

Медійна е-лексикографія у фокусі сучасних глобалізаційних процесів

The Encyclopedia Herald of Ukraine

2024. Vol. 16

DOI: 10.37068/evu.16.6

Article history:

Received 12/11/2024

Accepted 28/11/2024

Published 13/12/2024

Citation: Syzonov, D. (2024). Media e-lexicography in the focus of modern globalization processes.

The Encyclopedia Herald of Ukraine, 16, 1-26. <http://doi.org/10.37068/evu.16.6>

© 2024 Author

This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



ISSN 2706-9990 (print)
ISSN 2707-000X (online)

Дмитро Сизонов

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Email: dm_sizonov@ukr.net

Резюме

У статті запропоновано панорамний аналіз сучасної медійної лексикографії з увагою до актуальних процесів розвитку мовної комунікації та еволюції інформаційного контенту. Метою статті є пояснення причин появи та комплексна аналітика медійних словників нового типу, що корелює з глобалізаційними процесами сьогодення. Особливий акцент зроблено на електронній медіа-лексикографії — словниках, енциклопедіях, глосаріях тощо, також описані нові параметри лексикографування словникових статей, поінтерпретовано явище *е-лексикографічного інтерфейсу*, що має відповідати вимогам часу, зокрема й диджиталізації. Автор робить спробу класифікації медійних е-словників із опертям на їх появу та функціонування у віртуальному просторі, визначає параметри медіалексикографічних видань нового типу, аналізує їхню реєстрову частину, макро- та мікроструктуру, ілюстративний матеріал, особливості опису словникових статей, формати оновлення даних. На основі зібраної е-картотеки до майбутнього словника медійної неофразеології запропоновано модель нового видання з акцентом на його електронній репрезентації та застосуванням креолізації, що дає змогу захувати такого типу працю до *інноваційної медійної е-лексикографії*.

Ключові слова

медійна лексикографія, медійний словник, е-словник, словник неофразеології, макро- та мікроструктура словника, генераторська стилістика.

Media e-lexicography in the focus of modern globalization processes

Dmytro Syzonov

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Email: dm_sizonov@ukr.net

Abstract

The article offers a panoramic analysis of modern media lexicography, focusing on the current language communication development processes and information content evolution. The article's purpose is to explain the reasons for the emergence and comprehensive analysis of new types of media dictionaries that correlate with the globalization processes of modern times. Particular emphasis is placed on the electronic media lexicography — dictionaries, encyclopedias, glossaries, etc., as well as new parameters of lexicographing dictionary entries, and the phenomenon of *e-lexicographic interface*, which should meet the requirements of the time and nature of the digitalized age, is explained. An attempt is made to classify media e-dictionaries based on their emergence and functioning in the virtual space, the parameters of media lexicographic editions of a new type are defined, their register part, macro- and microstructure, illustrative material, description features of dictionary entries, and data update formats are analyzed. On the basis of the collected e-card index for the future dictionary of media neophraseology, a model of a new edition is proposed with a focus on its electronic representation and the use of creolization, which allows us to refer this type of work to *the innovative media e-lexicography*.

Keywords

media lexicography, media dictionary, e-dictionary, dictionary of neophraseology, macro- and microstructure of the dictionary, generator stylistics.

ВСТУП

Траєкторію розвитку сучасної лексикографії дедалі більше скеровують у бік віртуалізації. Це зумовлено комплексом екстралінгвальних чинників: глобалізовані процеси, інтернетизація суспільства, тотальні інформаційні виклики тощо. Очевидно, що за таких умов змінюється і лексикографічний простір, торуючи шлях від друкованого до електронного словника. Популярності набувають словники й енциклопедії електронного типу, що враховують згадані вище фактори та спираються на ключові принципи актуальності словникових статей — оперативного їх редагування та доповнення (ЕСУ, 2001–2024; СУМ–20, 2015–2024; ВУЕ, 2015–2024 та ін.). Репрезентація словників із “живим” реєстром одиниць, що постійно поповнюються та актуалізуються, і є маркером еволюції лексикографії, яка в ХХІ ст. набуває статусу *електронних лексикографічних макросистем*.

Очевидних трансформацій в умовах сучасності набуває *медійна комунікація*, їй притаманна найбільша динаміка змін (як жанрів, так і мовного ресурсу) в ритмах сьогодення. А тому логічним вбачаємо укладання медійних словників, що відповідатимуть запитам інформаційного суспільства та швидко реагуватимуть на всі зміни. **Метою нашого дослідження** є панорамний аналіз словників медійної сфери, які модифі-

кували в електронний формат, і вони стали важливим сегментом модерної лексикографії. А ще — пояснення причин появи та комплексна аналітика медійних словників нового типу, що корелюються із сучасними глобалізаційними процесами. В літературі вже є спроби опису друкованих медіасловників (Сизонов, 2012; Сизонов, 2013; Шевченко, Сизонов, 2020); також окремі розвідки в модерній лінгвістиці присвячено аналітиці медіазнавчих лексикографічних видань (Іващенко, 2024), аналізу сегменту медіа- в сучасному термінологічному словнику (Баландіна, 2023; Сербенська, Бабенко, 2014), принципам лексикографування словників нового типу, зокрема віртуального (Широков, 2011; Железняк, 2015; Дубічинський, 2018; Загнітко, 2024) та ін., що, вочевидь, підсилює інтерес до дослідницької проблеми та ставить нові аналітичні завдання перед медійною лексикографією.

Акцент на факторі електронізації стає ключовим у межах нашого дослідження, коли в корелятивному дуєті *словник > диджиталізація* викристалізовується новий тип медіасловника дискурсивного формату з його широкими можливостями у віртуальному просторі. Зазначимо, що сутність дискурсивного підходу у лексикографії (Дж. Вільямс, Я. Капранов, Т. Тронь, Е. Шестакова та ін.) полягає в системній репрезентації термінів із увагою до їх комунікативного контексту та з урахуванням впливу (пост)інформаційної реальності на сучасні суспільства. Стимулом до формування й розвитку дискурсивної лексикографії є західна інтегральна практика укладання словників із урахуванням потреб глобального розвитку наук — взаємовпливу одна на одну та інтенсифікацією інформаційних технологій при укладанні словників нового часу. Відтак дедалі активніше в модерному мовознавстві укладають словники термінів і понять неолінгвістичних напрямів — медіа- та юрислінгвістики (Яцимірська, 2005; Шевченко та ін., 2013; Шевченко та ін., 2015), когнітивно-дискурсивної лінгвістики (Мартинюк, 2012), лінгвоіміджелогії (Шевченко та ін., 2023) та ін., що також мають смислові паралелі з мовою масової комунікації. Актуальність в аналізі їх метамови підштовхує до швидкого реагування на зміни, що відбуваються в середині цих неонаук, а тому онлайн-формат таких видань буде частіше переважати над їх друкованими аналогами.

Як бачимо, маємо тенденцію до укладання словників нового електронізованого типу, особливо коли йдеться про надактуальну функціональну сферу — медію. У межах цієї статті окреслимо стан медійної е-лексикографії в нинішніх умовах, скласифікуємо лексикографічні праці нового формату, визначимо статус електронного медіасловника з опертям на його появу та функціонування у віртуальному просторі, окреслимо параметри медіалексикографічних видань інноваційного типу, схарактеризуємо їх реєстрову частину, макро- та мікроструктуру, ілюстративний матеріал, особливості опису словникових статей, формати оновлення даних.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Термінологічне наповнення *медійної лексикографії* визначаємо у двох ракурсах: (1) субнапряв сучасної лексикографії, в основу якого покладено аналіз медійного дискурсу — його мови, стилістичних засобів, комунікативних тактик та стратегій, що можуть стати об'єктом для дослідження та систематизації у вигляді словників; (2) уніфікування різних типів медійних словників (описових, дискурсивних, термінологічних, перекладних, навчальних та ін.), що організовують метамову та професійну комунікацію сучасних фахівців медіа. Медійні словники, своєю чергою, теж мають функціональні критерії диференціації (а) за фаховою комунікацією, тобто об'єднують словники, що обслуговують професійну роботу медійників — журналістів, піарників,

SMM-ників, рекламістів, літредакторів, медіалінгвістів, іміджмейкерів та ін. (Бідзіля, 2007; Богуш 2011; Михайлин, 2013; Шевченко та ін., 2013; Шевченко та ін., 2023 та ін.), (б) за домінантним ілюстративним матеріалом, тобто об'єднує словники, в яких реєструється комунікативний ресурс медійного простору — лексико-фразеологічні інновації, перифрази, метафоризовані конструкції, асоціативні одиниці та ін. (Ковалевська, Кутуза, 2011; Козачок та ін., 2014; Ільченко, Приступа, 2016; Нелюба, Редько, 2017; Шевченко, Сизонов, 2017–2022 та ін.). Відтак формується відносна розгалуженість словників та словникових проєктів, що складають систему медійної лексикографії (ідеться про функціональне призначення таких словників — забезпечувати фахову діяльність медіапрацівника та фіксувати динаміку змін у мові масової комунікації).

В. Іващенко слушно зауважує, що «попри актуальність та затребуваність теоретичного обґрунтування принципів побудови медійних словників, практики збирання, систематизації, фіксації й опису лексичного матеріалу в сучасних медіа або ж термінів зі сфери медіа як такі теоретичні дослідження в цій галузі в європейському мовознавстві майже відсутні» (2024, с. 131). При цьому не йдеться про відсутність медіасловників, які можуть бути зараховані до двох мегагруп, прописаних вище. А йдеться саме про відсутність системних праць, що б теоретично описували медійну лексикографію як неонапряма. У той же час наголосимо, що у світовій практиці прийнято розрізняти *словники функціонального типу*, які покривають роботу працівника певної галузі, зокрема й медіасфери, та *словники інформативно-комп'ютерного типу*, що забезпечують репрезентацію певної галузі у вигляді сайту з електронним реєстром одиниць. Б. Тошовичем (2018), зокрема, визначено таку роботу як генераторську: вона забезпечує безперебійний доступ до сайту, на якому розміщуються актуальні одиниці-генератори, що і становлять фахову основу конкретної сфери знань. За такого підходу наголосимо на формуванні *медійної електронної лексикографії (e-лексикографії)*, що включала б як репрезентацію відцифрованих медійних словників різних типів, так і комп'ютерної системи з обробки медійного ресурсу, що розміщено на сайтах у вигляді реєстрів, картотек, слівників та ін., об'єднаних єдиним завданням — оперативно реагувати на зміни в медійному просторі та репрезентувати їх на лексикографічних платформах.

Під *медіасловником* розуміємо лексикографічне видання, що систематизує метамову сучасного медійника (*термінологічний медіасловник*) та ілюстративний матеріал, з яким він працює (*медіасловник функціонального типу*). Ключовим поняттям, що об'єднує такі словники, є *медіа*, що виступає самостійною фаховою одиницею; як дериват, *медіа*- утворює широку палітру інших понять, вдало вмонтованих у сучасні медійні словники. Так, Н. Баландіна (2023) пропонує низку термінів (зокрема інноваційних), що функціонують у сучасних словниках та утворюють терміносистему медіа: *медіатизація, медіакультура, медіаграмотність, медіарт, медіабізнес, медіамагнат, медіабрендинг, медіаменеджмент, медіапростір, медіаособистість, медіа-ефект* та под. (і коли дериват у постпозиції — *трансмедіа, кросмедіа, гіпермедіа, макромедіа, піармедіа* та ін.). Реєстр термінів зі стрижневим елементом медіа пропонується і у спеціалізованих неолінгвістичних словниках: *мас-медіа¹, медіабізнес, медіа-група, медіадискурс, медіадослідження, медіаграмотність, медіаландшафт, медіалінгвістика, медіаканал, медіакарта, медіакартини світу* та ін. (Шевченко та ін., 2013), *медіа, медіабайер, медіаграмотність, медіаекономіка, медіаетика, медіакритика, медіакультура* та ін. (Барішполець, 2014), *мас-медіа, медіабізнес, медіапланування, медіакратія, медіасистема, медіаринок* та ін. (Шевченко та ін., 2015),

¹ Тут і далі передаємо терміни в оригіналі, що може не відповідати чинному Правопису.

масмедіа, медіабізнес, медіаграмотність, медіабізнес, медіакарта, медіакорпорація, медіалінгвістика, медіаплан, медіасистема, медіатекст, медіатопіка та ін. (Шевченко та ін., 2023), які диференціюються за об'єктом і предметом дослідження відповідних функціональних сфер.

Наголосимо, що термін *медіа* є міжсистемним поняттям, а відтак його часто подають у реєстрах енциклопедичних словників — як українських, так і світових: **МÉДІА** (від лат. *medium* — засіб, спосіб) — засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи / та масової аудиторії <...> (ЕСУ, 2018); **MEDIA** — the internet, newspapers, magazines, television, etc., considered as a group <...> (Cambridge Dictionary, 2024); [the] **MEDIA** — the main ways that large numbers of people receive information and entertainment, that is television, radio, newspapers and the internet <...> (Oxford Learner's Dictionary, 2024) та ін. Ідеться і про утворення термінологічних гнізд, що демонструє динаміку медійної терміносистеми: *медіа — мас-медіа — медіа-арт — медіакритика* (ЕСУ, 2001–2024); *медіа — медіа-група — медіа-дипломатія — медіа-дослідження — медіа-забезпечення — медіа-компанія — медіа-контент* та ін. (СУМ–20, 2015–2024); *медіа — медіа-активізм — медіа-війна — медіа-демократія — медіа-дипломатія — медіа-мистецтво — медіа-освіта — медіапрогноз* та ін. (ВУЕ, 2015–2024); *media — media agency — media asset — media audit — media baron — media consultant*, etc. (Cambridge Dictionary, 2024); *media — media-savvy — media studies*, etc. (Oxford Learner's Dictionary, 2024) та ін. Відтак все частіше активізується поняття *електронного словника* з його інваріантами “машинний словник”, “автоматичний словник”, “автоматизований словник”, “комп'ютерний словник”, який стає об'єктом електронної лексикографії.

Електронний словник в сучасній е-лексикографії трактується як “особливий лексикографічний об'єкт, що має низку специфічних структурних характеристик; будь-який упорядкований, кінцевий масив лінгвістичної інформації, поданий у вигляді списку, таблиці або переліку, зручного для розміщення у комп'ютерній пам'яті та з програмами автоматичної обробки та поповнення” (Капранов, Тронь, 2023, с. 216). Поняття *е-словника* інтерпретуємо також як систематизований в цифровому форматі словник, у якому репрезентовано реєстр мовних одиниць, що містить гіперпосилання на інші словникові статті та має динамічну структуру, креолізовані елементи, статистичні дані переглядів тощо. Ключовими характеристиками таких словників є інтернетизований реєстр мовних одиниць у вигляді словника, база лексикографічних даних, спеціальне програмне забезпечення, що має оперативний доступ до інформації, гіпертекстуальність, можливість до миттєвого створення й редагування словникових статей. Реєстр одиниць до сайту електронного словника становить його мікроструктуру, а інші дані — макроструктуру, що окреслюємо як *е-лексикографічний інтерфейс* (див., напр., Encyclopædia Britannica Online, 2024; ЕСУ, 2001–2024; ВУЕ 2015–2024; Cambridge Dictionary, 2024 та ін.).

Спробуємо систематизувати і класифікувати сучасні медійні е-словники, враховуючи зазначені вище принципи е-лексикографування².

² Зазначимо, що деякі е-словники є “клонами” друкованих версій словників, які ми додали до нашої класифікації з урахуванням наявності електронного реєстру та комп'ютеризованих картотек, що Є. Карпіловська вдало номінує “портретуванням слів” (2017) з фаховим скрінінгом мовних одиниць у комунікативному потоці та їх панорамним описом в електронному форматі. М. Железняк (2015) наголошує, що електронні словникові видання логічно поділяти на два типи: “перший — це електронний аналог друкованого (паперового) видання, цифрова копія його змісту й форми. Другий тип — це самостійне електронне видання, що не має паперових відповідників” (с. 186). Цей критерій поділу ми також враховували при аналізі медійної е-лексикографії.

I. Галузеві словники медіасфери. До цієї групи належать галузеві словники, що покривають професійну діяльність медійників (Яцимирська, 2005; Бідзіля, 2007; Богуш, 2011; Медіалінгвістика 2013; Барішполець, 2014; Шпак, 2019). Мабуть, це одна із найбільш емніших груп словників, що покриває медійний простір та визначається специфікою подачі словникового матеріалу — дефінітивно оформити терміни й поняття фахової діяльності медіапрацівників (журналістів, працівників піарсфери, SMM- та SEO-комунікації, редакторів, радіо- та телеспіціалістів, іміджмейкерів, медіалінгвістів, комунікаційників та ін.). Дискурсивно-стилістичний характер таких словників (Шевченко, Сизонов, 2020) визначає їх спрямованість всебічно забезпечувати відповідну функціональну сферу — від словників, об'єднаних стрижневою категорією *масмедіа / mass media* (Terry Ellmore, 1995; Pisarek, 2006; Словарь медиатерминов... 2009; Chandler, Munday, 2011 та ін.), до вузькоспеціальних словників, напр., медіалінгвістики (Шевченко та ін., 2013; Шевченко, Сизонов, 2021, с. 15–21). Систему термінопольов таких словників можна розглянути в корелятивних зв'язках: терміни з теорії медіакомунікації ↔ терміни на позначення жанрів, форматів, каналів медіа ↔ терміни, номіантивно співмірні з учасниками медіаконтенту ↔ нові терміни, пов'язані з еволюцією інформаційного простору. Складність створення словників такого типу полягає в широкому суспільному функціонуванні масмедіа, постійному розширенні сфер медіаіндустрії.

Логічним відтак видається цифровізація галузевих словників медіасфери, що спрямовано на швидке фахове реагування з боку лексикографа та суголосне з динамікою інформаційних змін і їх тотальною глобалізацією. Галузеві словники масмедіа все частіше з'являються в цифровому форматі з можливістю корекції їх наповнення та уточнень словникових статей (Словник сучасного... 2017; Словник професійних... 2022; Медіадрайвер, 2024 та ін.). Насиченість ілюстративним матеріалом (зокрема мультимодального типу) в таких словниках підвищується, що відповідає статусу *сучасного електронного словника*. В той же час спостерігаємо і “розхитування” метамови медіасфери, що пов'язана з відносною свободою медійниками використовувати професійний ресурс за межами терміносистеми (йдеться про професійний сленг і жаргон, який дедалі більше просочується у фаховий словник медіа): *аплікуха, БЗ, “джинса”, медійка, нативка, фідбек, хепіслепінг, біт* та под. Те саме стосується і відносно великої присутності нетранслітерованих термінів і понять, що адаптуються до українськомовних медіареалій в оригінальному вигляді: *cookie, digital divide, digital gap, e-book, feature, UGC, ZIP* та ін. (Медіадрайвер, 2024), *akismet, atom, CPM, CPA, embedding, nofollow, web 1.0* та ін. (Василик та ін., 2012), *HTTP, URL, www* та ін. (Шевченко та ін., 2013).

Різняться такі словники глибиною дефінітивного наповнення терміноряду, що мотивовано цілями й завданням лексикографічної праці. Пор.:

Аудиторія медіа — стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами (Media.IQ, 2024).

Аудиторія — група людей / реципієнтів, на яких поширюється медіатекст із урахуванням вихідних екстралінгвальних факторів, скорельованих із метою, завданнями, умовами функціонування тексту в медіапросторі. Розрізняються реальна та потенційна А. Див. **Аудиторія масова** (Шевченко та ін., 2013).

Аудиторія (лат. auditorium, від audio — чути, слухати) — загальна назва споживачів інформаційної продукції. Це сукупність людей, які переглядають, слухають або читають контент певного телеканалу, журналу, газети чи веб-сайту [за М. Гетьманцем. Сучасний словник літератури і журналістики, 2009; Cambridge dictionary] (Медіадрайвер, 2024).

Аудиторія ЗМІ — кількісно невизначена і якісно неоднорідна група населення, що вступає у взаємодію зі ЗМІ; сукупність споживачів будь-яких медіаматеріалів: читачі газет, радіослухачі, телеглядачі, користувачі інтернет-видань. Читачі газети складають її А., оскільки є адресатами інформації, яку видавець хотів би донести до широкого загалу, та користуються виданням як каналом інформації та комунікації (Барішполець, 2014).

II. Функціональні медіасловники. Такого типу словники репрезентують мовний ресурс масової комунікації та стосуються різних функціональних сфер медіа (Ковалевська, Кутуза, 2011; Сизонов 2012; Нелюба, 2012; Козачок та ін., 2017 та ін.). Фактично вони дозволяють “фотографувати” медійний простір за допомогою вербальних засобів та визначити їх перспективний статус аналізу. Саме тому активно укладаються ті словники, що спрямовані зафіксувати зміни в соціально-політичній, бізнесовій, економічній та ін. сферах, дотичних до медіа (Глуховцева, 2013; Короткий політичний..., 2016; Жаботинская, 2015; Короткий словник..., 2021; Словник коректної..., 2022; Дидик-Меуш, Синчак, 2022 та ін.). Як бачимо, більшість із таких словників створені журналістами та ілюструють нові реалії медіакомунікації ХХІ ст.

Медійна неологія як об’єкт медіалексикографії — окремих сегмент аналізу, що є перманентною сутністю масової комунікації, адже фактично медіа часто виступає “зачинателем” мовних інновацій та популяризатором їх подальшого тиражування. Неографічні медіасловники, що належать до цієї групи, репрезентовані як у вигляді друкованого, так і цифрового форматів (Knowles, 1997; Smólkowa, 2001; Тищенко, 2010; Нелюба, Редько, 2017; Шевченко, Сизонов, 2017–2022). Реєстр неоодиноць до словника може бути зібраний на окремому порталі, що дозволяє оперативно фіксувати та описувати неологізми, ідентифіковані з новим явищем (Słownik..., 2014; Мовні інновації... 2017–2024; Мислово, 2012–2024; Словник неологізмів..., 2024 та ін.).

Деякі словники цієї групи допомагають у супровідній роботі медіапрацівника. Так, напр., П. Куляс (2012) випустив оригінальний словник найпоширеніших помилок у мові медіа, пропонуючи свої варіанти вирішення комунікативних “огріхів” журналістів. Або ж асоціативний словник слоганів (Ковалевська, Кутуза, 2011), в якому пропонуються вербалізовані рефлексії на тексти політичної, соціальної та комерційної реклами. Самі автори зазначають, що словник має на меті “довести наукову доцільність вивчення асоціювання комплексних стимулів сутестогенних дискурсів та визначити й диференціювати чинники “аксіологічних очікувань” у процесі їхнього сприйняття” (Там само, с. 14). Очевидно, що такого типу словники мають прагматичні цілі — допомогти в роботі редактору, коректору, рекламисту й піарнику коректно вживати слова й конструкції в медіакомунікації, вміти їх використовувати в “правильному” контексті.

Від 2022 року ми почали роботу над новим лексикографічним виданням функціонального типу “Словник медійних неофразеологізмів”, мета якого — зібрати сучасні фразеологізми, що виникають у масовій комунікації як віддзеркалення її динамічних процесів. Новий словник — це спроба систематизації медійної фразеології, інтерпретовану нами як конструкції усталеного типу, своєрідні вербалізатори медійних слів, що відтворюються у “спаяному” вигляді та мають спеціальні маркери інтертекстуальності, прецедентності, експресивності, оцінності та ін., що дозволяють їм відтворюватися в масовій комунікації з урахуванням фонових знань реципієнтів. Всього зібрано близько 5000 таких неофразем, лексикографічний опис яких вміщуватиме дані про зародження нової одиниці, її здатність до структурно-стилістичної

трансформації, можливість синонімізації та антонімізації тощо. Структуру словникової статті пропонуємо таку:

«ПОМИЛКА 404», розм. >> **У країна 404** ♦ **Росія 404** ♦ **територія 404** [та под.] — указівка на те, що не знайдено: *Чому світ миттєво не відреагував на ковідну «помилку 404»? (Сьогодні, 09.03.2019); Країна 404: чому Росія приречена програвати Україні (24 канал, 17.04.2022); «Україна — країна 404»: у Харкові таксист влаштував скандал через російську мову (YouTube, @kyiv24live); Щоб з РФ отримати «Росію 404» треба багато зусиль, передусім дочекатися процесів у середині країни (Єдині новини, 10.12.2022); Розпадається й розносить неймовірний сморід: у Зеленського пояснили, чому Росія — «територія 404» (УНІАН, 07.06.2023).*

ПОЛІТИЧНЕ КУМІВСТВО •2006 ♦ **«помаранчеве» політичне кумівство •2007** ♦ **«донецьке» політичне кумівство •2011** ♦ **«зелене» політичне кумівство •2020** [та под.] ♦ **«кумівська демократія»**, політ. — оточення з родичів, друзів, кумів (у владі): *Політичне кумівство. Хто і чому звинувачує Ющенка у втраті контролю над владою (Подобиці, 11.09.2006); Томенко: Через 50 днів політичне кумівство втрапить свою вагу (Кореспондент, 11.11.2009); Гримаси «кумівської демократії». Хто здатен перемогти корупцію в Україні (zaxid.net, 17.06.2015); «Помаранчеве» політичне кумівство змінилося на «донецьке»: як один Віктор змінює іншого (ТСН, 11.11.2010); Політичне кумівство поширилося в Раді попри обіцянки Зеленського (Газета по-українськи, 25.09.2020).*

ЯКЩО КУЛЯ В ЛОБ — ТО КУЛЯ В ЛОБ •2014 >> **КУЛЯ В ЛОБ**, авт. (А. Яценюк); політ. >> розм. — іти до кінця: *«Завтра підем уперед: якщо куля в лоб, то куля в лоб. Але чесно, справедливо і сміливо», — заявив лідер фракції «Батьківщина» Арсеній Яценюк (24 канал, 22.01.2014); Можливо, така суперечність — наслідок готовності до діалогу, бажання будь-що поговорити про вічні цінності. А, можливо, це через звичку стояти на своєму. Якщо куля в лоб — то куля в лоб, кажуть старі люди (05366, з блогу Е. Яблонської, 20.03.2022).*

Запропонована модель словника вибудована на основі електронної картотеки, яку ми системно описали в окремій роботі (Сизонов, 2024). Інноваційність е-картотеки полягає в тому, що вона вибудована за чіткою параметризацією, яка включає обов'язкові поля — маркери ідентифікації новизни фразеологічної одиниці. До таких полів належать 'час', 'подія', 'комунікативна сфера', 'медійний контекст', що виписані на основі трьох лексикографічних принципів — медіадинаміка, медіаекологія, медіа-мейнстрим. Моделювання словникових статей із можливістю їх електронної репрезентації дозволяє віднести такого типу словник до інноваційної медійної е-лексикографії *функціонального типу*.

III. Енциклопедії та довідники медіасфери. Ми вже зазначали, що енциклопедії можуть бути *універсального типу*, які охоплюють наукові відомості з усіх сфер комунікації, зокрема й медійної, та цільового призначення (*спеціального типу*), що різняться конкретним функціональним спрямуванням — юридичні, політичні, медичні, мистецькі та ін. енциклопедії (див. детальніше про критерії та характеристики сучасних енциклопедій у Железняк та ін., 2015). Сегмент медіа як тематичний блок представлений у багатьох універсальних енциклопедіях (ЕСУ, 2001–2024; ВУЕ, 2015–

2024; Encyclopædia Britannica Online, 2024 та ін.), про що ми зазначали раніше. А от щодо спеціальних енциклопедій, які стосуються медійної функціональної сфери, то їх кількість постійно зростає. Варто наголосити, що такі енциклопедії можуть покривати як всю медійну сферу, так і її окремі субгалузі — видавничу справу й редагування, друковані й електронні медіа, новітні медійні канали та ін. (Maślanka, 1976; Skrzypczak, 1999; Романюк, 1999–2013; Мащенко, 2006; Бондар та ін., 2010). Подібна ієрархія демонструє постійний розвиток медійної сфери та розширення її специфічної термінології.

Широкий спектр довідкових видань, що дозволяють комплексно подивитися на різні сфери масової комунікації — музика, кінематограф та ін. види мистецтва, екранні медіа, рекламу та ін. (Безклубенко, Рутковський, 2006; Рутковський, 2007; Скрипник та ін., 2006–2018; Частотний каталог..., 2009; Корінний, Шевченко, 2012; Жадько, 2012 та ін.), визначаються нами як стрижневі в сучасній медійній лексикографії. Так, у згаданих вище словниках термінологічний дериват *медіа* стає стимулом для утворення нових понять, суголосних із широким інформаційним простором. Часто їх подають у системних взаємозв'язках *кіно і медіа*, *музика і медіа*, *видавнича справа і медіа*, *маркетинг і медіа* та под. Така кореляція термінопонять дозволяє зобразити глобалізований світ медіа, в якому окремі сегменти складають його сутність. Дефінітивне наповнення деяких понять враховують цю кореляцію:

КІНЕМАТОГРАФІЯ (від грец. — рух і ...графія) — галузь культури й економіки, що здійснює виробництво фільмів (на кіностудіях) та їх демонстрування (у кінотеатрах, по телебаченню) глядачам. <...> На відміну від ін. засобів запису та відтворення зображень, що рухаються (напр., магніт. відеозапис), кінематограф характеризується фіксацією фаз руху об'єкта на кіноплівці у вигляді послідов. фотознімків (кадрів), а також проєкцією зображення, що рухається, на великий екран, що передбачає спец. приміщення і тим самим обумовлює можливість одночас. сприйняття фільму багатьма людьми (ЕСУ, 2001–2024).

Автоматизація редакційно-видавничих і складальних процесів — здійснення шляхом застосування електронної, головним чином обчислювальної техніки редакційно-видавничих і складальних процесів: виготовлення у видавництві оригінал-макета, здійснення коректури і верстання майбутнього видання (Бондар та ін., 2010).

Інформація маркетингова у видавничому бізнесі — відомості, що характеризують ринок видавничої продукції, і чинники, які на його впливають. Види І. м.: а) *інформація маркетингова внутрішня* (закриті статистичні дані видавництва про його персонал, плани, обсяги і витрати виробництва, продажі, економічну результативність, клієнтів, посередників, партнерів, оцінки власної діяльності і сили конкурентів та ін.); б) *інформація маркетингова вторинна* (інформація, зібрана для інших цілей, яка може бути використана в конкретних маркетингових дослідженнях); в) *інформація маркетингова зовнішня* (різноманітні дані, оприлюднені в ЗМІ, базах даних, звітах, довідниках, прайс-листах, каталогах, проспектах); г) *інформація маркетингова первинна* (інформація, цілеспрямовано зібрана задля якоїсь конкретної мети); ґ) *інформація маркетингова синдикативна* (інформація, зібрана і поширювана на комерційних закладах спеціалізованими дослідними центрами, фахівцями з маркетингових досліджень) (Жадько, 2012).

Як бачимо, словникові статті в довідково-енциклопедичних виданнях зазвичай мають макро- та мікроструктуру, що передбачає всебічне (глобальне) окреслення певного поняття. У цифровому форматі таких словників це може супроводжувати і візуалізований ряд (фото, відео, малюнок та ін.), що наочно окреслить певне поняття.

Дедалі частіше в довідково-енциклопедичних, лексикографічних працях спостерігаємо акцентуацію на актуальних функціональних сферах, що репрезентують їх у нових реаліях. Див. в енциклопедіях та довідниках медіасфери “свіжі” явища, дефінітивно окреслені у статтях: *подкаст, реклама нативна, блогерна революція, медіа-війна* та под. (ВУЕ, 2015–2024), *антимедіація, інформаційне суспільство, медіа-арт* та под. (ЕСУ, 2001–2024), *Digital Age, infodemic, media freedom* та под. (Encyclopædia Britannica Online, 2024) та ін. Це говорить про змogu саме онлайнним енциклопедіям та довідникам оперативно реагувати на виклики сучасності, миттєво оновлювати свій словниковий реєстр.

IV. Навчальні медіасловники. Ця група базується на лексикографічних виданнях просвітницького характеру, що націлені допомогти в навчальному процесі опанування медійного контенту. D. Perrin (2006) — один із сучасників західноєвропейської медіалінгвістики — запропонував електронне навчальне видання словникового типу, що вміщувало б реєстр термінів на сайті та до якого доєднані питання для самоперевірки (<https://www.medienlinguistik.net>). Такий спосіб комунікації з читачем дозволяє інтерактивно опрацювати наданий матеріал у словнику, а віртуальний доступ до інформації дає змогу швидко зреагувати на сучасні зміни, що стосуються “цифрової” лінгвістики. До реєстру медіасловників навчально типу можна віднести й ті словники, мета яких полягає у фаховому ілюструванні випадків вживання типового медіаресурсу (як фахових термінів, так і лексико-фразеологічних одиниць). Ідеться про знакові роботи в медіалінгвістиці “Key Words in the Media” (1995), “Skrzydlate slowa” (Markiewicz, 1999), “Key Concepts in Journalism Studies” (Franklin, 2005) та ін., що кваліфікуються як навчально-лексикографічні видання. Вже звичним є додавання словників-мінімумів до структури видань підручничового типу, що спрощує процес навчання (як приклад див. наше видання з теорії медіалінгвістики (Шевченко, Сизонов, 2021), в початковій частині якого вміщено мінісловник операційних термінів галузі). Репрезентація підручників із такими словниками в електронному форматі також дозволяє оперативніше зреагувати на новації в терміносистемах та миттєво їх репрезентувати у виданнях науково-навчального характеру.

Особливе місце в цій класифікаційній групі посідають лексикографічні праці з медіакомпетентності та медіаграмотності, медіапедагогіки та медіаосвіти (Кадемія та ін., 2011; Вознесенська та ін., 2017; Information Literacy Glossary, 2024 та ін.). Зазначимо, що системних словників із цих галузей в Україні немає, а це, своєю чергою, вказує на актуальну дослідницьку проблему³. Вище ми згадували вже словник О. Барішпольця (2017), який також частково можна віднести до видань навчального типу, адже архітектонікою лексикографічного продукту передбачено окремий розділ із медіапсихології та медіаосвіти — важливих компонентів інформаційної освіти ХХІ ст. Така неоднозначність у віднесеності конкретних словників до різних класифікаційних груп виправдана: лексикографічна практика тяжіє до інтегральності знань, що має

³ На державному рівні запропоновано розробити словник рекомендаційного характеру для представників медіа щодо “правильного / не правильного” використання мовного ресурсу в інформаційному потоці (*Нацрада планує напрацювати для медіа словник “небажаної” лексики, 2023, <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3743175-nacrada-planue-napracuvati-dla-media-slovnik-nebazanoi-leksiki.html> ; Україна створить словник “небажаної” лексики для журналістів, 2023, https://glavcom.ua/country/society/ukrajina-stvorit-slovnik-nebazhanoji-leksiki-dlja-visvitlennja-chutlivikh-tem-946120.html#google_vignette та ін.). В умовах війни такі лексикографічні проекти допоможуть уникнути небажаних конфліктів у медіапросторі та буде своєрідною “дорожньою картою” для журналістів щодо коректної подачі інформації.*

бути коректно представлена в сучасному словнику. В електронному форматі такого типу лексикографія репрезентована на мільтиінформаційних порталах навчального типу, вдало номінованих *медіазнавчими*. Один із таких навчальних порталів — проект “Лексичний мінімум медіазнавця” (<https://vyaskevych.github.io/LexicalMinimumMediaStudies>). Це лексикографічна електронна база, в якій подаються ключові терміни медійника з покликанням на словник-донор (в окремих випадках — наукову статтю):

Медіа новітні (див. **Інноваційні медіа**) — “сучасні медіа, засновані на цифрових технологіях, наприклад: інтернет-видання, презентації на CD, комп’ютерні ігри, соціальні мережі тощо. Головними їхніми ознаками є мультимедійність, гіпертекстуальність та інтерактивність. Такі медіа генерують інформацію в режимі реального часу, персоналізують її доставку споживачеві, надають йому можливість брати участь у її творенні, впливати на процес колективної медіаторчості. Цими ознаками новітні медіа відрізняються від традиційних ЗМІ” (Висилик та ін., 2012, с. 379).

Медіалінгвістика — “нова міжгалузева гуманітарна дисципліна, яка займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації. М. розглядає такі питання, як: теоретичні засади та суспільні передумови виникнення М.; роль ЗМІ в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіамовлення; поняття медіатексту як базової категорії М.; опис методів вивчення текстів масової інформації; аналіз лінгвостилістичних ознак основних типів і жанрів медіатекстів — друкованих, електронних, інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних; дослідження різних аспектів медіадискурсу в контексті міжкультурної комунікації та ін.” (Шевченко, Дергач, Сизонов, 2013, с. 90).

Медіалексикографія — “постулюється як інноваційний напрямок сучасної комунікативної лінгвістики (...). Медійна лексикографія — це ще й дослідження динамічного стану мови масової комунікації, численні словники функціонального ресурсу слова в мас-медіа, що діагностують реальне “життя” мови ЗМІ” (Шевченко & Сизонов, 2019).

Останнім часом медіанавчання містить й елементи медіаграмотності, фактчекінгу, інформаційної безпеки та ін., що інтерпретується в умовах гібридних війн, теорії постправди, глобалізації та диджиталізації. Очевидно, що лексикографічні видання такої тематики мають миттєво реагувати на виклики часу, а тому їх електронний формат є логічним та виправданим (Словник з медіаграмотності..., 2022; Гороховський та ін., 2020; Мультимедійний словник..., 2022 та ін.).

V. Медіасловники корпусного типу. Ми вже згадували про німецького вченого Д. Періна, який запропонував навчальний лексикографічний портал (Perrin, 2006–2024). Окремо наголосимо на корпусному сегменті цього сайту. Він складається з п’яти корпусів-модулів та працює як пошукова система за ключовим словом медіалінгвістичної проблематики. Синхронізований корпус термінів зі згаданим вище навчальним виданням (Perrin, 2006), вказуючи сторінку друкованої версії та пояснюючи його (термін) в актуальних комунікативних умовах. Але корпус на сайті постійно оновлюється, що дозволяє показати динамічні процеси в німецькомовній медіакомунікації. Частина термінів із електронних корпусів є своєрідними маркерами еволюції медіапростору Німеччини, а також демонструють транс-, інтра- та інтердисциплінарний характер медіалінгвістики ХХІ ст. Словник запропонованого корпусного видання розподілений за трьома категоріями — структура, функція і контекст, що дозволяє більш точно репрезентувати медіалінгвістичну терміносистему.

Як бачимо, корпусний підхід у лексикографії актуальний та перспективний, що націлений спростити процес віртуальної комунікації між автором і реципієнтом (Железняк, 2015; Карпіловська, 2017; Капранов, Тронь, 2023 та ін.). Поява все більшої кількості корпусних порталів — вдала ілюстрація еволюції комп'ютерної лексикографії. Медійний контекст також привілеює у виданнях такого типу (ГРАК, 2017–2024; Корпус текстів..., 2003–2024; ВНС, 2022; ПАВУК, 2024 та ін.). У згаданих порталах надається доступ до текстових блоків із маркуванням пошукового (реєстрового) слова.

Існують, натомість, електронні словники, що містять корпус мовних одиниць за різними стилістичними параметрами (Мислово, 2012–2024; Словотвір, 2024; Urban Dictionary, 1999–2024). Ми також пропонуємо електронну картотеку медійних неологізмів (Мовні інновації..., 2017–2024), що є віртуальним аналогом щорічного словника (Шевченко, Сизонов, 2017–2022). Пошук нових одиниць дозволяє знайти мовну інновацію за медійним джерелом, роком появи, приналежністю до певної тематики (політична, бізнесова, економічна, культурна та ін.) та стилістичної ремарки (*сленг.* — молодіжний сленг, *жарг.* — жаргонна одиниця, *проф.* — професіоналізм, *медійн. фраз.* — медійний фразеологізм та ін.). Електронна картотека наразі продовжує наповнюватися новими одиницями, неосемантемами, трансплантованим ресурсом та ін. Напр.:

«**Агритися**» (англ. anger) — *сленг.*; обурюватися чим-небудь або ким-небудь; відчувати агресію, злість, гнів: *Наталія Романова вчила дітей не «агритися»* [С, із заг., 28.04.2017]; *Хіба немає за що «агритися» на людину, яка веде себе нечемно і не по-європейськи* [ЦН, 11.02.2018].

Блекаут / «**блекаут**» — (1) *розм.*; масове відключення електроенергії: *Блекаут на Донбасі також можливий, і про це я вже говорив Президенту* [СС, із інт. Г. Москаля, 12.06.2015]; *Кримський «блекаут» триває* [РС, із заг., 04.01.2016]; *Окупанти попередили жителів Севастополя про черговий блекаут* [О, 12.08.2016]; *«Гоблін» Аксьонов матюкався і задував «дідуса Сталіна» через блекаут у Криму* [ТСН2, 04.01.2016]; (2) *неосмент.*: *Україні загрожує блекаут на 3–5 днів, якщо Росія виб'є бодай одну АЕС — Харченко* [ТСН, 01.10.2024].

Справа Януковича / «**справа Януковича**» — *медійн. фраз.*; справа проти В. Януковича; справа, що не має успіху; безкінечна судова справа: *Суд у справі Януковича перенесли на 10 серпня* [24к, 03.08.2017]; *«Справа Януковича»: суд вивчає інтерв'ю президента-втікача та вислуховує прохання адвоката* [5к, 28.09.2017]; *Суд розглядає справу Януковича: адвокат просить про зустріч із клієнтом* [Гл, 28.09.2017]; *Нові справи в суді проти політиків — це подібне до «справи Януковича»* [ТСН2, 29.08.2019]; *Це як «справа Януковича»... без кінця і краю* [ЄН, 13.08.2024].

Ще до виходу друкованого видання деякі одиниці потрапляють до е-реєстру, що є миттєвою вербалізованою ілюстрацією нового явища (з можливістю обговорення цієї мовної інновації на сайті):

За два–три тижні; через 2–3 тижні — *медійн. фраз.*, неможливість завершити певну справу швидко; інтернет-мем, пов'язаний з О. Арестовичем: *В червні пробував замовити ноут dreat machines, але там була занадто довга доставка (за 2–3 тижні) з Польщі і я відмовився. 28 листопада 2022 року мені подзвонили з dreat machines і повідомили що ноутбук в Україні і я можу його забрати* [з мережі X, 28.11.2022]; *Олексій Арестович — любитель самоіронії. Тож у своєму Instagram він написав, що 2022 рік закінчиться «через два–три тижні»* [У, 13.12.2022]; *Два–три тижні і леопарди будуть в Києві: українці іронічно поставилися до прогнозів з Німеччини* [25.01.2023]. Див. **Взяти за два–три дні**.

Квадробер (англ. *quadrobist*) — особа (в основному діти й підлітки), які імітують дії та звички тварин: «*Мамо, я **квадробер**»*. *Знайомимося з субкультурою, де діти наслідують тварин та скачуть навкарачки* [Г, 26.09.2024]; ***Квадробери, альтушки, фури. Як вони витіснили панків і готів*** [BBC, 05.10.2024]; *Не розумію, але засуджую: хто такі кийвські **квадробери**, і чому суспільство не готове їх сприймати* [І, 20.09.2024].

VI. Перекладні (дво- та багатомовні) словники медіа. Такого типу словники допомагають у міжкультурній професійній комунікації та дозволяють діалогізувати терміносистеми як інтернаціональні одиниці мови. У зв'язку з тим, що в медійний простір проникають слова в основному з англійської мови (результат процесу “вестернізації”), то логічним є і домінантність цієї мови у перекладних медіасловниках. І пов'язано це мінімум із двома причинами: а) появою все більшої кількості медійних форматів, які є або “клонами” світових продуктів, або діють за умовами франчайзингу; б) модою на західну культуру, що і спричинює залучення іншомовних елементів (передусім англомовних) до української мови. Саме тому і з'являються медіасловники з домінантною мовою перекладу — англійською (Terry Ellmore, 1995; Ільченко, Приступа, 2016; Lahlali, 2019; Крамар, 2022 та ін.). Щоправда, й інші мови ЄС (польська, німецька та ін.) стають стрижневими у перекладних словниках. Як ми вже зазначали раніше, “перекладні словники мас-медіа не тільки роз'яснюють значення релевантних для масово-мовленнєвої сфери міжкультурних понять, але, і це особливо важливо, дозволяють окреслити семантичні межі концептуально-понятійного медіаполя, яке постійно розширюється” (Сизонов 2013, с. 52). Згадаємо в цьому контексті словникові проекти в доробках Центру пресознавчих досліджень Ягелонського університету, Центру медіаантропологічної компетенції при Університеті Баугаз, Інститут медіазнавства в Марбурзькому університеті та ін., що серед іншого розробляють і перекладного типу профільні словники: див. вибіркові видання (Renouard, 2002; Pisarek, 2006; Kozierkiewicz, 2007; Vocian, Zabłocki, 2008 та ін.).

Електронний формат подібних словників, на наше переконання, є найзручнішим способом у користуванні, адже структурою сайту можна закласти функції автоматичного перемикання мов, аудіосупровід перекладу, етимологію мовної одиниці, ілюстративний матеріал із електронного корпусу текстів та ін. За таким форматом працюють світові лексикографічні системи (Encyclopædia Britannica Online, 2024; Oxford Learner's Dictionary, 2024; Cambridge Dictionary, 2024), що в меню мов мають по декілька варіантів із можливістю їх оперативного перегляду. Наведемо приклад із останнього (рис. 1):

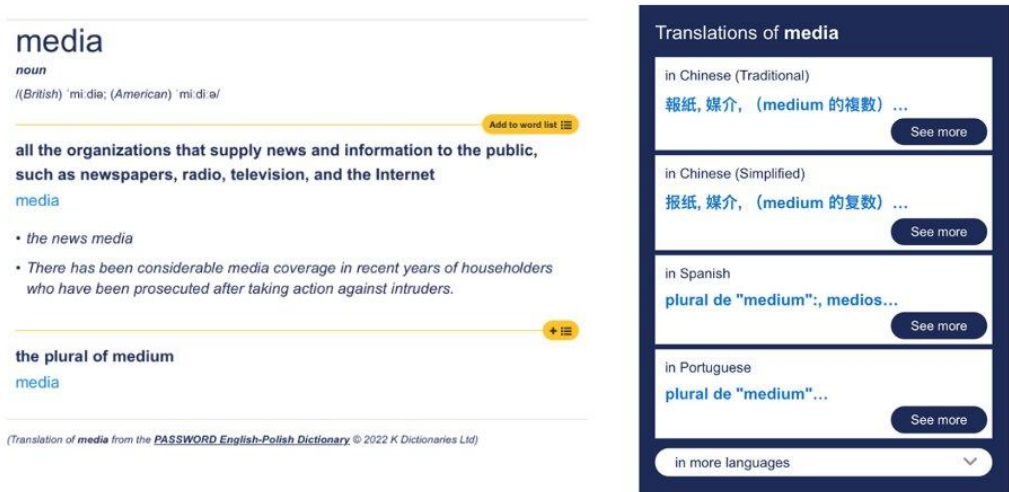


Рис. 1. Фрагмент електронного словника Cambridge Dictionary, 2024

Деякі словники стосуються нових терміносистем медіа — у сфері інформаційної безпеки, рекламної комунікації, бізнесової та брендової комунікації та ін. (Гладун та ін., 2018; Глосарій сфери..., 2014–2018; Кравченко, 2009 та ін.), а тому їх цифровий формат дозволяє оперативно зреагувати на виклики часу.

VII. Міждисциплінарні словники, які корелюють із медіа. Ця група об'єднує словники, які сьогодні стрімко розвиваються, адже відповідають критеріями дискурсивного підходу в лексикографії та є синкретичними в сучасному динамічному світі науки. Вдалим, на нашу думку, є словник термінів міжкультурної комунікації Ф. Бацевича (2007). Бачимо у словникових статтях видання вказівку на етимологію поняття кроскультурного характеру, “біографію” терміна та системні зв'язки з іншими інтердисциплінарними поняттями. Автор наголошує, що у словнику представлені термінопоняття з різних напрямів як гуманітарного, так і негуманітарного знання — соціології, психології, етнології, культурології та ін. Такий вихід за кордони лінгвістики у взаємозалежностях із іншими галузями вказує на глибину репрезентованих понять у лексикографічній праці:

Адаптація міжкультурна — процес досягнення представниками некорінного етносу відповідності (сумісності, комфортності тощо) з культурним середовищем нового місця проживання, а також результат цього процесу.

Див.: *Середовище культурне; Середовище лінгвокультурне.*

Пор.: *Асиміляція.*

Ввічливість негативна — у теорії міжособистісного і міжкультурного спілкування П. Браун і С. Левінсона — тип комунікативної поведінки, коли учасники спілкування з метою підтримання кооперативної комунікації мають право на свободу дій, невтручання у власний і чужий внутрішній світ, несприйняття неприємних предметних і комунікативних зобов'язань тощо.

Див.: *Спілкування; Комунікація; Комунікація міжкультурна.*

Пор.: *Ввічливість позитивна.*

Константа культури (лат. *constans* — *постійний*) — 1. У концепції російського лінгвіста акад. Ю.С. Степанова — концепт культури, який існує постійно або дуже довгий час і значною мірою визначає світосприйняття етносу, його мовну картину світу. 2. Постійний принцип культури, який спостерігаємо у будь-яких випадках її вияву.

Див.: *Культура; Концепт культури; Концепт культури ключовий.*

Деякі поняття корелюються з медійною терміносистемою, що дозволяє говорити і про синкретизм сучасної лінгвістики з соціальними комунікаціями, журналістикою, комунікативістикою:

Знання фонові — одне з найважливіших понять теорії міжкультурної комунікації, лінгвокраїнознавства, лінгвокультурології; тип знань, притаманний носіям певної національної лінгвокультурної спільноти і пов'язаний з базовими елементами рідної ідіоетнічної культури. Ці знання забезпечують мовленнєве спілкування, виступають його основою, в процесі якого вони виявляються як смислові асоціації та етнокультурні конотації. 3. ф. відіграють важливу роль у процесі міжкультурної комунікації.

Див.: *Спілкування; Міжкультурна комунікація; Конотація; Культура.*

Пор.: *Знання фонові культурні; Знання енциклопедичні культурні.*

Інформація лінгвокультурна — значення і смисли одиниць мовного і паралінгвального кодів у міжкультурній комунікації, в яких зафіксована інформація щодо специфіки культури, у межах якої ця комунікація відбувається.

Див.: *Комунікація; Комунікація міжкультурна; Значення; Смысл; Інформація (у спілкуванні).*

Культура інформаційна — поняття, яке характеризує певну культуру з точки зору специфіки накопичення, обробки і передачі у її межах інформації. К.і. — складова духовної культури.

Див.: *Культура; Інформація; Культура духовна.*

Пор.: *Культура матеріальна.*

Належність видання до медійної е-лексикографії підтверджується і пошуковою системою за термінами словника на сайті (<https://terms-intercultural-communication.slovaronline.com>).

У цьому контексті не можемо не пригадати ті словники інноваційних галузей лінгвістики, що системно пов'язані з аналізом інформаційного простору, а тому до словникового реєстру проникають і терміни медійної комунікації. Ідеться про лінгвістичну іміджелогію, юридичну лінгвістику, когнітивно-дискурсивну лінгвістику та ін. Вибіркові словникові статті для ілюстрації пропонуємо нижче:

Антипіар (англ. *anti-PR*) — комунікативні дії, спрямовані на руйнацію іміджу особи / компанії / бренду та ін. Основні причини А.: конкурентна змагальність, невдоволеність користувачів послуг, внутрішня конфліктність персоналу та ін. Див. **Піар чорний**.

Іміджбیلдинг (англ. *image building*) — процес побудови іміджу. У рекламній комунікації І. є складником брендності, що включає репутаційні особливості формування іміджу — від якості продукції / послуг до їх репрезентації в різних типах комунікації. Напр., І. туристичної компанії складається з внутрішнього І. клієнта та менеджера / персоналу, соціального та бізнесового І., зовнішнього (репутаційного) І., культурного, етичного, ділового, рекламного, медійного та ін. типів І. Див. **Брендімідж**.

Медіабізнес (англ. *media business*) — функціональна система ринкових відносин, іміджево репрезентованих у масмедійній комунікації. Відповідно до дослідження Центру контент-аналізу, найуспішнішими медіабрендами у 2021 р. визначено ТСН, Уніан, Українська правда та ін., які ведуть прозорий М. в Україні (Шевченко та ін., 2023).

Безпека інформаційна; Б. масово-інформаційна — здатність інформаційного простору забезпечувати захист реципієнтів від дезінформації за допомогою особливих медійних ресурсів, комунікативних технологій, джерел інформації.

Медіакратія — особливий тип діяльності медіа, спрямований на нівеляцію функцій аудиторії, на яку розрахований інформаційний потік. Ідеться про можливість лише споглядання за процесами, подіями, що відбиваються у ЗМІ, без особливого впливу на їх перебіг (Шевченко та ін., 2015).

ДОМЕН — концептуальна структура, що слугує контекстом (фоном) для виділення (профілювання) концепту <...>.

ЕКСПЛІКАТУРИ — смисли, що виводяться інтерпретатором на основі конвенціональних значень мовних виразів, актуалізованих продуцентом висловлювання. <...> Е. тлумачать у рамках кодової моделі комунікації, згідно з якою смисл висловлень формується кодуванням і декодуванням мовних виразів у певному мовному контексті в межах конвенцій спілкування <...>.

МЕТАФОРА (КОГНІТИВНА / КОНЦЕПТУАЛЬНА) — спосіб концептуалізації дійсності шляхом тлумачення сутностей певної сфери людського досвіду в термінах сутностей іншої сфери досвіду <...> (Мартинюк, 2012).

Репрезентація цих та інших видань в електронному форматі дозволяє віднести їх до медійної е-лексикографії, щоправда, проблемним вважаємо їх мінімізацію присутності на окремих порталах / сторінках / за лінками та ін. Цю дослідницьку проблему ми пропонуємо винести як перспективну в межах наступних наших розвідок, що дозволять не тільки розширити класифікаційні параметри медіасловників (адже ми впевнені у їх подальшому функціонуванні за новими форматами), а й виробити чіткі критерії *цифрового словникового контенту*.

ВИСНОВКИ

Вступивши в еру тотальної інтернетизації та інформаційного глобалізму, помічаємо тенденцію і до цифровізації наукового контенту. Дедалі більше з'являється порталів, що репрезентують науку у вебформаті. Окремим аспектом такої репрезентації є лексикографія, яка чи не найбільше потребує віртуального клонування друкованих видань та розширення своєї реєстрової бази в актуальних комунікативних умовах. А медійна сфера як така, що домінує серед інших функціональних сфер у зв'язку із інтенсифікацією свого ресурсу, наповненні й еволюції жанрових форматів та каналів комунікації тощо, потребує і лексикографічної систематизації свого терміноряду. Формується нова галузь – медійна лексикографія як фахове віддзеркалення описаних вище тенденцій. Електронізація словників медіа, які ми компактно вмістили у сім класифікаційних груп, потребує подальшого дослідницького аналізу, який і окреслюємо терміном медійна е-лексикографія. У межах цієї публікації анонсуємо і новий проєкт із систематизації фразеологічних інновацій у медіа (див. п. II вище), що буде репрезентовано у вигляді електронного лексикографічного порталу та надруковано у форматі словника, робота над яким триває.

ЛІТЕРАТУРА

- Баландіна, Н. (2023). Неолексеми з компонентом медіа у словниках і науковому дискурсі із соціальних комунікацій. *Наукові записки Інституту журналістики*, 2(83), 11–23. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.83.1>
- Дубічинський, В. (2018). *Засади сучасної української термінографії*. У кн. *Слов'янське термінознавство кінця ХХ — початку ХХІ століть* [наук. ред.: В. Іващенко] (с. 544–556). Київ: Жнець.
- Железняк, М. (Ред.). (2015). *Українські електронні та паперові енциклопедичні видання: основні здобутки й перспективи*. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7457741>
- Загнітко, А. (2024). *Сучасна лінгвістична термінографія: системно-структурний та функційно-когнітивний виміри*. У кн. *Стилістика модерного часу* (с. 111–129). Київ: Видавництво Ліра-К.
- Іващенко, В. (2024). *Засади медійного словникарства в практиці створення лексичного мінімуму медіазнавця*. У кн. *Стилістика модерного часу* (с. 130–160). Київ: Видавництво Ліра-К.
- Капранов, Я., Тронь, Т. (2023). *Основи лексикографічної теорії і практики*. Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Карпіловська, Є. (2017). Роль картотеки “портретів слів” в укладанні словників нового покоління. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 52, 93–109. <https://doi.org/10.11649/sfps.2017.005>
- Сербенська, О., Бабенко, В. (2014). Термін *медійний* та споріднені з ним. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. *Проблеми української термінології*, 791, 152–153.
- Сизонов, Д. (2012). Медійна лексикографія в аспекті актуальних тенденцій розвитку українського мовознавства. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, 25, 79–87.
- Сизонов, Д. (2013). Сучасна медіалексикографія: лінгвопрагматичний потенціал. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, 26, 47–56.
- Сизонов, Д. (2024). Медійна фразеологія в інформаційному просторі сучасної України: лінгвостилістичний та комунікативно-функціональний ресурс: дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ.
- Шевченко, Л. І., Сизонов, Д. Ю. (2019). Нові слова як маркери часу: медійна лексикографія сьогодні і в перспективі. *Записки з українського мовознавства*, 25(1), 11–20. <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2019.26.180939>
- Шевченко, Л., Сизонов, Д. (2020). Стан і перспективи дискурсивно-стилістичної лексикографії: огляд проблеми. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 55, 1–19. <https://doi.org/10.11649/sfps.1966>
- Шевченко, Л., Сизонов, Д. (2021). *Теорія медіалінгвістики: підручник*. Київ: Київський університет.
- Широков, В. (2011). *Комп'ютерна лексикографія*. Київ: Наукова думка.
- Perrin, D. (2006). *Medienlinguistik*. Konstanz: Utb.
- Tošović, B. (2018). *Generatorska lingvistika*. Beograd: Svet knjige.

ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА

- Баришполець, О. (2014). *Український словник медіакультури*. Київ: Міленіум.
- Бацевич, Ф. (2007). *Словник термінів міжкультурної комунікації*. Київ: Довіра.
- Безклубенко, С., Рутковський, О. (2006). *Український енциклопедичний кінословник*. Київ.
- Бідзіля, Ю. (2007). *Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті*. Ужгород: Закарпаття.
- Богуш, Д. (2011). *Український PR словник*. Київ: Саміт-книга.
- Бондар, Ю., Головатий, М., Сенченко, М. (2010). *Енциклопедія для видавця та журналіста: енциклопедичний словник-довідник*. Київ: Персонал.
- Василик, Л., Вербовий, Р., Виговська, Н. та ін. (2012). *Новітні медіа та комунікаційні технології: словник*. Київ.
- Вознесенська, О., Деркач, О., Скар, О. (2017). *Енциклопедичний словник з арт-терапії*. Київ: Золоті ворота.
- ВУЕ (2015–2024). *Велика українська енциклопедія*. <https://vue.gov.ua>
- Гладун, А., Субач, І., Хала, К. (2018). *Англо-український словник термінів з інформаційних технологій та кібербезпеки*. Київ.
- Глосарій сфери інтернет-реклами* (2014–2018). <https://inau.ua/proekty/hlosariy-sfery-internet-reklamy>
- Глуховцева, І. (2013). *Словник модифікованих стійких сполучень слів в узусі кінця ХХ — початку ХХІ століття*. Луганськ.
- Гороховський, О., Мельникова-Курганова, О., Мірошніченко, П., Островська, Н. (2020). *Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів*. <http://surl.li/yncffr>
- ГРАК (2017–2024). *Генеральний регіонально анотований корпус української мови*. <https://uacorpus.org>
- Дидик-Меуш, Г. (Ред.), Синчак, О. (2022). *Вебсловник жіночих назв української мови*. https://r2u.org.ua/html/femin_details.html
- ЕСУ (2001–2024). *Енциклопедія сучасної України*. <https://esu.com.ua>
- Жаботинская, С. (2018). *Язык как оружие в войне мировоззрений. Майдан — Антимайдан: словарь-тезаурус лексических инноваций*. https://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf
- Жадько, В. (2012). *Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність)*. Київ: Експрес-Поліграф.
- Льченко, О., Приступа, Т. (2016). *Вербалізоване “обличчя” сучасного суспільства в діалозі двох культур: (українсько-англійський словник метафоричних словосполучень ЗМІ: 2000–2015 рр.)*. Харків.
- Кадемія М., Ткаченко Т., Євсюкова Л. (2011). *Інноваційні технології навчання: словник-глосарій*. Львів: Сполом.
- Ковалевська, Т., Кутуза Н. (2011). *Короткий асоціативний словник рекламних слоганів*. Одеса: Астропринт.
- Козачок, Я., Васильченко, В., Мерзлюк, Ю., Костюк, І., Кравченко, С. (2017). *Словник медійних перифразів ХХІ століття*. Київ: НАУ.
- Корінний, М., Шевченко В. (2012). *Короткий енциклопедичний словник з культури*. Київ: Україна.
- Короткий політичний словник часів Незалежності* (2016). <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/08/24/7118522/>

- Короткий словник фемінітивів* (2021). <https://fw-daily.com/korotkij-slovník-feminitiv/>
- Корпус текстів української мови* (2003–2024). <http://www.mova.info/corpus.aspx?l1=209>
- Кравченко, Н. (2009). *Великий англо-український бізнес-словник*. Київ: Торсінг.
- Крамар, Н. (2022). *Словник англомовних неологізмів ХХІ століття*. Київ: Інтер-сервіс.
- Куляс, П. (2006). *Словник найпоширеніших помилок у засобах масової інформації з варіантами їх виправлення*. Київ.
- Мартинюк, А. (2012). *Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна.
- Мащенко, І. (2006). *Енциклопедія електронних мас-медіа: У 2-х т.* Запоріжжя: Дике поле.
- Media.IQ* (2024). <http://media-iq.tilda.ws/glossary>
- Медіадрайвер* (2024). <http://mediadrivervonline/dictionary/>
- Мислово* (2012–2024). <https://myslovo.com>
- Михайлин, І. (2013). *Журналістика. Словник-довідник*. Київ: Академія.
- Мовні інновації. UA* (2017–2024). <https://newlexua.blogspot.com>
- Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності* (2010–2022). Віртуальна лексикографічна лабораторія “Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності”. Київ: Український мовно-інформаційний фонд НАН України. <https://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediaVLL/>
- Нелюба, А. (2012). *Словотворчість незалежної України. 1991–2011. Словник*. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.
- Нелюба, А. (Ред.), Редько, Є. (2017). *Лексико-словотвірні інновації (2015–2016)*. Словник. Харків: Харківське історико-філологічне товариство.
- ПАВУК (2024). *Польський автоматичний веб-корпус української мови*. https://pawuk.ipipan.waw.pl/query_corpus/
- Романюк, М. (Ред.) (1994–2013). *Українська журналістика в іменах: Матеріали до енциклопедичного словника* (вип. 1–20). Львів.
- Рутковський, О. (2007). *Український словник-довідник екранних медіа*. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України.
- Сизонов Д. (2012). *Медична термінологія в українських ЗМІ: словник*. Київ: Київський університет.
- Скрипник, Г. (Ред.) та ін. (2006–2018). *Українська музична енциклопедія: У 6-ти тт.* Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України.
- Словарь медиатерминов. Медиа. Ресурсы. Менеджмент.* (2009). Харків: Фолио.
- Словник з медіаграмотності. Проект “Фільтр”.* (2022). <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/slovnnyk.pdf>
- Словник коректної термінології для висвітлення російсько-української війни* (2022). <https://imi.org.ua/advices/slovnnyk-korektnoyi-terminologiyi-dlya-vysvitlennya-rosijsko-ukrayinskoj-vijny-i44434>
- Словник неологізмів української мови. Армія Inform* (2022). <http://surl.li/ukwwmr>
- Словник професійних термінів і жаргонізмів журналіста* (2022). <https://journalistic-space.webnode.com.ua/1/slovník-profesijnikh-terminiv-i-zhargonizmiv-zhurnalista/>
- Словник сучасного журналіста* (2017). <https://telekritika.ua/uk/slovník-suchasnogo-zhurnalista/>
- Словотвір* (2024). <https://slovtvir.org.ua>

- СУМ-20 (2015–2024). *Словник української мови: в 20-ти тт.* <https://sum20ua.com>
- Тищенко, О. (Ред.) (2010). *Нові й актуалізовані слова та значення: Словникові матеріали (2002–2010)*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бурого.
- Частотний каталог українського пісенного фольклору*. В 3-х ч. (2009). Київ: Наукова думка.
- Шевченко, Л. (Ред.), Дергач, Д., Дядищева-Росовецька, Ю., Сизонов, Д., Шулінова, Л. (2023). *Лінгвістична іміджологія: словник термінів і понять* (2013). Київ: Видавництво Ліра-К.
- Шевченко, Л. (Ред.), Дергач, Д., Сизонов, Д. (2013). *Медіалінгвістика: словник термінів і понять* (2013). Київ: Київський університет.
- Шевченко, Л. (Ред.), Дергач, Д., Сизонов, Д., Шматко, І. (2015). *Юрислінгвістика: словник термінів і понять*. Київ: Київський університет.
- Шевченко, Л., Сизонов, Д. (2017–2022). *Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа: словник* (ч. 1–5). Київ: Київський університет.
- Шпак, В. (2019). *Словник сучасних поліграфічних термінів: книга редактора*. Київ: Експрес-об'ява.
- Шпак, В. (2020). *Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора*. Київ: Експрес-об'ява.
- Яцимирська, М. (2005). *Сучасний медіатекст: Словник-довідник*. Львів: ПАІС.
- BNC (2022). *British National Corpus*. <http://www.natcorp.ox.ac.uk>
- Bocian R., Zabłocki M. (2008). *Angielsko-polski słownik terminologii filmowej*. Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Cambridge Dictionary* (2024). <https://dictionary.cambridge.org/uk/>
- Chandler, D., Munday, R. (2011). *Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Danesi, M. (2010). *Encyclopedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Encyclopædia Britannica Online* (2024). <https://www.britannica.com>
- Franklin, B. (Ed.) (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. London; New Delhi : Sage Publication.
- Information Literacy Glossary* (2024). <https://www.farmingdale.edu/library/information-literacy/info-literacy-glossary.shtml>
- Knowles, E. (Ed.) (1997). *The Oxford Dictionary of New Words*. Oxford University Press.
- Kozierkiewicz, R. (2007). *Słownik terminologii marketingowej angielsko-polski, polsko-angielski*. Wydawnictwo C.H. Beck.
- Lahlali, E. M. (2019). *Arabic Media Dictionary*. Routledge.
- Markiewicz, H. (1999). *Skrzydlate słowa*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Mascull, B. (1995). *Key Words in the Media*. Collins.
- Maślanka, J. (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław.
- Oxford Learner's Dictionary* (2024). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
- Perrin, D. (2006–2024). *Datenbank Medienlinguistik*. <https://www.medienlinguistik.net>
- Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków, 2006.
- Renouard, H. (2002). *Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste / Dictionary of Electronic Media and Services: Deutsch / Englisch — German / English*. Springer.
- Skrzypczak, J. (1999). *Popularna encyklopedia mass mediów*. Wydawn. KURPISZ SA.
- Słownik neologizmów polskich* (2014). <https://obserwatoriumjezykowe.uw.edu.pl/czym-jest-slownik-neologizmow-polskich/>
- Smółkowa, T. (2001). *Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej*. IJP PAN.
- Terry Ellmore, R. (1995). *Ntc's Mass Media Dictionary*. Ntc Pub Group.

Urban Dictionary (1999–2024). <https://www.urbandictionary.com>

REFERENCES

- Balandina, N. (2023). *Neoleksemy z komponentom media u slovnykakh i naukovomu diskursi iz sotsialnykh komunikatsii* [Neolexemes with the Component Media in Dictionaries and Scientific Discourse on Social Communications]. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 2(83), 11–23. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.83.1> [in Ukrainian].
- Dubichynskiy, V. (2018). *Zasady suchasnoi ukrainskoi terminohrafii* [Basics of modern Ukrainian terminography]. In. Ivashchenko, V. *Slovianske terminoznavstvo kintsia XX – pochatku XXI stolit* [Slavic terminology of the late 20th and early 21st centuries] (s. 544–556). Kyiv: Zhnets [in Ukrainian].
- Zhelezniak, M. (Red.). (2015). *Ukrainski elektronni ta paperovi entsyklopedychni vydannia: osnovni zdobutky u perspektyvy* [Ukrainian electronic and paper encyclopedic editions: main achievements and prospects]. Kyiv: Instytut entsyklopedychnykh doslidzhen NAN Ukrainy. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7457741> [in Ukrainian].
- Zahnitko, A. (2024). *Suchasna linhvistychna terminohrafii: systemno-strukturnyi ta funktsiino-kohnityvnyi vymiry* [Modern linguistic terminography: system-structural and functional-cognitive dimensions]. In. *Stylistyka modernoho chasu* [Stylistics of modern times] (s. 111–129). Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].
- Ivashchenko, V. (2024). *Zasady mediinoho slovnykarstva v praktytsi stvorennia leksychnoho minimumu mediaznavsia* [Basics of media vocabulary in the practice of creating the lexical minimum of a media expert]. In. *Stylistyka modernoho chasu* [Stylistics of modern times] (s. 130–160). Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K.
- Kapranov, Ya., & Tron, T. (2023). *Osnovy leksykohrafichnoi teorii i praktyky* [Basics of lexicographic theory and practice]. Kyiv: Vydavnychiy tsentr KNLU [in Ukrainian].
- Karpilovska, Ye. (2017). *Rol kartoteki “portretiv sliv” v ukladanni slovnykiv novoho pokolinnia* [The role of “portraits of words” card index in the compiling of new generation dictionaries]. *Studia z Filologii Polskiej i Slowiańskiej*, 52, 93–109. <https://doi.org/10.11649/sfps.2017.005> [in Ukrainian].
- Serbenska, O., & Babenko, V. (2014). *Termin mediinyi ta sporidneni z nym* [The term media and related to it]. *Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Problems of Ukrainian Terminology*, 791, 152–153 [in Ukrainian].
- Syzonov, D. (2012). *Mediina leksykohrafii v aspekti aktualnykh tendentsii rozvytku ukrainskoho movoznavstva* [Media lexicography in the aspect of current trends in the development of Ukrainian linguistics]. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, 25, 79–87 [in Ukrainian].
- Syzonov, D. (2013). *Suchasna medialeksykohrafii: linhvoprahmatychnyi potentsial* [Modern media lexicography: linguopragmatic potential]. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, 26, 47–56 [in Ukrainian].
- Syzonov, D. (2024). *Mediina frazeolohiia v informatsiinomu prostori suchasnoi Ukrainy: linhvostylistychnyi ta komunikatyvno-funktsionalnyi resurs* [Media Phraseology in the Information Space of Modern Ukraine: A Linguistic-Stylistic and Communicative-Functional Resource]: dys. ... d-ra filol. nauk: 10.02.01 / Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Kyiv [in Ukrainian].

- Shevchenko, L. I. & Syzonov, D. Y. (2019). New words as time markers: modern media lexicography and its prospects. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*, 25(1), 11–20. <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2019.26.180939>
- Shevchenko, L., & Syzonov, D. (2020). *Stan i perspektyvy dyskursyвно-stylistychnoi leksykohrafiï: ohliad problemy* [The State and Prospects of Discursive-Stylistic Lexicography: An Overview]. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 55, 1–19. <https://doi.org/10.11649/sfps.1966> [in Ukrainian].
- Shevchenko, L., & Syzonov, D. (2021). *Teoriia medialinhvistyky: pidruchnyk* [Theory of media linguistics: textbook]. Kyiv: Kyivskyi universytet [in Ukrainian].
- Shyrovkov, V. (2011). *Komp'uterna leksykohrafiia* [Computer lexicography]. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
- Perrin, D. (2006). *Medienlinguistik*. Konstanz: Utb [in German].
- Tošović, B. (2018). *Generatorska lingvistika*. Beograd: Svet knjige [in Serbian].

LEXICOGRAPHIC SOURCES

- Baryshpolets, O. (2014). *Ukrainskyi slovnyk mediakultury* [Ukrainian dictionary of media culture]. Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
- Batsevych, F. (2007). *Slovnyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii* [Dictionary of terms of intercultural communication]. Kyiv: Dovira [in Ukrainian].
- Bezklubenko, S., & Rutkovskyyi, O. (2006). *Ukrainskyi entsyklopedychnyi kinoslovyk* [Ukrainian encyclopedic film dictionary]. Kyiv [in Ukrainian].
- Bidzilia, Yu. (2007). *Slovnyk zhurnalista: terminy, mas-media, postati* [Journalist's dictionary: terms, mass media, figures]. Uzhhorod: Zakarpattia [in Ukrainian].
- Bohush, D. (2011). *Ukrainskyi PR slovnyk* [Ukrainian PR dictionary]. Kyiv: Samit-knyha [in Ukrainian].
- Bondar, Yu., & Holovatyi, M., & Senchenko, M. (2010). *Entsyklopediia dlia vydavtsia ta zhurnalista: entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk* [Encyclopedia for the publisher and journalist: an encyclopedic reference dictionary]. Kyiv: Personal [in Ukrainian].
- Vasylyk, L., & Verbovyi, R., & Vyhovska, N., etc. (2012). *Novitni media ta komunikatsiini tekhnologii: slovnyk* [New media and communication technologies: a dictionary]. Kyiv [in Ukrainian].
- Voznesenska, O., & Derkach, O., & Sknar, O. (2017). *Entsyklopedychnyi slovnyk z art-terapii* [Encyclopedic dictionary of art therapy]. Kyiv: Zoloti vorota [in Ukrainian].
- VUE (2015–2024). *Velyka ukrainska entsyklopediia* [Great Ukrainian encyclopedia]. <https://vue.gov.ua> [in Ukrainian].
- Hladun, A., & Subach, I., & Khala, K. (2018). *Anhlo-ukrainskyi slovnyk terminiv z informatsiinykh tekhnologii ta kiberbezpeky* [English-Ukrainian dictionary of information technology and cyber security terms]. Kyiv [in Ukrainian].
- Hlosarii sfery internet-reklamy* [Glossary of the sphere of Internet advertising] (2014–2018). <https://inau.ua/proekty/hlosariy-sfery-internet-reklamy> [in Ukrainian].
- Hlukhovtseva, I. (2013). *Slovnyk modyfikovanykh stiikykh spoluchen sliiv v uzusi kintsia XX – pochatku XXI stolittia* [A dictionary of modified stable combinations of words in Usus of the late 20th – early 21st centuries]. Luhansk [in Ukrainian].
- Horokhovskyyi, O., & Melnykova-Kurhanova, O., & Miroshnychenko, P., & Ostrovska, N. (2020). *Faktchekinh i mediahramotnist: slovnyk terminiv* [Fact-checking and media literacy: a glossary of terms]. <http://surl.li/yncffr> [in Ukrainian].

- HRAK (2017–2024). *Heneralnyi rehionalno anotovanyi korpus ukrainskoi movy* [General Regionally Annotated Corpus of Ukrainian]. <https://uacorporus.org> [in Ukrainian].
- Dydyk-Meush, H. (Red.), & Synchak, O. (2022). *Vebslovnnyk zhinochykh nazv ukrainskoi movy* [Web dictionary of female names of the Ukrainian language]. https://r2u.org.ua/html/femin_details.html [in Ukrainian].
- ESU (2001–2024). *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy* [Encyclopedia of modern Ukraine]. <https://esu.com.ua> [in Ukrainian].
- Zhabotinskaja, S. (2018). *Jazyk kak oruzhie v vojne mirovozzrenij. Majdan – Antimajdan: slovar-tezaurus leksicheskikh innovacij* [Language as a weapon in the war of worldviews. Maidan – Antimaidan: dictionary-thesaurus of lexical innovations]. https://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf [in Russian].
- Zhadko, V. (2012). *Knyhoznavstvo. Terminolohichni slovnnyk (redaktsiino-vydavnycha sprava, zhurnalistyka, polihrafiia, vydavnychiy biznes, informatsiino-bibliotekna diialnist)* [Bibliography. Terminological dictionary (editorial and publishing business, journalism, printing, publishing business, information and library activities)]. Kyiv: Ekspres-Polihraf [in Ukrainian].
- Ilchenko, O., & Prystupa, T. (2016). *Verbalizovane "oblychchia" suchasnoho suspilstva v dialozi dvokh kultur: (ukrainsko-anhliyskiy slovnnyk metaforychnykh slovospoluchen ZMI: 2000–2015 rr.)* [The verbalized "face" of modern society in the dialogue of two cultures: (Ukrainian-English dictionary of metaphorical media phrases: 2000–2015)]. Kharkiv [in Ukrainian].
- Kademiia M., & Tkachenko T., & Yevsiukova L. (2011). *Innovatsiini tekhnologii navchannia: slovnnyk-hlosarii* [Innovative learning technologies: dictionary-glossary]. Lviv: "Spolom" [in Ukrainian].
- Kovalevska, T., & Kutuzha N. (2011). *Korotkyi asotsiatyvnyi slovnnyk reklamnykh slohaniv* [Short associative dictionary of advertising slogans]. Odesa: Astroprynt [in Ukrainian].
- Kozachok, Ya., & Vasylenko, V., & Merzliuk, Yu., & Kostyuk, I., & Kravchenko, S. (2017). *Slovnnyk mediinykh peryfraziv XXI stolittia* [Dictionary of media paraphrases of the 21st century]. Kyiv: NAU [in Ukrainian].
- Korinnyi, M., & Shevchenko V. (2012). *Korotkyi entsyklopedychnyi slovnnyk z kultury* [Short encyclopedic dictionary of culture]. Kyiv: Ukraina.
- Korotkyi politychnyi slovnnyk chasiv Nezalezhnosti* [A Short Political Dictionary of the Times of Independence] (2016). <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/08/24/7118522/> [in Ukrainian].
- Korotkyi slovnnyk feminityviv* [Short Dictionary of Feminities] (2021). <https://fw-daily.com/korotkij-slovnnyk-feminitiv/> [in Ukrainian].
- Korpus tekstiv ukrainskoi movy* [Corpus of Ukrainian language texts] (2003–2024). <http://www.mova.info/corpus.aspx?l1=209> [in Ukrainian].
- Kravchenko, N. (2009). *Velykyi anhlo-ukrainskyi biznes-slovnnyk* [A large English-Ukrainian business dictionary]. Kyiv: Torsinh [in Ukrainian].
- Kramar, N. (2022). *Slovnnyk anhlovovnykh neolohizmiv XXI stolittia* [Dictionary of English-language neologisms of the XXI century]. Kyiv: Interservis [in Ukrainian].
- Kulias, P. (2006). *Slovnnyk naiposhyrenishykh pomyllok u zasobakh masovoi informatsii z variantamy yikh vypravlennia* [Dictionary of the most common errors in mass media with options for their correction]. Kyiv [in Ukrainian].
- Martyniuk, A. (2012). *Slovnnyk osnovnykh terminiv kohnityvno-dyskursyvnoi linhvistyky* [Dictionary of the main terms of cognitive-discursive linguistics]. Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina [in Ukrainian].

- Mashchenko, I.H. (2006). *Entsyklopediia elektronnykh mas-media: U 2-kh t.* [Encyclopedia of electronic mass media: in 2 vols.]. Zaporizhzhia: Dyke pole [in Ukrainian].
- Media.IQ (2024). <http://media-iq.tilda.ws/glossary> [in Ukrainian].
- Mediadraver (2024). <http://mediadraver.online/dictionary/> [in Ukrainian].
- Myslovo (2012–2024). <https://myslovo.com> [in Ukrainian].
- Mykhailyn, I. (2013). *Zhurnalistyka. Slovnyk-dovidnyk* [Journalism. Dictionary-reference]. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
- Movni innovatsii.UA [Language innovations.UA] (2017–2024). <https://newlexua.blogspot.com> [in Ukrainian].
- Multymediyni slovnyk z infomediinoi hramotnosti [Multimedia dictionary of infomedia literacy] (2010–2022). Virtualna leksykohrafichna laboratoriiia “Multymediyni slovnyk z infomediinoi hramotnosti”. Kyiv: Ukrainyskyi movno-informatsiinyi fond NAN Ukrainy. <https://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediaVLL/> [in Ukrainian].
- Neliuba, A. (2012). *Slovotvorchist nezaleznoi Ukrainy. 1991–2011. Slovnyk* [Word creation of independent Ukraine. 1991-2011. Dictionary]. Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo [in Ukrainian].
- Neliuba, A. (Red.), Redko, Ye. (2017). *Leksyko-slovotvirni innovatsii (2015–2016). Slovnyk* [Lexical and word-forming innovations (2015–2016). Dictionary]. Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo [in Ukrainian].
- PAVUK (2024). *Polyskyi avtomatychnyi veb-korpus ukrainskoi movy* [Polish automatic web corpus of the Ukrainian language]. https://pawuk.ipipan.waw.pl/query_corpus/ [in Ukrainian].
- Romaniuk, M.M. (Red.) (1994–2013). *Ukrainska zhurnalistyka v imenakh: Materialy do entsyklopedychnoho slovnyka* [Ukrainian journalism in names: Materials for an encyclopedic dictionary] (issues 1–20). Lviv [in Ukrainian].
- Rutkovskiy, O. (2007). *Ukrainskyi slovnyk-dovidnyk ekrannykh media* [Ukrainian dictionary-handbook of screen media]. Kyiv: IMFE im. M.T. Rylskoho NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Syzonov D. (2012). *Medychna terminolohiia v ukrainskykh ZMI: slovnyk* [Medical terminology in the Ukrainian mass media: a dictionary]. Kyiv: Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
- Skrypnyk, H. (Red), etc. (2006–2018). *Ukrainska muzychna entsyklopediia: U 6-ty tt.* [Ukrainian musical encyclopedia: In 6 volumes]. Kyiv: IMFE im. M.T. Rylskoho NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Slovar mediatermynov. Seriya “Media. Resursy. Menedzhment”* [Dictionary of media terms. Series “Media. Resources. Management”] (2009). Har’kov: Folio [in Russian].
- Slovnyk z mediahramotnosti. Proiekt “Filtr”* [Dictionary of media literacy. “Filtr” project]. (2022). <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/slovnyk.pdf> [in Ukrainian].
- Slovnyk korektnoi terminolohii dlia vysvitlennia rosiisko-ukrainskoi viiny* [Dictionary of correct terminology for coverage of the Russian-Ukrainian war] (2022). <https://imi.org.ua/advice/slovnyk-korektnoyi-terminologiyi-dlya-vysvitlennya-rosijsko-ukrayinskoyi-vijny-i44434> [in Ukrainian].
- Slovnyk neolohizmiv ukrainskoi movy. Armiia Inform* [Dictionary of neologisms of the Ukrainian language. Army Inform] (2022). <http://surl.li/ukwwmr> [in Ukrainian].
- Slovnyk profesiynykh terminiv i zharhonizmiv zhurnalista* [Journalist’s dictionary of professional terms and jargon] (2022). <https://journalistic-space.webnode.com.ua/l/slovník-profesijnikh-terminiv-i-zhargonizmiv-zhurnalista/> [in Ukrainian].

- Slovník súčasného žurnalisty* [Dictionary of a modern journalist] (2017). <https://telekritika.ua/uk/slovník-suchasnogo-zhurnalista/> [in Ukrainian].
- Slovotvir* (2024). <https://slovotvir.org.ua> [in Ukrainian].
- SUM-20* (2015–2024). *Slovník ukrajinskoj movy: v 20-ty tt* [Dictionary of the Ukrainian language: in 20 volumes]. <https://sum20ua.com> [in Ukrainian].
- Tyshchenko, O. (Ed.) (2010). *Novi y aktualizovani slova ta znachennia: Slovníkovi materialy (2002–2010)* [New and updated words and meanings: Dictionary materials (2002–2010)]. Kyiv : Vydavnychiy dim Dmytra Buraho [in Ukrainian].
- Chastotnyi kataloh ukrajinskoho pisennoho folkloru. V 3-kh ch.* [Frequent catalog of Ukrainian song folklore. In 3 parts] (2009). Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
- Shevchenko, L. (Ed.), & Derhach, D., & Diadyshcheva-Rosovetska, Yu., & Syzonov, D., & Shulinova, L. (2023). *Linhvistychna imidzhelohiia: slovník terminiv i poniat* [Linguistic imageology: dictionary of terms and concepts] (2013). Kyiv: Lira-K [in Ukrainian].
- Shevchenko, L. (Ed.), & Derhach, D., & Syzonov, D. (2013). *Medialinhvistyka: slovník terminiv i poniat* [Media linguistics: dictionary of terms and concepts] (2013). Kyiv: Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
- Shevchenko, L. (Ed.), & Derhach, D., & Syzonov, D., & Shmatko, I. (2015). *Yuryslinhvistyka: slovník terminiv i poniat* [Legal linguistics: dictionary of terms and concepts]. Kyiv: Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
- Shevchenko, L., & Syzonov, D. (2017–2022). *Novi slova ta frazeolohizmy v ukrajinskykh masmedia: slovník (ch. 1–5)* [New words and phraseologisms in the Ukrainian mass media: a dictionary (vol. 1–5)]. Kyiv: Kyivskiy universytet [in Ukrainian].
- Shpak, V. (2019). *Slovník suchasnykh polihrafichnykh terminiv: knyha redaktora* [Dictionary of modern printing terms: editor's book]. Kyiv: Ekspres-obiava [in Ukrainian].
- Shpak, V. (2020). *Terminolohichniy slovník vydavnychoho biznesu: knyha redaktora* [Terminological dictionary of the publishing business: the editor's book]. Kyiv: Ekspres-obiava [in Ukrainian].
- Yatsymirska, M. (2005). *Suchasnyi mediatekst: Slovník-dovidnyk* [Modern media text: Dictionary-reference]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
- BNC (2022). *British National Corpus*. <http://www.natcorp.ox.ac.uk> [in English].
- Bocian R., Zabłocki M. (2008). *Angielsko-polski słownik terminologii filmowej*. Wydawnictwo Wojciech Marzec [in Polish].
- Cambridge Dictionary* (2024). <https://dictionary.cambridge.org/uk/>
- Chandler, D., Munday, R. (2011). *Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press [in English].
- Danesi, M. (2010). *Encyclopedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communication*. Toronto: University of Toronto Press [in English].
- Encyclopædia Britannica Online* (2024). <https://www.britannica.com> [in English].
- Franklin, B. (Ed.) (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. London; New Delhi : Sage Publication.
- Information Literacy Glossary* (2024). <https://www.farmingdale.edu/library/information-literacy/info-literacy-glossary.shtml> [in English].
- Knowles, E. (Ed.) (1997). *The Oxford Dictionary of New Words*. Oxford University Press [in English].
- Kozierkiewicz, R. (2007). *Słownik terminologii marketingowej angielsko-polski, polsko-angielski*. Wydawnictwo C.H. Beck [in Polish].
- Lahlali, E. M. (2019). *Arabic Media Dictionary*. Routledge [in English].

- Markiewicz, H. (1999). *Skrzydlate slowa*. Warszawa: Panstwowy Instytut Wydawniczy [in Polish].
- Mascull, B. (1995). *Key Words in the Media*. Collins [in English].
- Maślanka, J. (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław [in Polish].
- Oxford Learners Dictionary* (2024). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> [in English].
- Perrin, D. (2006–2024). *Datenbank Medienlinguistik*. <https://www.medienlinguistik.net> [in German].
- Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków, 2006 [in Polish].
- Renouard, H. (2002). *Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste / Dictionary of Electronic Media and Services: Deutsch / Englisch – German / English*. Springer [in English / German].
- Skrzypczak, J. (1999). *Popularna encyklopedia mass mediów*. Wydawn. KURPISZ SA [in Polish].
- Słownik neologizmów polskich* (2014). <https://obserwatoriumjezykowe.uw.edu.pl/czym-jest-slownik-neologizmow-polskich/> [in Polish].
- Smólkowa, T. (2001). *Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej*. IJP PAN [in Polish].
- Terry Ellmore, R. (1995). *Ntc's Mass Media Dictionary*. London: NTC Publishing Group [in English].
- Urban Dictionary* (1999–2024). <https://www.urbandictionary.com> [in English].