвитку сучасного медіа дискурсу .

Таким чином, запозичення нових термінів є проявом інтегративних процесів, що відбуваються у межах терміносистеми мас-медійної сфери. На наш погляд, процес запозичення у сучасну англійську мову супроводжується освоєнням чужомовної термінолексики на всіх рівнях мови-реципієнта.

Слід зазначити, що з розвитком мас-медійної індустрії в умовах зростаючої міжкультурної комунікації процес запозичення відбувається інтенсивніше та динамічніше. Динамічний розвиток науково-технічного прогресу, максимальне запозичення в англійську фахову мову як засобу міжкультурної комунікації, створює сприятливі умови для інтенсивного поповнення пласту термінології мас-медійної сфери.

Крім того, в зв'язку із проникненням науковотехнічного прогресу у різні сфери життя суспільства, з розвитком науки й освіти, поширенням засобів масової інформації та іншими екстралінгвістичними факторами, спостерігається також бурхливе збагачення терміносистеми мас медіа загальноживаною мовою.

Англійська фахова мова, небезпідставно претендуючи на роль глобальної, інтенсивно запозичує численну кількість нового термінологічного фонду мас-медійної сфери.

Сучасна мовознавча наука стверджує, що найважливіший зовнішній чинник мовних змін і розвитку мови - це тісне контактування мов. Важливим є показати шляхи проникнення запозичених термінів мас-медійної сфери до складу англійської мови головно з урахуванням норманського мовного суперстрату.

Дослідження взаємодії мовних і соціокультурних аспектів є першочерговим завданням сучасної науки та має велике теоретичне й практичне значення, особливо на фоні зростаючої міжкультурної інтеграції і мовних взаємовпливів.

Таким чином, ми ставили собі за мету – не лише простежити міжмовні впливи на формування сучасної англійської терміносистеми мас-медіа, а також дати відповідь на запитання: звідки і чому потрапив термін в англійську, як він асимілювалося у мові, як адаптувався до сучасної англійської мови.

Процес контактування мов супроводжується освоєнням чужомовної лексики на усіх мовних рівнях системи мови-реципієнта, тому основою дослідження особливостей опанування англійської мови взаємовпливів у фаховій

термінології мас-медійної сфери є також аналіз поповнення та збагачення сучасної англійської мови.

Аналіз фактологічного матеріалу дає підстави стверджувати, що процес контактування мов належить до комплексних лексико-семантичних трансформацій, які відбуваються у термінологічній системі. Інтерференція мов впливає на еволюцію та взаємопроникнення, що сприяє глобалізаційним процесам.

Отже, англійська мова, абсорбуючи слова з інших мов, перейняла протягом розвитку найоптимальніший мовний фонд інших романо-германських мов.

На звершення, варто зазначити, що термінологічна лексика галузі мас-медіа, інформаційно-комунікаційних технологій запозичена головню з французької та інших германських мов. За останні роки вона не лише значно наростила свій обсяг, а й почала активно проникати в англійську фахову терміносистему мас-медіа, що видається нам перспективним напрямом майбутніх наукових розвідок.

Основні положення розділу висвітлено у публікаціях автора [103; 104; 111;]

ВИСНОВКИ

Засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють ключову роль в житті сучасного суспільства. У XXI столітті мас-медійна сфера виступає як найбільш інтенсивно розвинена галузь мовної діяльності, де основними ознаками медіамови є: інформаційна насиченість, жанрове розмаїття, суспільно-політична лексика, велика кількість кліше і штампів, що викликають особливе зацікавлення мовознавців термінологів.

Сучасний медіа дискурс трансформується на полікультурний і за змістом і за формою, адже медіакультура загалом і медіадискурс зокрема, набувають ознак інструменту дієвого впливу на реципієнтів (глядачів, читачів, комунікантів), завдяки сфері розширення дії та глобального впливу засобів масової інформації на реципієнта. Відтак термін ЗМІ інтегрований у мас-медійний дискурс є специфічним кластером формування термінного смислотворення у мовленнєвій та текстовій актуалізації. Ключовим постулатом для досліджуваної мас-медійної лексики є те, що структура і семантика їх значення як термінів також не залишається незмінною, а поповнюється іншими емоційно-експресивними смислами.

Останні десятиліття відзначаються динамічним розвитком науки і техніки, а відповідно, різних галузей термінологічної лексики, що продовжує домінувати як одна з актуальних для сучасного термінознавства, яка повною мірою охоплює і сферу мас-медіа. Означена терміносистема безпосередньо пов'язана з безперервним процесом її формування та розвитку, системний аналіз, яких становить науковий інтерес для сучасного галузевого термінознавства щодо його структури, семантики та функціонування.

Інтерес до терміна мас-медійної сфери у сучасному суспільстві пояснюється соціальною значущістю термінів як номінативних одиниць, які репрезентують глибинні знання у сферах людської комунікації. Зокрема, термінологія мас-медіа є динамічною частиною лексики, що відображає поступальний розвиток цивілізаційних наукових знань.

В історичному екскурсі еволюція слова-терміна розвивається і якісно змінюється у напрямі від вихідних диференційних сем до узагальнених комунікативно-релевантних ознак позначення реалій. Стверджуємо, що у семантичній структурі слова чітко виокремлюється ядро (стабільна узагальнена інваріантна сема змісту) і периферія (змінна, диференційна сема, смисл). Мас-медійні терміни як експресивно та семантично насичені, оцінні терміноодиниці привертають увагу дослідників та викликають зацікавлення через характерне емоційне забарвлення.

Значення терміна мас-медійної сфери есплікується як складний мовленнєво-мисленнєвий феномен у складі якого є структуровані семантичні елементи, співвідносні із ознаками та зв'язками позначуваного предмета (явища). Будь яка інформація закодована у тому чи іншому мас медійному терміні може бути представлена у вигляді низки численних елементарних смислів, як структурних компонентів значення терміна.

Суттєвим для окресленого дослідження є залучення методики значення-смисл, де феномен інваріантного значення, та смисли розглядаємо як доповнення компонентного у мовознавчій традиції, суть якого ще не знайшла належного висвітлення у термінознавстві. Дослідження внутрішньої організації лексико-семантичної та функціональної систем мас-медійної мови, її смислового каркасу, дають підстави усвідомлювати суттєві особливості феномену пізнання глибинних семантичних процесів досліджуваної сфери, що безперечно уможлиблює інтерпретування терміна (терміносполучення) у новому контексті, тобто розкриває його диверсифікацію смислів та адекватне розуміння термінології серед фахівців мас-медіа.

Розширення функціональної парадигми мас-медіа зумовлює і суттєві зміни у реалізації потенціалу мовних засобів, зокрема через механізм утворення нових смислів у фаховому тексті. Акцентуємо на тому, що для розуміння імпліцитного наповнення терміна медійної сфери, як і будь-якої іншої, необхідно враховувати узагальнене інваріантне значення слова та визначити систему спеціальних понять, в яких вживається слово – термін як семантична

диференційна ознака (СДО), причому протиставляючи тотожні поняття цієї ж системи, а не різні поняття.

Значення досліджуваного терміна медіа дискурсу трактуємо як низку семантичних компонентів, як *семантичний диференціал*, який уможливорює комунікантам однозначне розуміння спеціальної мови. Тому ключовим є висвітлення того, як значення терміна *працює* в системі мови та мовленні, де носій мови виокремлює, абстрагує найнеобхідніші для комунікації ознаки, і як семантичний механізм *породжує* різні численні смисли одного і того самого терміна мас-медіа.

Залучена низка методів допомагають у процесі дослідження мас-медійних термінологічних одиниць в сучасній англійській мові, розмежовуючи їх на стабільний інгерентний інваріантний компонент з одного боку, та змінні диференційні компоненти (смисли) з іншого. Тобто термін мас-медійної сфери пов'язаний з інваріантним абстрагованим значенням здатний виступати певною *семантичною диференційною ознакою (СДО)* й позначати послідовно необмежену кількість об'єктивно різних спеціальних смислів у текстах мас-медіа.

Аргументуємо на тому, що досліджений термінологічний фонд повністю розкриває свій семантичний та функціональний потенціал у мас-медійному контексті через механізми експлікації структурно-семантичних та прагматико-функціональних аспектів. Щодо друкованих засобів мас-медіа, то найважливішою функцією газети є інформаційна, яка реалізується за допомогою мовних засобів усіх рівнів, лексичного, семантичного, стилістичного тощо. Експресивна функція, або функція впливу, здійснюється шляхом мовного, емоційного впливу на адресата (читача). Важливо зазначити, що у мові сучасних газет саме експресивна функція значно посилилась за рахунок використання лексики із яскраво вираженим емоційно-експресивним наповненням.

Термінологічна полісемія уможливорює диференціацію словникового корпусу спеціальної мас-медійної сфери до подальшого його розвитку.

Сукупність семантичних варіантів полісеманта свідчить про наявність тісного семантичного зв'язку між його узагальненим інваріантом та змінними смислами. Можемо із впевненістю аргументувати, що різні значення полісеманта – це різні реалізації його потенціалу у відповідно різні одиниці його актуалізації у мовленні. Фактично, активна роль тут належить не контексту, а узагальнюючій абстрагуючій діяльності мислення комуніканта, завдяки котрій і можемо пояснити феномен термінологічної полісемії у мас-медіа.

Полісемія як динамічне функціонування сукупності сем полісеманта у мовній діяльності слід розглядати з позиції інваріанта та його смислів, за допомогою комунікацій мови у відповідному синтагматичному оточенні актуалізує релевантну сему (ознаку), диференціюючи різні смисли того самого терміна. Тобто, термінологічний потенціал моно та полісеманта аналізованої мас-медійної сфери володіє потужним імпліцитним семантичним та функціональним потенціалом, що впливає на продуктивність та еволюцію досліджуваного термінологічного фонду.

На наше переконання, одне полісемантичне слово-знак співвідноситься у плані мови з одним і лише одним інваріантним змістом, а в плані мовлення з одним і лише одним змінним смислом. Отже, полісемія терміна - одна з його найсуттєвіших семантичних ознак, що проявляється у різних терміносистемах, мас-медійної сфери зокрема, що дає змогу раціонально використовувати смислотвірний потенціал терміна.

Стверджуємо, що явище конверсії є найпродуктивнішим способом утворення та поповнення термінологічного фонду мас-медійної сфери сучасної англійської мови. Покликаючись на аналіз прикладів конверсій спостерігаємо зростання обсягу термінологічних одиниць досліджуваної терміносистеми, створених на основі конверсійних моделей.

У процесі аналізу прикладового матеріалу зосереджено увагу на чотирьох основних різновидах конверсії: вербалізація, субстантивація, ад'єктивація, адвербіалізація. Зазначені способи словотворення за своїми

структурними особливостями поділяються на: морфологічні, морфолого-синтаксичні та синтаксичні. Динамічне використання конверсії, її функціонування у мас медійному тексті створює додаткові інтенції привертання уваги до таких текстів та якісно підвищує їх експресивність та емоційність.

Конверсія як динамічний процес розвитку термінологічного фонду є внутрішнім законом розвитку сучасної англійської мас-медійної мови, поповнення його запасу. Поширеність конверсії переконливо свідчить про системність мови, оскільки в її основі перебуває залежність способів словотворення від граматичного складу мови і типових структурних способів. У цьому плані, конверсія привертає увагу не лише своєрідністю зовнішнього вираження, але й внутрішньою характеристикою / виключною варіативністю та гнучкістю семантичних та смислових зв'язків. Відтак за допомогою конверсії у мас-медійних текстах актуалізується імпліцитно прихована інформація. Тому явище конверсії вимагає детальнішого аналізу та фіксування особливостей свого функціонування, оскільки цей процес є одним із найпродуктивніших способів словотворення сучасної спеціальної англійської мови.

Спектр досліджень метафори постійно розширюється, адже вона охоплює повністю антропологічний вектор розвитку мовознавства. У термінологічному сенсі досліджуване явище існує у двох основних значеннях – метафора у контексті мислення (думки) і у площині мови.

Метафори у нашому розумінні теж семантично неподільні і виражають цілісне значення, але на відміну від інших одиниць, вони мають умотивоване значення. Тобто у своєму компонентному складі метафори включають інваріантний узагальнений компонент, який сприяє мотивації її значення загалом. Таке розуміння є суттєвим у висвітленні теоретичних питань метафорики, розкритті когнітивного механізму творення метафоричного смислотворення, кореляції семантики цілого терміносполучення.

Проаналізовані терміни мас-медійної сфери у процесі виявлення структурно-семантичних особливостей та функціонування розвивають і

збагачують семний склад інваріантних значень і позначають інші ознаки об'єктів чи понять інших класів як основ семантичної опозиції, виконуючи при цьому функції семантичних диференційних ознак (сми́слів). Синонімічно-антонімічні зв'язки в англomовному термінотворенні мас-медійної сфери без сумніву кваліфікуємо, як своєрідну парадигматичну єдність у складі лексико-семантичної системи фахової мови. Синонімія, антонімія як системно утворювальні категорії англійської фахової мови є невід'ємним чинником термінотворення.

Дослідження мас-медійного терміна як системи взаємопов'язаних лексичних, фразеологічних та стилістичних мовних засобів, методів і методик дослідження, залучення теоретико-методологічної бази нових лінгвістичних напрямів, уможливають обґрунтування структури, семантики та прагматики мас-медійного терміна.

У процесі активного контактування мов запозичення нових термінів є проявом інтегративних процесів, що здійснюються у межах терміносистеми мас-медійної сфери. Фактологічний матеріал англomовних термінів у сфері мас-медійного дискурсу уможливорює зробити такі висновки: термінологія англomовних мас-медіа включає спеціальну загальномовну лексику, професійний жаргон, і є не від'ємним компонентом мовно – культурної комунікації та компетентності; мас-медійна сфера, яка тісно пов'язана із засобами масової інформації, уможливила простежити семантичний розвиток та функціонування мас-медійного терміна на шляху поповнення та збагачення мови професійного спілкування; мовно-культурні тенденції притаманні термінології англomовної мас-медійної сфери.

Аналіз запозичень та формування словникового складу англійської мови є потужним дослідницьким арсеналом, де може бути залучений увесь термінологічний корпус одиниць, що позначають мас-медійну сферу з метою експлікації його глибинного смислотвірного та функціонального потенціалу.

Як засвідчило наукове дослідження, термінологічні одиниці мас-медійної сфери віддзеркалюють структурні, лексико-семантичні та функційні параметри

особливості сучасної фахової англійської мови. З погляду морфологічної структури, терміносистема мас медіа – надзвичайно цікавий об'єкт лінгвістичного дослідження.

Аналіз англійської термінології мас-медіа засвідчив, що найчисленнішими і найпродуктивнішими способами її утворення є процеси смислопородження та смислорозмежування у ментальному континуумі комуніканта. Одним з пріоритетних напрямів дослідження вважаємо лінгво-когнітивний, який розкриває цю палітру терміна в його динаміці та еволюційного розвитку.

Запропонована методика та отримані результати дають змогу виконувати лінгвістичний аналіз складної філологічної проблеми значення слова–терміна, утворення його нових смислів на підставі актуалізації диференційних, градаційних і потенційних сем.

Комплексний та кількісний аналіз терміносистеми мас-медійної сфери дає підстави дійти висновку, що її структурно-семантичні характеристики розглядаємо у площині узагальненого інваріанта та змінних смислів, їхніх глибинних і когнітивних утворень. Тому з'ясування параметрів функціонування термінів уможливорює експланаторність виникнення та транспозиції тих самих термінів у різних фахових підмовах, мас-медійної зокрема.

Оскільки термінологія мас-медійної сфери перебуває в епіцентрі соціальної уваги, то у загальномовному просторі сучасної англійської мови натрапляємо на значну кількість фразеологізмів, які своїм походженням сягають сучасної англійської мовної сфери мас-медіа. Серед них є такі, що давно увійшли до термінного фонду, а також і ті, що перебувають на шляху фразеологізації. З огляду на залучення наукових підходів до вивчення фахових мов можемо стверджувати, що сучасна лінгвістика характеризується поліпарадигмальністю, тобто аналізом різних наукових концепцій, які є в основі лінгвістичних досліджень фразеологізмів, неологізмів, запозичень у сучасну фахову англійську мову.

У фаховій комунікації, зокрема мови мас-медіа, в якій, на перший погляд, не передбачено наявність емоційної лексики, саме семантика вторинної фразеології та поповнення неологізмами є основним інструментом імпліцитної концептуалізації емоцій. Проте структурно-семантична цілісність таких двох і багатослівних фразеологічних конститuentів, і регулярна відтворюваність у фаховому контексті уможлиблюють їх віднесення до класу стійких словосполук у спеціальній комунікації.

Підсумуємо, що нові слова з'являються унаслідок дії внутрішніх чинників розвитку мови, її внутрішніх законів, аналогії, мовної економії, емоційно-експресивної лексики тощо. Заради належного розуміння суті неологізму у фаховій мові важливо знати не лише його морфологічну будову, семантичні нюанси, що відмежовують його від загальноживаних слів, а також його конотацію, особливості контекстуального функціонування тощо.

Специфіка формування фахового терміна передбачає використання окремої неолексеми, яка, ускладнює її виокремлення та співвіднесеність до певної групи. Вважаємо, що саме неологізми сфери мас-медіа у повній мірі експлікують існуючий стан фахової лексики, а її база, яка сформувалася за останні десятиліття, дає змогу осмислити термінотвірні процеси та механізми.

Оскільки запозичення у терміносистему мас-медійної сфери становлять значний пласт, контактуючи з різними мовами та культурами, запозичені слова–терміни набувають фонетичних, морфологічних і семантичних нашарувань, та семантичних виражень, номінуючи та відтворюючи численні смисли термінологічної лексики.

Найчастіше процес запозичення спеціальної лексики спостерігаємо з урахуванням структури, семантики та функціонування терміна. Дослідження термінотвірної активності англійських запозичень у терміносистему сфери мас-медіа виявило корелятивні міжмовні процеси у формуванні лексики, уможливило визначення ступеня генетичної спільності між ними, з'ясування шляхів дериваційного потенціалу досліджуваної термінології.

Термінологічна лексика галузі мас-медіа, інформаційно-комунікаційних технологій запозичена головню з нормандського мовного субстрату за останні роки не лише суттєво розширила свій обсяг, а й динамічно проникає в сучасну англійську терміносистему сфери мас-медіа.

Комплексне вивчення механізмів впровадження іншомовних метафоричних запозичень неологізмів, фразеологізмів тощо у сучасну фахову англійську мову може окреслити перспективу подальших наукових розвідок інших галузевих терміносистем. Поєднання різних методів аналізу дозволило забезпечити достовірність отриманих результатів та висновків.

Здійснене наукове дослідження передбачає перспективи подальшого поглибленого аналізу семантики фахового терміна, його концептуального наповнення та укладення нового типу галузевого термінологічного словника мас-медійної сфери.

Вважаємо, що перспективними напрямками подальшого дослідження є не лише морфологічний, семантичний, а й експресивно-стилістичний та когнітивний потенціал терміна у фахових текстах мас-медіа сучасної англійської мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеева Л.М. О метафорической природе термина. – Вестник Пермского университета. Вып. 2: Лингвистика. – Пермь, 1996. – С. 49 – 56.
2. Алефиренко Н. Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Алефиренко Н.Ф. Семантическая и смысловая структура языковых единиц. Семасиологические аспекты значения (сб. науч. трудов) /ред. Алефиренко Н.Ф.– Волгоград, 1997. С. 83–95.
3. Алефиренко Н.Ф.Современные проблемы науки о языке: учеб. пособие. 5-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2016. 416 с.
4. Алефиренко Н.Ф.Спорные проблемы семантики. Монография. – Москва: Гнозис, 2005. – 326 с.
5. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології –Харків: Вища школа, 1987. – 133 с.
6. Аллендорф К.А. Значение и изменение значений слова. – М., 1965. – 260с.
7. Андрусъ А. Семантико-когнітивний підхід у сучасних лінгвокогнітивних пошуках. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство: зб. наук. праць. Луцьк 2015. №4. С. 12–16.
8. Андрусъ І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: автореф. дис.на здобуття наук.ступення - канд. філол. наук: спец. 10.02.04. – Київ, 2003. – 20 с.
9. Антонова Л. Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации / Л. Г. Антонова // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей /отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т., 2012. – С. 74-80.
10. Антрушина Г.В. и др. Лексикология английского языка. English Lexicology: Учебник для педагогических вузов. – М., 2004. - 223 с.

11. Арнольд И.В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методы ее исследования: дис. доктора.филол.наук – Л., 1966.- 392с
12. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория Метафоры. – М., 1990. – С. 5–32.
13. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації // Мовознавство. 1983. № 6. С. 13–17.
14. Баранова С. В., Кереченко, С. М., Використання фразеологізмів у сучасному англomовному мас-медійному дискурсі // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія. 2020. Т. 1, № 45. С. 147-150.
15. Бацевич Ф. С. Смысл: сутність і сфери вияву в мові, Вісник Львівського університету. Серія філологічна. – Львів, 2004. – Вип. 24. – Ч. I. – С. 346–353.
16. Беднарчик Р. М. Газетний текст у медіа лінгвістичному дискурсі // Студентські наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2011. Вип. 4. С. 9–13.
17. Березинский В. П. Семантические неологизмы , Английские неологизмы. – Київ: Наукова думка, 1983. – С. 132–146.
18. Бессонова О.Л. Когнитивный подход к толкованию оценочных значений языковых единиц // Вестник Донецкого ун-та. 2000. - Вип. 1. – С. 119–127.
19. Бехта І. А., Матвієнків О. С. Фразеологічний модус англomовного художнього дискурсу: монографія. Львів–Рівне: Волинські обереги, 2022. – 304 с.
20. Бирвиш М. Семантика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. X. Лексическая семантика / ред. М. Бирвиш. – Москва: Прогресс, 1981. – С. 177 – 179.
21. Бистров Я.В. Методика виділення лексичного інваріанта в художньому тексті. Культура народів Причерномор'я. — 2002. — № 32. — С. 324–

326.

22. Бистров Я.В. Узагальнена одиниця змістової сторони мови: до проблеми інваріанта та варіанта: дис.на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: 10.02.15. Прикарпатський ун-т ім. В.Стефаника. – Івано-Франківськ, 1995. – 201 л.
23. Болинжер Д. Атомация значения // Новое в зарубежной лингвистике / отв. ред. С. Г. Бархударов; пер. с англ. Медниковой Д.М. – М., 1981. – Вып. 10. – С. 200–235.
24. Борсук Л. Ф. Семантична структура смислових компонентів слова знака / Л. Ф. Борсук // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мовознавство. – Тернопіль: Вид - во ТНПУ, 2006. – С. 73–77.
25. Болтянська Р.І. Розмежування омонімії та полісемії за допомогою семного аналізу // Мовознавство. – 1975. – № 6. – С. 75–78.
26. Бородина А.И. О некоторых структурно-семантических тенденциях в английском терминообразовании // Вісник Харк. ун-ту. – № 390. – Харків, 1997. – С. 19–22.
27. Бридели М. Метафорическое сплетение / Теория метафоры / ред. Т. В. Степанов. – М.: Прогресс, 1990. – С. 201–218.
28. Брудный А.А. К вопросу о слове и его значении // Уч. зап. Киргизского гос. ун-та. филологический ф-т. – 1970. – Вып.2. – Фрунзе. – С. 103–111.
29. Бурячок А.А. К вопросу о размежевании значений слова и их оттенков в толковых словарях // Проблемы толкования слов в филологических словарях. – Рига, 1963. –Вып. 14. – С. 31–37.
30. Бурячок А.А. Принципи моделювання семантичних полів лексики. Мовознавство. 1985. №4. С. 41– 47.
31. Быховец Н.Н. Лексические заимствования среди английских неологизмов / Н.Н. Быховец // Языковые ситуации и взаимодействие языков. – Київ, 1989. – С. 133–146.
32. Бялик В. Д. Лексичні новоутворення та неологізми: екстралінгвальні фа-

- ктори їх появи та засвоєння мовою // «Наукові записки» Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Мовознавство. – 2003. – № 2 (10). – С. 32–35.
33. Бялик В. Д. Структурно-семантические особенности и мотивированность научно-технических терминов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / В. Д. Бялик. К., 1987. – 185 с.
34. Бялик В. Д. Семантична транспозиція смислу лексичних одиниць в термінологічному дискурсі // Наукові записки: Серія «Філологічна». Збірник наукових праць. Випуск 24, – Острог, 2012. – С. 27–30.
35. Вардзелашвілі Ж. А. Наносмысли в компонентном анализе слова / Славистика в Грузии / ТГУ. – Тбилиси, 2003. – Вып. 4. – С. 26–29.
36. Васильева Л.В. Роль и функция СМИ в современном обществе./ Вестник Амурского Государственного Университета. Серия Гуманитарные науки. 2010 № 5. С. 109-112.
37. Вахула Б.Я. Соціальні медіа як механізм протестної мобілізації в сучасному українському суспільстві. Український соціум. 2015. №1. С. 34–43.
38. Вежбицкая А. Семантика: примитивы и универсалии. Семантические универсалии и описание языков. Москва: Языки рус.культуры, 1999. 790 с.
39. Вейнрайх У.О. О семантической структуре слова. – Москва: Новое в лингвистике. – 1970. – Вып. № 5. – С. 163–249.
40. Вейнрайх У.О. Языковые константы: Состояние и проблемы исследования: Пер. с англ. – К.: Высшая школа, 1979. – 263 с.
41. Виллюман В.Г. Семантические и функциональные связи слов и их синонимия в современном английском языке: автореф. дисс. на соискание учен. степени д-ра филол. наук – Ленинград, 1971. – 37 с.
42. Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина и терминологическая номинация: автореф. дисс. На соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» – М., 1998. – 19 с.
43. Гак В.Г. Лексическое значение слова // Лингвистический энциклопеди-

- ческий словарь. – М., 1990.–С.261-263.
44. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафоры в языке и текст / отв. ред. В. Н. Телия. – Москва, 1988. – С. 11–26.
45. Гармаш О. Л. Система словотвору англійської мови та інноваційні процеси: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" – Запоріжжя, 2005. – 22 с.
46. Головач Т.М. Сучасні англомовні медіатексти: лінгвістична специфіка та типологія // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. № 4 (55). Запоріжжя, 2018. С. 59–64.
47. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах: Учебное пособие для студентов филологических специальностей ВУЗов. Москва: Высшая школа, 1987. 105 с.
48. Грещук В.В. Поняття словотвірної парадигми у сучасній дериватології // Мовознавство. – Київ, 1985. – Вип. 1 – С. 21–27.
49. Грицай І.С. Сучасні підходи до вивчення неологізмів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1010>.
50. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влияние на духовное развитие человеческого рода // Звегинцев В.А. История языкознания XIX и XX веков в очерках и извещениях.– М.: Просвещение, 1960. – С. 77-89.
51. Гурський С. О. Значення і смисл слова // Іноземна філологія. – Львів, 1974. – Вип. 34. – С. 3–18.
52. Гурський С.О. Два типи протиставлень у семасіології // Іноземна філологія. – Львів, 1969. – Вип. 18. – С. 3-13.
53. Гурський С.О. Значення слова і термін. – У зб. Іноземна філологія. – Вип. 26. – Львів, 1971. – С. 28 -32.
54. Грещук В.В. Словотвірне значення як один із компонентів смислової сфери мови // Метеріали міжвузівської наукової конференції «Семантика мови і тексту» : в 3-х чч. – Івано-Франківськ : вид-во 1ФДПІ, 1990. – 4.2. – С. 38–42.

55. Деркач Д.В. Мас-медійний жанр ток-шоу, природа, функції, аспектологія дослідницького пошуку / Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Київ, 2013. Вип. 26. С.41-47.
56. Дзюбіна О.І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови сфери інтернет-комунікації // Записки з романо-германської філології. – 2014. – Вип. 2 (33). – С. 17–23.
57. Дзюбіна О.І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові (на матеріалі англомовних інтернет-видань та форумів в молодіжних соціальних мережах) // Вісник ЖДУ ім. І. Франка. – 2014. – № 3 (75). – С. 309–312.
58. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) / Т. Г Добросклонская – М., 2008. – 202 с.
59. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. // Вестник Московского университета, серия 10. - № 2, 2006. 4.
60. Домбровский Й. Знак и смысл // Вопросы языкознания. –№ 6.– 1973. – С. 22 – 32.
61. Дуда О. І. Семантика терміна і контекст (на матеріалі англійських текстів з економіки). Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Мовознавство. № 2. Тернопіль, 2002. С. 51–55.
62. Дуда О. І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. – Львів, 2000. – 259 с.
63. Дудок Р. І. Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках: монографія / Р. І. Дудок. Львів, Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 358 с.
64. Дудок Р.І. Системність та структурність мови. Інститут мовознавства імені О.О. Потебні НАН України. “Мовознавство”. - № 5. - Київ, 2003. - С. 26-33.

65. Дудок Р.І. Термін та його структурно-семантичний потенціал / Р.І. Дудок // Вісник Сумського держ. ун-ту ім. А.С.Макаренка. – 2006. – №3 (87). – С. 119–123. – (Серія “Філологічні науки”).
66. Дяков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. – Київ : КМАcademia, 2000. – 218 с.
67. Єнікеева С. М. Система словотвору сучасної англійської мови: синергетичний аспект (на матеріалі новоутворень кінця ХХ – початку ХХІ століть): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня д-ра філол. наук : 10.02.04 / С. М. Єнікеева . – Київ. нац. лінгв. ун-т. – Київ, 2011. – 32.
68. Жайворонок В.В. Лексична підсистема мови і значення мовних одиниць // Мовознавство. – № 6. – Київ, 1999. – С. 32–36.
69. Жлуктенко Ю. А., Березинский В. П., Борисенко И. И. и др. Английские неологизмы . – Київ.: Наук. думка, 1983. – 172 с.
70. Загнітко А.П. Сучасні лінгвістичні теорії: Монографія.–Вид. 2-ге, випр. і доп.–Донецьк: ДонНУ, 2007. –219 с.
71. Зацний Ю. А. Збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя: ЗДУ, 2001. – 243 с.
72. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. – Київський університет ім. Тараса Шевченка. – Київ, 1999. – 409 с.
73. Зацний Ю.А. Неологізми англ. мови 80–90х років ХХ століття . – Запоріжжя: РА «Тандем-У»; 1997. – 396 с.
74. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. – Запоріжжя, 1998. – 430 с.
75. Зацний Ю.А. Про деякі тенденції в словотвірних процесах сучасної англійської мови. Нова філологія: зб. наук. пр. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. № 64. С. 162–170.
76. Звегинцев В.А. Смысл и значение // Теоретические и экспериментальные исследования в области структурной и прикладной лингвистики. / отв. ред. А. В. Бондаренко. – М., 1979. - 376.

77. Зеленько А. С. Проблеми семасіології в аспекті еволюції лінгвістичних парадигм (семантика прагматики, парадигматики й синтагматики): монографія / А. С. Зеленько; ніжин. держ. ун-т імені Миколи Гоголя. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2016. – 355 с.
78. Зеленько А.С. Проблеми семасіології. – Луганськ: Альма – матер, 2001. – 210 с.
79. Зеленько А.С. Проблеми семасіології стосовно різних лінгвістичних парадигм. Методи лінгвістичних досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Слов'янськ, 18–19 листопада 2010 р. Слов'янськ: СДПУ, 2010. С.63–69.
80. Илларионов С.В. Гносеологическая функция принципа инвариантности // Вопросы филологии. – Москва, 1968. – № 12. – С. 89–95.
81. Іващишин О.М. Структурні особливості та семантична диференціація термінів-словосполучень у науково-технічних текстах // Іноземна філологія. – Вип. 109. – 1996. – С. 41–44.
82. Казак М. Ю. Медиатекст: сущностные и типологические свойства / М. Ю. Казак [Электронный ресурс] // Global Media Journal. Глобальный медиажурнал., 2011. – Режим доступа: <http://www.global-media.pglu.ru/page.php?16>.
83. Канделаки Т.Л. Значение терминов и системы значений научно-технических терминологий // Проблемы языка науки и техники / отв. ред. В. И. Сифонов. – Москва, 1970. – С. 19–92.
84. Капатрук М.Д. Методи виділення основного значення слова // Мовознавство. – № 5. – 1980. – С. 75–77.
85. Каптюрова В.В. Синтаксичні особливості повідомлень у Twitter// Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. праць. Київ. нац. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. – Київ, 2011. – Вип. 36. – С. 397–403.
86. Карпа І. Б. Мова та Інтернет: функціональні характеристики та ефективність інтерактивної комунікації // Мова і культура. – К., 2009. Вип. 11. Т.VII (119). С. 192–200.

87. Кислюк Л. П. Нові англійські запозичення і термінологія. – В: Українська термінологія. Львів, 2006. – С. 229 – 236.
88. Кияк Т.Р. Лингвистические аспекты терминоведения: учебн. пособие / Т.Р. Кияк. – К.: УМКВО, 1989. – 104с.
89. Кияк Т.Р. Мотивированность лексических единиц. Качественные и количественные характеристики: монография. – Львов: Высшая школа, 1988. – 162 с.
90. Клименко Л. Продуктивні моделі творення неологізмів // Вісник Прикарпатського університету. Філологія. – 2001. – Вип. 7. – С. 71.
91. Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. Монография. Москва: МГУ. Флинта 2019. – 241с.
92. Ковалевський В. О. Теоретико-методологічні засади інформаційного суспільства. – Київ: Либідь, 2003. – 472 с.
93. Ковалик І.І. Вчення про словотвір. Івано-Франківськ– Львів: Вид-во Львів. ун-ту, 2007. – Вип. 2. – 83 с.
94. Коломієць Н.В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» . – Київ, 2004. – 21 с.
95. Компанцева Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно прагматический и лингво культурологический аспекты. – Луганск: Знание, 2007. – 444 с.
96. Конах В. Виникнення та еволюція поняття медіа простір в науковій думці. Вісник Дніпропетровського ун-ту 2015р. Вип. 2. С. 112.
97. Конецкая В.П. Социология коммуникации. Учеб. - М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. - 304 с.
98. Корбозерова Н. М. Актуальні проблеми вивчення змісту мовного знака // Іноземні мови в навчальних класах 1 – 2. – Київ, 2002. – С. 180–187.
99. Кочан І. М. Динаміка і кодифікація термінів з міжнародними компонентами у сучасній українській мові: монографія. – Львів, Видавничий центр Львівського національного у-ту ім. Ів. Франка, 2004. – 520 с.

100. Кочан І. М. Синонімія в лінгвістиці тексту як ознака розвитку чи не упорядкованості термінів? // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. Вип. 70. Львів, ЛНУ, 2019. –С. 347–355.
101. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: навч. посібн. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ: Видавничий центр «Академія», 2006. 464.
102. Красівський О. М. Інтернет комунікація: стратегії та мовні особливості / О. М. Красівський, Ю.М.Масюкевич, О.І. Мікула // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2019. – Т. 30 (1), №2. – С.122 – 128
103. Красівський О.М. Дослідження поєднання мови, образів і звуку у метафорах телереклами / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 47, том 2, 2022. – С.66 – 70.
104. Красівський О.М. Роль семіотичної метафори в прозі: мультисеміотичний і системно-функційний підходи / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Закарпатські філологічні студії. Вип 20, Том 1. – С.72 – 77.
105. Красівський О.М. Категорійно-поняттєвий апарат дослідження терміна масмедійної сфери // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2021 No 52 том 1. – С. 102-105.
106. Красівський О.М. Термінологія англійського масмедійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади // О.М. Красівський // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. – 2021. Т. 32 (71), №6. – С. 133-137
107. Красівський О.М. Еволюція терміна масмедійної сфери: історичний екскурс // О.М. Красівський // Вісник науки та освіти. Серія: Філологія. – 2023. №7 (13). – С. 207-216
108. Красівський О. М. Полісемія та омонімія термінів масмедійної сфери // О.М. Красівський // Věda a perspektivy. SÉRIE Filologie. – 2023. №3 (22). – С. 290-298

109. Красівський О.М. Теоретико-методологічні засади дослідження терміна масмедійної сфери / О.М. Красівський // Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2021 рік (3-4 лютого 2022 рік). Львів : ПАІС, 2022. – С.

110. Красівський О.М. Поетапна методика дослідження англійських термінів масмедійної сфери / Красівський О.М. // Актуальні проблеми сучасної науки та освіти (частина I): матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 20-21 січня 2022 року. – Львів : Львівський науковий форум, 2022. С. 75-76.

111. Красівський О.М. Термін масмедіа як комунікативний феномен (Тези звітної наукової конференції професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2022 рік (2-3 лютого 2023 року) – Рівне 2023- С.26-28.

112. Куделько З. Б. Лінгвістичне впорядкування термінології: аспекти і проблеми [Електронний ресурс] // VIII Междунар. Научно-практическая конф. «Наука в информационном пространстве – 2012» (4–5 октября 2012 г.). – Режим доступа:<http://www.confcontact.com/20121004/fl6kudelko.htm>.

113. Кузьмина Н.А. Медиатекст как объект медиалингвистики. Омск: Омский государственный университет. ное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

114. Лазебна Н. В. Структурно-семантичні і функціональні особливості комп'ютерної термінології у сучасній англійській мові; дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук 10.02.04 .– Запоріжжя, 2013. – 212 с.

115. Лазебна Н. В. Когнітивна метафора як механізм утворення комп'ютерних термінів // Германістика у ХХІ столітті: когнітивна, соціо-та прагмалінгвістика : наук. конф. германістів, 10 квіт. 2010 р. : матеріали. –Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 42–44.

116. Лазебна Н. В. Проблема визначення англомовного комп'ютерного терміна в сучасних лінгвістичних студіях // Наукові записки. Серія :Філологічні науки (мовознавство): [у 2 ч.]. – Кіровоград : РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2012. – Вип. 104 (1). — С. 439–442.
117. Лайонз Дж. Лингвистическая семантика. - М., 2000.-294с.
118. Лакофф Г., Джонсон М. Метафори, якими ми живемо // Теорія метафор. – Чикаго. – 1980. – С. 58–66.
119. Лакофф.Д. О. О порождающей семантике/ Д.О. Лакофф //Новое в лингвистике/отв. ред.. Лакофф Д. – 1981. – Вып. 10. С. 302-349.
120. Левицкий В.В. Смысловая структура слова и методы ее изучения // Методологические проблемы языкознания / отв. ред. А. С. Мельничук. – Київ: Наукова думка, 1988. – С. 75 – 88.
121. Левицький В.В. Вивчення смислової структури слова за допомогою асоціативної методики. // Мовознавство. 1972. – № 3. – С. 22–33.
122. Левицький А. Е. Актуальні проблеми розвитку неології (на матеріалі сучасної англійської мови). Вісник Житомирського державного університету імені І. Франка. 2005. – № 23. – С. 16–21.
123. Левицький А. Е. Передмова / А. Е. Левицький // Сучасна англо-мовна публіцистика: лінгвістичний вимір : [монографія] // С. І. Потапенко, А. О. Худолій та ін.; за заг. ред. А. Е. Левицького, С. І. Потапенка. – Ніжин :Видав. НДУ іменіМиколи Гоголя, 2010. – С. 4-5.
124. Левицький В.В. Семасіологія. – Вінниця: Новая книга, 2006. – 512 с.
125. Лещук Т.Й. Типологія термінологічних підсистем: іншомовні запозичення, фразеологія, семантичні термінотворення, лексикографія. – Львів: вид-во НУ ЛП, 1999. – 212 с.
126. Лисиченко Л.А. Багатозначність у лексико–семантичній системі: структурний, семантичний, когнітивний аспекти. –Харків: Вид. група «Основа», 2008. – 272 с.

127. Любчук Н. В. Еквівалентність фразеологізмів з етнокультурним компонентом // Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. праць. Київ, 2000. 224 с.
128. Макарук Л. Л. Структура, семантика та функцій не призначення дужок та цифр у сучасному англomовному мультимодальному масмедійному комунікативному просторі // Актуальні питання іноземної філології, 2020. № 12. –С. 141–150.
129. Макарук Л.Л. Специфіка сучасного англomовного масмедійного дискурсу...
130. Маккормак Е. Когнітивна теорія метафор // Теорія метафор - Москва: Прогресс, 1990. – С. 382–389.
131. Манакін В. Н. Порівняльна лексикологія.–Київ, Знання. 2004. – 326 с.
132. Махачашвили Р. К. Динаміка англomовної інноваційної логосфери комп'ютерного буття: дис.на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук. 10.02.04.– Одеса. 2013. – 400 с.
133. Молчкова Л. В. Професійна лексика англomовних засобів масової інформації: прагматика, семантика, структура :автореф. дис. на соиск. учен.степени канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Л. В. Мочкова. – Самара, 2003. – 24 с.
134. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови. – Харків: Основа, 1998. – 256 с.
135. Муравицкая М.П. Методологические проблемы семасиологии / Методологические проблемы языкознания. – Киев: КГУ, 1988. – 200 с.
136. Нікітіна Ф. О. Семантичні та словотворчі проблеми сучасної термінології. Київ: Вища шк., 1978. 31 с.
137. Ніколаєва А. О. Структурно-семантична характеристика термінології програмування, комп'ютерних мереж та захисту інформації: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01.

- Харків, 2002. – 16 с.
138. Новікова Є. Б. Неологізм, okazіоналізм, потенційне слово: проблеми розмежування. Лінгвістичні дослідження. 2017. Вип. 45. С. 97–102.
139. Огуй О.Д. Значення: цілісність чи окремий аспект? (Фізіологічно-психологічні основи формування значення та полісемії)// Мовознавство. – № 46. – 1999. – С. 46–54.
140. Огуй О.Д. Полісемія в синхронії, діахронії та панхронії. Семантико-квантитативні аспекти полісемії в німецькій мові та мовах Європи: монографія – Чернівці: “Золоті литаври”. – 1998. – 370 с.
141. Омельченко Л.Ф., Максимчук Н.М., Онищенко І.А. Семантична структура англійських композитних дериватів // Вісник ХНУ. – № 725. – Харків, 2006. – С. 77–80.
142. Остапчук І.І. Тропи та тропеїзація англійської мови в масмедійному дискурсі : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016.- 230 с.
143. Панько Т. І. Від терміна до системи. – Львів: Вид-во Львів. ун-ту, 1979. – 147 с.
144. Пауль Г. Принципы истории языка. – М., 1960 - С. 500.
145. Пашинська Л.М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському мас. медійному просторі. дис.. канд. філол.. наук 10.02. 04. Київ, 2011. 285 с.
146. Плотников Б.О. Внутрішня форма мовної одиниці та її зміст // Мовознавство. – № 5. – 1991. – С. 86.
147. Полюжин М. М. Сучасні парадигми лінгвістичних досліджень // Проблеми романо–германської філології. Зб. наук. пр. – Ужгород, 1988. – С. 3–15.
148. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород: Вид-во «Закарпаття», 1999. – 240 с.
149. Помірко Р. С., Дудок Р. І. / Слова та їхні смисли // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія :Філологія. Мовознавство. –

2015. – Т. 252, Вип. 240. – С. 22–25.
150. Помірко Р.С., Роман Дудок. Когнітивні механізми транспозиції смислів: метафора та метонімія (на матеріалі англійської фахової мови економіки) // Вісник Львівського університету. Серія і ноземні мови. – 210. – Вип. 17. – С. 3–10.
151. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти. Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
152. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации..Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts ISSUE 2 Series in Audiovisual Art and Production. 2003. К.: Ваклер; М.: Рефл-бук— 656 с.
153. Пристайко Т. С. О некоторых терминологических проблемах современной неологии. Вісник Дніпропетровського ун-ту. Серія: Мовознавство, 2009.№ 15. Т. 1. –С. 253–259.
154. Прохорова В.Н. Семантика термина // Вестник МГУ. – Серія 9.Філологія. – № 3. – 1981. – С. 23–32.
155. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики. Київ: 1988. –С. 98–99.
156. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-Київ, 2006. – 716 с.
157. Селіванова О.О.Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми.Полтава:Довкілля- К,2008.712с.
158. Семенюк І. С. Функціональні особливості сучасної газетної публіцистики / І. С. Семенюк // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 235. – С. 121– 122.
159. Силин В.Л. Структура и семантика слов: учебн. пособие. – Днепропетровск: ДГУ, 1989. – 67 с.
160. Скороходько Е. Ф. Сіткове моделювання лексики лінгвістична інтерпретація параметрів семантичної складності. Мовознавство. 1995. – № 6. –С. 19–28.

161. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміно-центричної теорії наукового дискурсу): монографія. – Київ: Логос, 2006. – 98 с.
162. Скороходько Е. Ф. Сучасна англійська термінологія: навч. посібник. Київ: УІЛМ, 2012. – 76 с.
163. Сліпецька В. Д. Англомовна термінологія штучного інтелекту в контексті інших терміносистем (досвід лінгвостатистичного аналізу): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. – Київ, 2008. – 20 с.
164. Слюсарева Н. А. Смысл как экстралингвистическое явление. – Москва: Наука, 1963. – С. 185.
165. Снігир Р.О. Сучасні погляди на поняття терміна і слова. – Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія філологія. – Вип. 44. – Харків, 2005. – С. 47–49.
166. Снітко О.С. Внутрішня форма мовної одиниці та її зміст // Мовознавство. – № 5. – 1991. – С. 8–16.
167. Соболева Л.А. Словообразовательная полисемия и омонимия. – Москва: Наука, 1980. – 284 с.
168. Солнцев В.М. Язык как системно–структурное образование. – Москва: Наука, 1977. – 341 с.
169. Соссюр Ф. Де. Курс загальної лінгвістики. - Київ, 1998.-324с.
170. Стернин И.А. Значение и актуализация смысла слова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. у-та, 1987. – 97с.
171. Стернин И.А. Значение и актуальный смысл слова // Семантические категории сопоставительного изучения русского языка / ред. И. А. Стернин. – Воронеж, 1981. – С. 278.
172. Стернин И.А. Описание лексического значения и «принцип айсберга» // Принципы и методы исследования единиц языка. – Воронеж: Изд-во Воронеж. у-та, 1985. – 43–50.

173. Стишов О. А. Нові аббревіатури в мові мас-медіа кінця ХХ століття / О. А. Стишов // Мовознавство. – 2001. – №1. – С. 33–40.
174. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории. Москва: Либроком, 2012. 248 с.
175. Сытникова Т.А. Англоязычная компьютерная техническая терминосистема как объект лингвокогнитивного исследования; автор / дис. канд. филол. наук. спец. 10.02. 04.– Владивосток, 2011 – 23 с.
176. Тараненко А.А. Языковая семантика в ее динамических аспектах. (Основные семантические процессы). – Киев: Наукова думка, 1989. – 254 с.
177. Тараненко О. О. Метонімія // Українська мова: енциклопедія – Київ, 2004. – С. 339–342.
178. Татаринов В.А. История терминоведения как отрасль науки о термине/ В.А. Татаринов // Терминоведение. – М., 1994. – С. 20.
179. Татаровська О. В. Метафора як спосіб вторинної номінації в сучасному британському мас-медійному дискурсі // Тези звітної наукової конференції професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2020 рік (4–5 лютого 2021 рік). На пошану професора кафедри французької філології, академіка Романа Семеновича Помірка. – Львів, 2021. – С. 180–182.
180. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно–оценочная функция. // Метафора в языке и тексте. – Москва: Наука, 1988. – С. 26–51.
181. Телия В.Н. Метафора как проявление антропоцентризма в естественном языке // Язык и логическая теория: сб. науч. тр. / отв. ред. – Москва, 1987. – С. 186–192.
182. Терехова Д.І. Особливості сприймання лексичної семантики слів (психолінгвістичний аспект). – Київ: КДЛУ, 2000. – 236 с.
183. Тропина И.И. Семантическая деривация. Мультипарадигмальные исследования: монография. Херсон, 2003. – 336 с.

184. Туровська Л. Відображення семантичних зрушень у термінології у сучасних засобах масової інформації // Наукова термінологія нового століття: теоретичні і прикладні виміри: зб. наук. пр. / [відп. ред. Л. Д. Малевич]. Рівне: НУВГП, 2016. С. 106–110.
185. Уилрайт Ф. Теория метафоры // Метаформа и реальность / ред. Уилрайт Ф. – Москва, 1980. – 102 с.
186. Уфимцева А.А. Принципы семиологического описания лексики. – М., 1986. – 240 с.
187. Уфимцева А.А. Семантика слова // Аспекты семантических исследований / отв. ред. А. А. Уфимцева. – Москва: Наука, 1987. – С. 5–80.
188. Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика / под ред. Ю. С. Степанова – Москва, 1983. – С. 351–379.
189. Фрумкина Р.М. Смысл и сходство // Вопросы языкознания. – № 2. – 1985. – С. 22–31.
190. Харченко В.К. Переносне значення слова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. – 198 с.
191. Хауген Э. Языковой контакт // Новое в лингвистике. – 1972. – Вып. 6. – С. 61–80.
192. Чередниченко В. О. Інноваційна фразеологічна вербалізація в англійській мові (лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний параметри). – Запоріжжя: Запорізький національний ун-т., 2005. – 220 с.
193. Чирвоний О.С. Комп'ютерна лексика сучасної англійської мови структурний, семантичний, функціональний аспекти: дис. канд. філол. наук 10.02.04. – Одеса, 2010. – 276 с.
194. Чугу С.Д. Дослідження сучасного англомовного газетного тексту в категоріях медіалінгвістики. / Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»: науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, грудень 2018. Вип. 4(72). С. 57–60.
195. Чумак Л. М. Класи інновацій у словотворі сучасної англійської мови. Вісник Житомирського педагогічного університету. Житомир: Вид-

- во ЖДПУ, 2003. № 11. С. 211–213.
196. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти. – дис.канд.філол.. наук: 10.02.04. –Київ, 2018.- 237с.
197. Чумак Л. М. Складні та складнопохідні одиниці в словотворі сучасної англійської мови. Вісник Житомирського державного ун-ту імені Івана Франка. Житомир: Вид-во ЖДПУ, 2004. № 17. –С. 265–266.
198. Чумак Л. М. Сислове представлення лексичних неологічних одиниць у сучасних англomовних медіа-текстах // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2017. –№ 29. – Том 2. –С. 91–94.
199. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Київ, 2013. Вип. 26. С. 3–12.
200. Шелов С. Д. Термины, терминологичность и значение // Научно-техническая терминология – 1991. – Вып. 1. – С. 27–32.
201. Шелов С. Д. Терминология, профессиональная лексика и профессионализмы // Вопросы языкознания. – Москва: Высш. шк., 1984. – Вып. 5. С. 24–31.
202. Шелов С.Д. О языковой природе термина/ Шелов С.Д. // НТИ. Сер. 2. – 1982. – №9. – С.1–6.
203. Шехтман Н.А. Семантическая структура слова и его сочетаемость // Вопросы теории англ. языка. – Ученые записки Ленингр. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена / ред. Б. А. Серебренников. – 1965. – Т. 261. – С. 122–129.
204. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – Москва: URSS, 2008. – 278 с.
205. Шпет Г.Г. Внутренняя форма слова: Этюды и вариации на темы Гумбольдта. – 2-е изд. – Москва: УРСС Эдиториал, 2003. – 216 с. – (История лингвистической мысли).

206. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. – 2010. – Вип. 21. – С. 79–85.
207. Щерба Д. В. Термін та його дефініція як головні онтологічні поняття в термінознавстві / Вісник ЖДУ ім. І. Франка. – 2006. – Вип. 28. – С. 237–239.
208. Щерба Д. В. Поняття системи та структури в термінознавстві // Проблеми української термінології : міжнар. наук. конф., 19–21 версн. 2006 р.: зб. наук. пр. – Л., 2006. – С. 15–16.
209. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації [Текст]: монографія/ Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І.Франка, 2009. – 420 с.
210. Antal L. Question of Meaning. Mounon. The Hague. – 1991. – 286 p.
211. Antila R. Field theory of meaning and semantic change // Diachrony within Synchrony: Language history and Cognition. – Frankfurt on Mein, Berlin, Bern, N.Y., Paris, Veina, 1992. – P. 23–83.
212. Bartsch Renate. The structure f Word – Meaning: Polysemy, Metaphor, Metonymy. – Stanford: California, 1999. – 60 p.
213. Berry M. Introduction to Systemic Linguistics Vol. I. – London: Bastford, 1975. – Vol. I. – 218 p.
214. Bierwiseh M. On classifying Semantic Features – In: Semantics. – Cambridge, 1971. – P. 166–184.
215. Black M. More about metaphor.// Metaphor and thought. – Cambridge etc., 1979. – P.181–210.
216. Blank A. Why do new meanings occur? A cognitive typology of the motivations for lexical semantics change // Historical semantics and cognition. – N 4. – Berlin, 1999. – P. 61–89.
217. Bolinger D. Meaning and Form. – London & New York: Longman, 1977. – 320 p.

218. Bolinger D. *Semantic theory: towards a modern semantics* – Oxford: Basil Blackwell, 1980. – 320 p.
219. Bolinger D. *The Atomization of Meaning*. *Language* 41, New York: Holt., 1965. – 555 p.
220. Boyd N. *Software Metaphors* [Электронный ресурс]. – 2004. – Режим доступа: [http://www.educery.com/papers/rhetoric/metaphors/ Software Metaphors.pdf](http://www.educery.com/papers/rhetoric/metaphors/Software%20Metaphors.pdf).
221. Breal M. *Semantics studies in the science of meaning*. – New York: Dover, Dover, 1964. – 341 p.
222. Breal M. *The Beginnings of Semantics*. - Stanford Univ. California, 1991. -P. 245.
223. Cabré M.T. *Elements for a Theory of Terminology: Towards an Alternative Paradigm*. *Terminology*, 2000. Vol. 6. P. 35–57.
224. Carnap R. *Meaning and Necessity*. – Chicago IL: The University of Chicago Press, 1973. – 266 p.
225. Chomsky N. *Deep structure, surface structure and semantic interpretation*. – Cambridge: Cambridge Univer. Press, 1971. – 162 p.
226. Cogen L. J. *The semantics of Metaphor: In Ortony, Metaphors and Thought*. – Chicago: The University of Chicago Press, 1979. – 242 p.
227. Copley J. *Shift of Meaning*. – Oxford: Oxford Univer. Press, 1961. – 232 p.
228. Cruse D. A. *Lexical Semantics*. – Manchester: University of Manchester Press, 1986. – 300 p.
229. Darmesteter A. *The Life of Words as Symbols of Ideas*. – London, 1956. – 240 p.
230. Daulton F.E. *Loanwords in the media*. *Ruykoku University Institutional Depository 2003 Departmental Bulletin Paper 0.30*. P,59-72.
231. Davidson Donald. *What Metaphors mean?* – In *Critical Inquiry*. – № 5. – 1978. – 310 p.

232. Davies, Mark. (2008–) The Corpus of Contemporary American English (COCA): 520 million words, 1990-present. Available on line at <http://corpus.byu.edu/coca/>.
233. Dirven R. Metaphor and polysemy // La polysemie: Lexicographie et cognition. – Cabay; Louvain – La Neuveve, 1985. – P. 89–132.
234. Fairclough N. Media Discourse. London Bloomsbury Academic. 2011.214p.
235. Felber H. International Standartization of Terminology: Theoretical and Methodological Aspects. *International Journal for the Sociology of Language*. Vienna, 1980. № 23. P. 65–79.
236. Frege G. Uber Sinn und Bedeutung – Zeitschrift fur Philosophie und Philisophische Kritik. Bd. 100 / G.Frege. – Leipzig: Harris Z.S. Structural linguistics. – Chicago u. a.: Univ. of Chicago Press, 1984. – 384p.
237. Goodenough W. Componential analysis and the Study of Meaning. *Language // CognitiveAntropology*. – 1956. – Vol. 32, 1. – P. 195–216.
238. Goursky S. The Idiomatic heart of the English language - L’viv: ‘VishchaShkola”, 1975 -179p.
239. Hough J.N. Scientific Terminology. New York: Rinehart, 1953/ -231p.
240. Ikegami Y. Structural Semantics: A Survey and Problems // *Linguistics. An International Review*. – London: Blackwell, 1967 – Vol. 33. July. – P. 49–67.
241. Jackendoff R. *Semantic and Cognition (Current Studies in Linguistics)*. – Cambridge; London: MIT Press, Cambridge, 1985. – 400 p.
242. Katz J. *Semantic theory*. – New York: Harper & Row, 1972. – XXVIII. – 463 p.
243. L. Manovich *The Language of New Media*. New York The MIT Press, 2002.
244. Lakoff G. *Metaphors we live by*. – London: The university of Chicago press, 2003. – 276 p.

245. Lakoff G. *The Contemporary Theory of Metaphor and Thought*. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1993. – 308 p.
246. Leech G.N. *Semantics: The study of Meaning*. – 2-nd ed. – London: Harlow Longman Penguin, 1981. – 383 p.
247. Lyons J. *Language Meaning and Context // Language and Linguistics*. – London: Glasgow. – 1984. – P. 290–312.
248. Lyons J. *Linguistic Semantics // Introduction*. – Cambridge: Cambridge Univer. Press. – 1995. – P. 7–14.
249. Machin D. *Global Media Discourse: A Critical Introduction / D. Machin, T. van Leeuwen*. – L. ; N. Y. : Routledge, 2007. – 188 p.
250. Matheson D. *Media discourses: analysing media texts*. – London: Open University Press, 2005. – 206 p.
251. Nida E. *Componential Analysis of Meaning: An introduction to Semantic Structures / E.Nida*. – 2. print. – The Hague u. a.: Mouton, 1979, – 272p.
252. O’Keeffe A. *Investigating Media Discourse / A. O’Keeffe*. – Oxon: Routledge, 2006. – 182 p.
253. Ogden C. K. *The Meaning of Meaning*. – London, 1946. – 198 p.
254. Palmer F. R. *Semantics: the Study of Meaning – 2nded.* – Cambridge: Cambridge Univer. Press. – 1981. – 206 p.
255. Sager J.C. *Term Formation: Theory and Practice. A Practical Course in Terminology Processing*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1990. P. 61–90.
256. Stern G. *Meaning and change of menaing*. – Goteborgs: Hogskolasorsskriff, 1932. – 190 p.
257. Ullman St. *Semantics. An Introduction into science of meaning*. – Oxford: Beackwell, – 1962. – 278 p.
258. Ullman St. *Words and their meanings*. – Camberra: Australian National Univer. Camberra, 1974. – 23 p.
259. Verbrugge, R. R., & McCarrell, N. S. (1977). *Metaphoric comprehension: Studies in reminding and resembling*. *CognitivePsychology*, 9(4), 494–533.

260. Wierzbicka A. *Semantics: Primes and Universals*. – Oxford, 1996. – 260 p.
261. Yates J. *Explicit and implicit Structuring of Genres in Electronic Communication: Reinforcement and Change of Social Interaction // Organization Science*. – 1999. – Vol. 10 (1). – P. 83–103.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

262. Арутюнова Н. Д. *Метафора // Лінгвістичний енциклопедичний словник / Н. Д. Арутюнова – М.: Видавництво Радянської Енциклопедії, 1990. – С. 296–297.*
263. Ахманова О.С. *Словарь лингвистических терминов. 2-е изд. Москва: Советская энциклопедия, 1969. 608с.*
264. Бусел В. Т. *Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. – Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун» 2007. – 1725 с.*
265. Вартанов Г.І. *Засоби масової інформації: короткий словник термінів і понять. За ред. А.А. Чічановського. Київ: Грамота, 2005. 64с.*
266. Кунин А.В. *Англо-русский фразеологический словарь / А.В. Кунин лит. ред. М.Д. Литвинова. – 5-е изд., исправл. – М.: Живой язык, 1998.– 944 с.*
267. Марузо Ж. *Словарь лингвистических терминов. М.: Издательство иностранной литературы, 1960. – 436 с.*
268. Підлузька І. та ін. *Англо-український словник журналістських термінів за ред. О. Чекмишева. Київ: Сувій, 1993. 201 с.*
269. Селіванова О. О. *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава; Київ: Довкілля, 2006. – 716 с.*
270. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. *Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2014- 326 с.*

271. Baker M. A. Wireless Glossary of terms / Meredith Attwell Baker.
–Available on: <http://files.ctia.org/pdf/TelecomGlossaryofTerms.pdf>
272. Blanton A. Microsoft Computer Dictionary: [5-th. ed.] / A. Blanton –
Washington, Redmon: Microsoft Press, 2002. – 638 p.
273. CambridgeDictionary [Электронный ресурс].–Режим
доступу:<https://dictionary.cambridge.org/>
274. Corpus of Contemporary American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coca/>
275. Downing D. Dictionary of Computer and Internet Terms: [10-th ed.] / D.
Dowing – Covington: Melody Mauldin Covington, 2009. – 554p.
276. Electronic Lexical Database, copyright, PrincetonUniversity, 2006
[Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.wordnet.princeton.edu/perl/webwn>.
277. Elisabeth Knowles, Julia Elliot. The Oxford Dictionary of New Words.-
Oxford University Press, 1997. – 357 p.
278. [Encyclopedia Britannica www.britannica.com](http://www.britannica.com)
Encyclopedia of Language and Linguistics [2nd edition] (Elsevier. Nov.2005). –
[Online] Available at: <http://www.sciencedirect.com>
279. European Telecommunications Standards Institute.
<http://www.wapforum.com>.
280. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English
/ Albert Sidney Hornby. – Oxford: Oxford Press, 2001. – 792 p.
281. Longman Dictionary of Contemporary English – London: Harlow and
Pitman Press, 1996. – 1303 p. [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL:
<https://www.ldoceonline.com/>
282. Merriam – Webster Online – As Cited from
URL:<http://www.m.w.com/cgi-bin/dictionarybook> = Dictionary & Va =
transcription. – April, 12.2005.
283. Mobile World's Glossary. Copyright 1996-2003 ITparadise Pty Ltd
ACN 102 722 529. <http://www.mobileworld.org/glossary.html>.

284. NTC's MASS MEDIA Dictionary by R.Terry Ellmore / National Textbook Company. – N.Y., 1992. – 500 p.
285. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English /А.С.Хорнбі. – Шосте вид. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 578 с.
286. Oxford Dictionaries Online [Электронный ресурс] Электронный словарь Oxford Dictionaries Online. – Режим доступа: <http://oxforddictionaries.com>
287. Roget's International Theasaurus / rev. by R. L. Champan. – 4th ed. – New York, London & Glasgow: Harper Collins Publ, 1991. – 1317 p.
288. Scribner Dictionary by William D. Halsey (editorial director). – California: Macmillan & Publishing Company/ Mission Hills, 1986. –1190 p.
289. The EncyclopediaAmericana: international edition completed in thirty volumes <https://archive.org/details/encyclopediaamer04danb>.
290. The Free Dictionary by Farlex. Copyright 2007 Farlex, Inc.<http://www.thefreedictionary.com>
291. The Oxford Dictionary of New Words./ Elisabeth Knowles, Julia Elliot. - New York,Oxford University Press, 1997. – 357 p.
292. Webster's Third New International Dictionary of the English Language [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.britannica.com/ebchecked/topic638670>.

ДОДАТОК

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Красівський О. М. Інтернет комунікація: стратегії та мовні особливості / О. М. Красівський, Ю.М. Масюкевич, О.І. Мікула // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2019. – Т. 30 (1), №2. – С.122 – 128
2. Красівський О.М. Дослідження поєднання мови, образів і звуку у метафорах телереклами / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 47, том 2, 2022. – С.66 – 70.
3. Красівський О.М. Роль семіотичної метафори в прозі: мультисеміотичний і системно-функційний підходи / О. М. Красівський, О. І. Мікула, Ю. М. Масюкевич // Закарпатські філологічні студії. Вип 20, Том 1. – С.72 – 77.
4. Красівський О.М. Категорійно-поняттєвий апарат дослідження терміна масмедійної сфери / О. М. Красівський // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2021 № 52 том 1. – С. 102-105.
5. Красівський О.М. Термінологія англійського масмедійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади / О.М. Красівський // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. – 2021. Т. 32 (71), №6. – С. 133-137
6. Красівський О.М. Еволюція терміна масмедійної сфери: історичний екскурс / О.М. Красівський // Вісник науки та освіти. Серія: Філологія. – 2023. №7 (13). – С. 207-216.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

Публікації в наукових періодичних виданнях інших держав

7. Красівський О. М. Полісемія та омонімія термінів масмедійної сфери / О.М. Красівський // *Věda a perspektivy. SÉRIE Filologie*. – 2023. №3 (22). – С. 290-298.
8. Krasivskyi O.M. Discursive manipulative techniques in Sarah Palin's speeches / Krasivskyi O.M. // *Monografia pokonferencyjna. Science, research, development. Philology, Sociology and Culturology*. Barcelona – 2018. №4. С. 123-130.

Публікації в збірниках праць та тези доповідей на конференціях

9. Красівський О.М. Теоретико-методологічні засади дослідження терміна масмедійної сфери / О.М. Красівський // *Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2021 рік (3-4 лютого 2022 рік)*. – Львів : ПАІС, 2022. – С.133-137.
10. Красівський О.М. Поетапна методика дослідження англійських термінів масмедійної сфери / Красівський О.М. // *Актуальні проблеми сучасної науки та освіти (частина I): матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 20-21 січня 2022 року*. – Львів : Львівський науковий форум, 2022. С. 75-76.
11. Красівський О.М. Термін мас-медіа як комунікативний феномен / О.М. Красівський // *Тези звітної наукової конференції професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2022 рік (2-3 лютого 2023 року)*. – Львів 2023. – С. 26-28.
12. Красівський О.М. Мовна характеристика англомовних медіа текстів / Красівський О.М. // *Філологічні науки в системі сучасного гуманітарного знання XXI століття: Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 24-25 грудня 2021 року*. – Одеса:

Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”, 2021.
С. 49-52.

ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2021 рік (м. Львів, 3–4 лютого 2022 року, очна форма участі, усна доповідь).
2. Актуальні проблеми сучасної науки та освіти (частина I): матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 20-21 січня 2022 року. – Львів : Львівський науковий форум, 2022. (заочна форма участі).
3. Звітна наукова конференція професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов за 2022 рік (м. Львів, 2–3 лютого 2023 року, очна форма участі, усна доповідь).
4. Філологічні науки в системі сучасного гуманітарного знання XXI століття: Міжнародна науково-практична конференція. Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”. (м. Одеса, 24-25 грудня 2021 року).