

ОРИЩУК ВАЛЕРІЯ СЕРГІЙВНА

Допускається до захисту:
к. філол. н., завідувач кафедри
англійської філології
Залужна О. О.

« ____ » _____ 2022 р.

**ЛЕКСИЧНІ НЕОЛОГІЗМИ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА
УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ: СТРУКТУРНИЙ ТА СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТИ
(на матеріалі лексикографічних і публіцистичних джерел)**

Спеціальність 035 «Філологія»

Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша –
англійська»

Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури (переклад
включно)»

Магістерська робота

Науковий керівник:
Калініченко В.І., к.філол.н.,
старший викладач
кафедри англійської філології

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали/за шкалою ЕКТ5/за національною шкалою)
Голова ЕК: _____
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Орищук В. С. Лексичні неологізми медіасфери в сучасних англійській та українській мовах: структурний та семантичний аспекти (на матеріалі лексикографічних і публіцистичних джерел). Спеціальність 035 «Філологія». Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська». Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури (переклад включно)». Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 223 с.

Магістерську роботу присвячено виявленню та опису структурних і семантичних особливостей лексичних неологізмів медіасфери на фактичному матеріалі сучасних англійської та української мов.

Дослідження проведено на основі непрямої вибірки лексичних номінацій (700 лексичних новотворів: 344 – англійська мова та 356 – українська мова), сформованої за результатами аналізу лексикографічних та публіцистичних джерел. Під час проведення дослідження було використано наступні методи: метод несутільної вибірки, метод компонентного аналізу дефініцій, метод словотвірного аналізу, зіставний метод, елементи методу кількісного аналізу, метод лінгвістичного опису.

З'ясовано значущість лексичних неологізмів для англійськомовної та українськомовної спільнот, виявлено особливості сучасних джерел масмедійного дискурсу для англійськомовної та українськомовної лінгвокультур, виокремлено групи неологізмів за структурним критерієм у відповідності до способу їх творення, сформовано лексико-тематичні групи та лексико-тематичні підгрупи, проведено зіставний аналіз.

За підсумками аналізу з'ясовано, що найбільш продуктивним словотвірним способом лексичних неологізмів медіасфери виявились для англійської мови – телескопія, а для української – афіксація. У той же час для англійської та української мов найменш продуктивним словотвірним способом лексичних новотворів медіасфери виявилась конверсія.

За результатами студіювання семантичних аспектів фактичного матеріалу дослідження було виявлено, що найбільшою за чисельністю лексико-

тематичною групою в англійській мові є ЛТГ «Неологізми інтернет-листування», а в українській – ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу». У той час найменшою лексико-тематичною групою в англійській та українській мовах є ЛТГ «Неологізми релігійної сфери».

Одержані результати дослідження свідчать про те, що поява неологізмів на пряму пов'язана із подіями, що відбуваються у всіх аспектах життя комунікантів. Англійськомовна спільнота переповнена неологізмами інтернет дискурсу через його потужне використання, в той час, як українськомовний комунікативний соціум поповнюється політичними лексичними новотворами через воєнну агресію з боку Російської Федерації.

Ключові слова: медіа, ЗМІ, неологізми, лексичні одиниці, лексико-тематична група, лексико-тематична підгрупа.

SUMMARY

Oryshchuk V. S. Mass media lexical neologisms in modern English and Ukrainian: structure and semantic aspects (based on lexicographic and journalistic sources). Specialty 035 "Philology". Specialization 035.041 "Germanic Languages and Literatures (including translation)", the first language – English. Educational program "English and the second foreign languages and literature (including translation)". Vasyl' Stus Donetsk National University, 2022. 223 p.

The Master's paper is dedicated to identifying and analyzing the structure and semantic features of media sphere lexical neologisms based on the research material of the modern English and Ukrainian languages.

The study was carried out on the basis of an indirect sample comprising 700 lexical neologisms (344 – English and 356 – Ukrainian), formed by means of processing the relevant British, American and Ukrainian lexicographic and media sources. During the research procedure the following methods were used: the method of discontinuous sampling, the method of definitions component analysis, the method of word formation analysis, elements of the quantitative analysis method, the linguistic description method.

The significance of neologisms for the modern English-speaking and Ukrainian-speaking communities has been clarified, the peculiarities of the current mass media discourse sources for the English and Ukrainian communicators have been identified, groups of lexical neologisms formed by means of various wordbuilding techniques have been singled out, lexical-thematic groups and lexical-thematic subgroups have been formed, a contrastive analysis has been carried out.

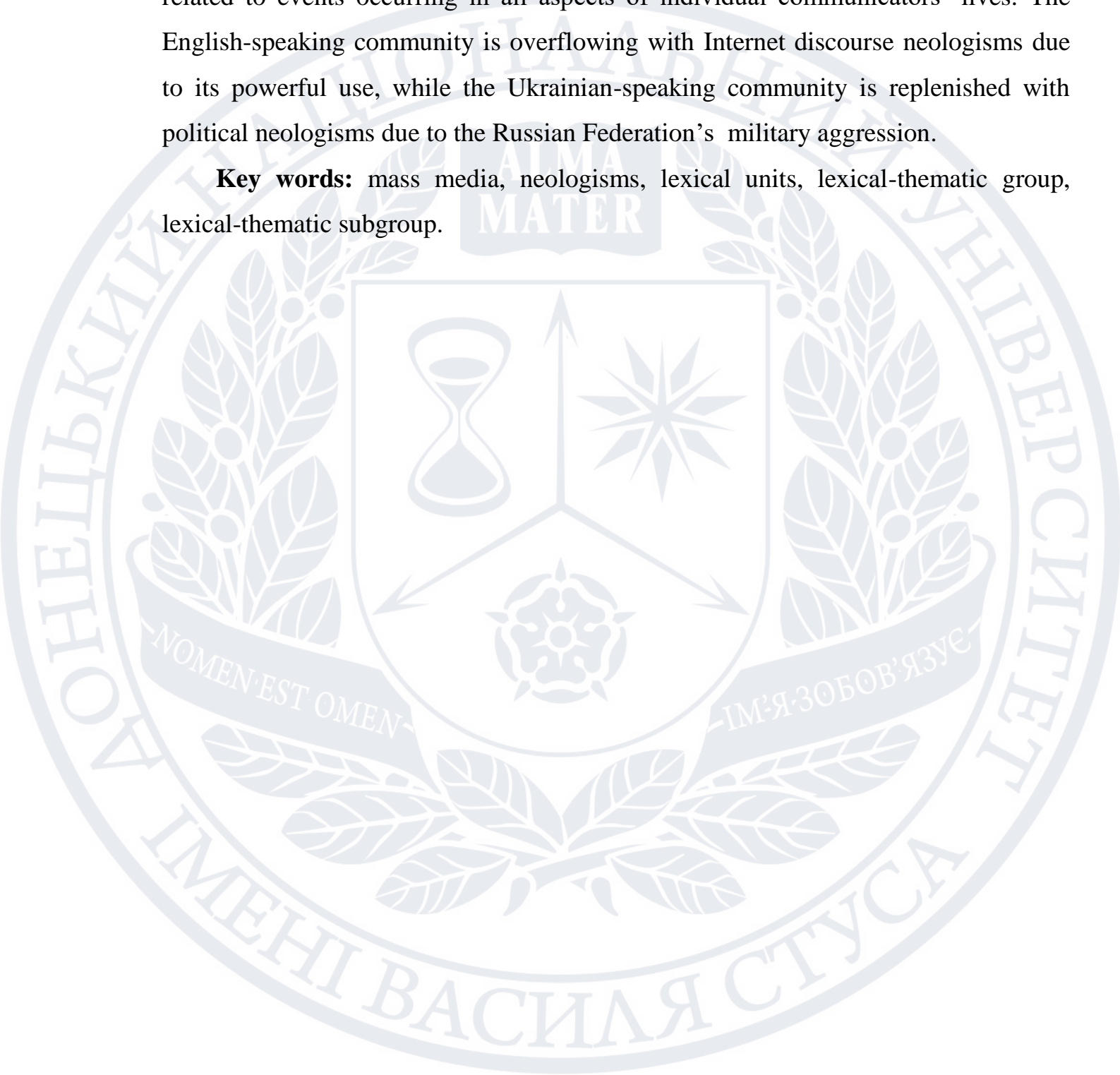
The paper has found that the most productive way of forming media sphere lexical neologisms in the English language is telescoping, and for the Ukrainian language it is affixation that dominates. At the same time, for both the English and Ukrainian languages, conversion has turned out to be the least productive word-forming technique of media sphere lexical neologisms.

As a result of the semantic aspects analysis of the empirical material it has been stated that the most numerous lexical-thematic group in English is LTG "Neologisms of Internet correspondence", and in Ukrainian – LTG "Neologisms of the political

talk shows sphere ", whereas the smallest lexical and thematic group in English and Ukrainian is LTG "Neologisms in the sphere of religion".

The results obtained indicate that the appearance of neologisms is directly related to events occurring in all aspects of individual communicators' lives. The English-speaking community is overflowing with Internet discourse neologisms due to its powerful use, while the Ukrainian-speaking community is replenished with political neologisms due to the Russian Federation's military aggression.

Key words: mass media, neologisms, lexical units, lexical-thematic group, lexical-thematic subgroup.



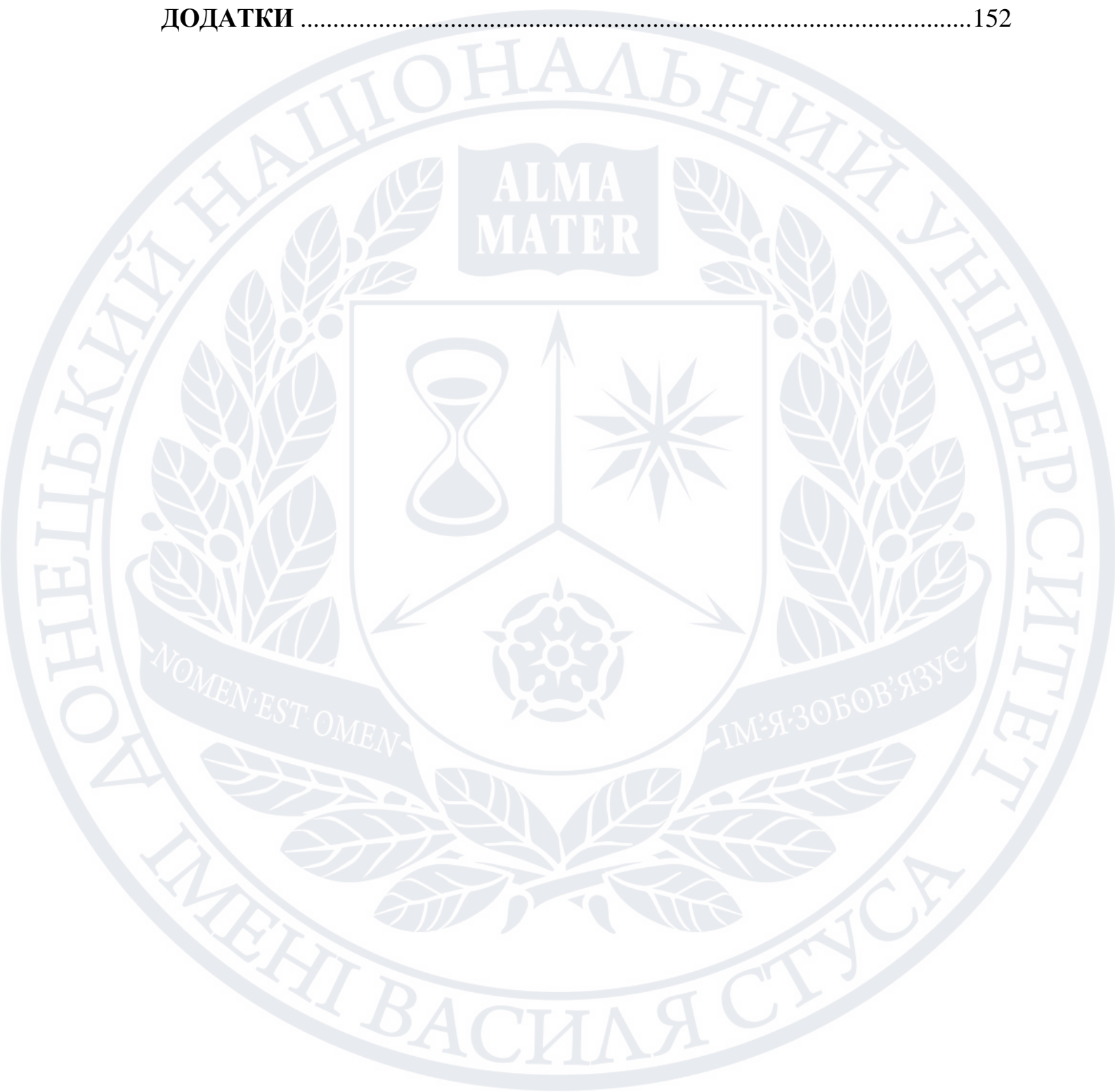
ЗМІСТ

ВСТУП	10
ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ ТА УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	14
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	15
1.1 Поняття лексичної інновації. Класифікація та роль лексичних неологізмів у словниковому складі сучасних англійської та української мов	15
1.2 Специфіка вивчення лексичних новотворень у сучасних лінгвістичних студіях	21
1.3 Поняття медіасфери. Особливості медіасфери сучасних англійськомовних (США, Велика Британія) та українськомовної комунікативних спільнот	27
1.4 Лінгвістичні наслідки глобалізації засобів мас-медіа та системи масової комунікації.....	35
1.5 Методологія дослідження структурного та семантичного аспектів лексичних неологізмів медіасфери в зіставному аспекті	43
Висновки до розділу 1	50
РОЗДІЛ 2 СТРУКТУРНІ АСПЕКТИ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	52
2.1 Телескопія.....	52
2.2 Афіксація	55
2.3 Безафіксний спосіб	60
2.4 Основоскладання	62
2.5 Аббревіація	65
2.6 Комбінований спосіб	67
2.7 Словоскладання.....	69
2.8 Конверсія	71

2.9 Запозичення	72
Висновки до розділу 2	76
РОЗДІЛ 3 СЕМАНТИЧНІ АСПЕКТИ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	80
3.1 ЛТГ «Неологізми інтернет-листування»	80
3.2 ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування»	84
3.3 ЛТГ «Неологізми сфери реклами»	86
3.4 ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	88
3.5 ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі»	88
3.6 ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	91
3.7 ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища»	91
3.8 ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери»	91
3.9 ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу»	92
3.10 ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	93
3.11 ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»	94
3.12 ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»»	95
3.13 ЛТГ «Жанри та види медіатворів»	95
3.14 ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали»	96
3.15 ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації»	96
3.16 ЛТГ «Номінації на позначення видів страху»	97
3.17 ЛТГ «Часові одиниці та періоди»	98
3.18 ЛТГ «Неологізми кіномистецтва»	98
3.19 ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації»	99
3.20 ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів»	99
3.21 ЛТГ «Номінації на позначення професій»	100
3.22 ЛТГ «Жанри блогу»	100
3.23 ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»	101
3.24 ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць»	102
3.25 ЛТГ «Неологізми сфери ІТ»	102
3.26 ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання»	102

3.27 ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією»...	103
3.28 ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі».....	103
3.29 ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	104
3.30 ЛТГ «Неологізми воєнної сфери».....	104
3.31 ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	105
3.32 ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	105
3.33 ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу».....	107
3.34 ЛТГ «Медійні явища/засоби створення медіа-інформації»	108
3.35 ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	109
3.36 ЛТГ «Неологізми воєнної сфери».....	110
3.37 ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі».....	111
3.38 ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій»	112
3.39 ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи».....	113
3.40 ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери».....	114
3.41 ЛТГ «Рекламні засоби»	115
3.42 ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ».	116
3.43 ЛТГ «Неологізми сфери телебачення»	116
3.44 ЛТГ «Номінації на позначення суспільних тенденцій та явищ».....	117
3.45 ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»	119
3.46 ЛТГ «Найменування користувачів соц. мережі».....	119
3.47 ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу»	120
3.48 ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom»	120
3.49 ЛТГ «Жанри та види медіатворів».....	121
3.50 ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення».....	121
3.51 ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»	122
3.52 ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	122
3.53 ЛТГ «Види інтернет-з'єднання»	123
3.54 ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	123
3.55 ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	124
Висновки до розділу 3	128
ВИСНОВКИ	137

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	139
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	149
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	150
ДОДАТКИ	152



ВСТУП

Характерною ознакою 21 століття є стрімкий розвиток мовної комунікації, зокрема засобів масової інформації. Зростання таких традиційних ЗМІ, як преса, радіо, телебачення, а також поява та потужне використання інтернет-комунікації своєю чергою призвело до збагачення медіасередовища новоутвореннями – неологізмами [65].

Інновації мовних процесів на лексико-семантичному рівні у медіапросторі тісно пов'язані зі змінами тенденцій життя носіїв мови. Сучасні ЗМІ поповнюються новими ознаками та характеристиками, що зумовлено наслідуванням зміни «стилю життя» та актуальності. Багатогранна діяльність ЗМІ ґрунтується на отриманні та засвоєнні нової інформації носієм мови, що створює вагомий внесок у лінгвокультурні процеси [65].

Невпинна зацікавленість дослідників у сфері неології зумовлена властивістю мови до адаптації в різних умовах. У працях таких дослідників, як І.В. Андрусак, Ю.А. Зацний, А.О. Худолій, А.О. Линь, А.О. Левицький, В.Н. Кузьменко, Е.В. Кулаєва, С.М. Снікєєва, О.М. Головка [1; 33; 81; 56; 53; 48; 50; 51; 24; 14] та інших мовознавців різнобічно висвітлюється питання формації, властивостей та функцій неологізмів, що є вагомим результатом цього дослідження, але неповним висвітленням проблем та особливостей студійованого аспекту в зв'язку з новими тенденціями [65].

Явище неологізації заслуговує на особливу увагу серед дослідників, оскільки має безпосередній зв'язок із сьогоденням. Англійськомовні та українськомовні ЗМІ активно розвиваються, прогресують, щоденно транслюючи інформацію з різних галузей життя, і тим самим сприяють розвитку, формуванню та активному оновленню лексичної площини медіасфери англійськомовної та українськомовної комунікативних спільнот, що визначає **актуальність дослідження** лексичних неологізмів медійного середовища в сучасних англійській та українській мовах.

Об'єктом досліджуваної роботи виступають лексичні неологізми медіасфери в сучасних англійській та українській мовах.

Предметом дослідження є структурно-семантичні особливості лексичних інновацій медіасфери в сучасних англійській та українській мовах.

Мета роботи полягає у виявленні та описі структурно-семантичних особливостей лексичних неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах в зіставному аспекті.

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

- 1) узагальнити основні теоретичні відомості у площині дослідження лексичних неологізмів у сучасних лінгвістичних студіях;
- 2) виявити особливості медіасфери сучасних англійськомовних комунікативних спільнот (США, Велика Британія) та українськомовної комунікативної спільноти;
- 3) визначити методологію дослідження структурного та семантичного аспектів лексичних неологізмів медіасфери;
- 4) укласти реєстр лексичних неологізмів медіасфери контрастованих мовних культур;
- 5) виявити та описати в контрастивному аспекті структурні особливості лексичних неологізмів медіасфери сучасних англійської та української мов;
- 6) виявити та описати в зіставному аспекті семантичні особливості лексичних неологізмів медіасфери сучасних англійської та української мов.

Матеріалом дослідження слугують новотвори на позначення реалій медіасфери обсягом у 700 одиниць (344 – англійська мова та 356 – українська мова), відібраних з лексикографічних («Unwords.com.» [134], «Сучасний словник іншомовних слів», О. П. Семотюк [128]; «Медіалінгвістика : словник термінів і понять.», Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов [124]; «Словник онімів українських мас-медіа», Д. В. Дергач [123]; «Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник», Ю. А. Зацний, А. В. Янков [126]; «Словарь медиатерминов» [129]) та публіцистичних джерел («АрміяInform» [1], «Варіанти» [2], «Детектор медіа» [3], «Освіторія» [4], «Український Тиждень» [7], «Суспільне Культура» [5], «Телекритика» [6], «Укрінформ» [8], «Читомо» [9], «Guardian» [10], «Independent News» [11],

«Times» [12], «Viva» [13], «VSN» [14]) сучасних англійської та українській мов на основі непрямой (несуцільної) вибірки.

Для виконання досліджуваної роботи були обрані такі методи: метод несущільної вибірки (використовувався для укладання корпусу дослідження), метод компонентного аналізу дефініцій (використовувався для з'ясування значень слів, за допомогою розщеплення частин слова на семми), метод словотвірного аналізу (використовувався для встановлення способу творення похідних слів), елементи методу кількісного аналізу (використовувався для визначення частоти вживання лексичної неологічної одиниці та встановлення співвідношення між досліджуваними аспектами), метод лінгвістичного опису (використовувався для опису результатів дослідження).

Наукова новизна результатів дослідження полягає в тому, що вперше було розглянуто в контрастивному аспекті структурні та семантичні особливості лексичних неологізмів у масмедійному дискурсі англійської та українськомовної комунікативних спільнот.

Практична цінність цієї наукової розвідки визначається можливістю використання отриманих результатів у навчальному процесі, а саме в лекційних курсах з лінгвістики, лексикології та соціолінгвістики, зокрема, для укладання неологічних лексикографічних джерел.

Апробація результатів дослідження. Основні положення магістерської роботи викладено в доповіді на Міжвузівській науковій студентській конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2022 р.).

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури (122 наукових джерел східнослов'янськими мовами та англійською мовою), списку довідкових джерел (12 позицій), списку джерел ілюстративного матеріалу (14 позицій) та додатків.

Загальний обсяг роботи складає 200 сторінок. Основний текст дослідження викладено на 137 сторінках. У *Вступі* обґрунтовано актуальність дослідження, висвітлено мету і завдання роботи, окреслено емпіричний матеріал, об'єкт,

предмет та методи дослідження, аргументовано наукову новизну та практичну цінність, описано структуру магістерської роботи, подано відомості щодо апробації результатів роботи.

У *першому розділі* «Теоретичні аспекти дослідження лексичних неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах» окреслено особливості та класифікацію лексичних неологізмів медіадискурсу, а також їх специфіку вивчення у теоретичній площині. З'ясовано функції неологізмів та їх лінгвокультурний вплив на соціум. Виявлено та описано сучасні медіаресурси англійськомовної й українськомовної спільнот. Також було висвітлено особливості та специфіка використання зіставного методу в дослідженні лексичних новотворів сфери медіа двох контрастованих мов.

У *другому розділі* «Структурні аспекти лексичних інновацій медіасфери в сучасних англійській та українській мовах» проведено елементи структурного аналізу лексичних одиниць, подано кількісні результати дослідження, проаналізовано та зіставлено отримані дані.

У *третьому розділі* «Семантичні аспекти лексичних інновацій медіасфери в сучасних англійській та українській мовах» використано елементи семантичного аналізу вибраних лексичних одиниць, подано кількісні результати дослідження, проаналізовано та зіставлено в лінгвокультурологічному аспекті отримані дані.

У *висновках* проведено підсумок теоретичних та практичних результатів виконаного дослідження та окреслено перспективи подальшого дослідження.

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ ТА УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації

ЛСГ – лексико-семантична група

ЛТГ – лексико-тематична група

ЛТПГ – лексико-тематична підгрупа



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА В УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

1.1 Поняття лексичної інновації. Класифікація та роль лексичних неологізмів у словниковому складі сучасної англійської та української мов

Феномен динамічного характеру мови задовольняє комунікативні та пізнавальні потреби людини і є загальноприйнятим у лінгвістиці. Будь-які зміни у соціальному житті людини відображаються на ментальності людей та їх мові через призму системи номінацій. Потреба в утворенні інформації про той чи інший предмет або явище зумовлює виникнення нових одиниць. З'явившись в мовленні, індивідуальний новотвір перетворюється в соціальний факт відповідно до потреб людини і тим самим входить до словникового складу мови [3, с.1].

А.П. Загнітко зазначає: «Неологізм (грецьк. *néos* – новий і *lógos* – слово) (лексичний новотвір) – нове слово або нове значення, наявної у мові форми; новостворені слова або вирази, поява яких спричинена виникненням нових реалій, понять, ознак, властивостей, дій, інколи ж – для заміни вже наявної назви іншою, точнішою, зрозумілішою; слово, а також його окреме значення, вислів, що постали в мові на певному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюється мовцями, або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мовленні певного автора» [124, т. 2].

Процес неологізації англійської та української мов новоутвореннями контактує з поняттям «інновація» і виокремлює такі типи, як потенційні слова, okazionalnі слова та неологізми. Неологізми – слова чи словосполучення, що позначають зміни навколишньої дійсності, або слова чи словосполучення, які відповідають потребам комунікації і сприймаються носіями літературної мови окремого національного варіанта як нові [43; 45, с. 12].

Особливість неологізмів полягає у тому, що їх складно зафіксувати, тому що вони можуть з'являтися ситуативно, існувати певний період часу,

відображаючи певну позитивну думку, невдоволення, чи будь-яку іншу емоційну реакцію суспільства, і зникнути, так і пройшовши етап закріплення в мові. Якщо ці новоутворення набувають популярності, люди активно використовують їх, але лише в певній сфері вживання [66, с. 157].

Важливими критеріями відмежування неологізмів від інших інновацій мови виділяють наступні [82, с. 74]:

- 1) номінативність (необхідність визначення нового предмета або поняття);
- 2) новизна форми та/або змісту;
- 3) тимчасовий показник (тимчасові межі появи та існування нового слова в мові);
- 4) мовний простір (сфери та жанри вживання).

Дослідники з неології (І. В. Андрусак, Ю. К. Волошин, В. А. Голец та інші) [1; 10; 13] пропонують різні класифікації лексичних новоутворень відносно до їх спільних ознак.

Але традиційно розмежовують два типи неологізмів: загальномовні (узуальні) й індивідуально-авторські (оказіональні, контекстні) неологізми [124, т.2] :

- загальномовні (узуальні) неологізми
 - 1) терміни з різних галузей науки, культури і мистецтва;
 - 2) виробничо-технічні терміни;
 - 3) назви нових предметів і понять побуту;
 - 4) назви осіб за фахом.
- індивідуально-авторські (оказіональні, стилістичні, контекстні оказіоналізми), зазвичай використовуються у контексті.

У сучасних англійській та українській мовах налічується три основні способи творення неологізмів, такі як: фонологійний, морфологічний спосіб та запозичення [25, с. 25].

Фонологійний спосіб – це спосіб творення неологізмів за допомогою поєднання звуків, здебільшого звуконаслідувальних вигуків [25, с. 25]. Цей спосіб є характерним для сленгу. Наприклад: *Meow meow, yaуо* – «наркотик»; *yesh! yuck!* – «відраза»; *woopy-woo!* – «щастя» .

1. Морфологійний спосіб – це спосіб творення неологізмів з морфем розглянутої мови [25, с. 26]. Морфологійний спосіб розподілено на такі види:

1) Афіксальний спосіб – морфологійний спосіб творення неологізмів шляхом додавання афіксів (префікси, постфікси та інфікси) [25, с. 26]. Наприклад: *cyberstalking* – «віртуальне переслідування або спостереження за кимось»; *мініогляд*, *підстиль*; за допомогою суфіксального способу утворюються сленгові одиниці: *durpie* – «людина, яка в минулому мала високу зарплатню і обіймала певну посаду, а тепер є малозабезпеченою або змушена виконувати "чорну" роботу»; *knowbie* – «обізнаний та досвідчений користувач Інтернету»; *weary* – «сентиментальний фільм»; *shitness* – «найгірше, що тільки може бути»; *опоблоківець*, *ватник*, *європейськість*, *шейдинг*.

2) Словоскладання є найбільш поширеним способом творення неологізмів та полягає у зрощенні двох і більше основ [25, с. 27]. Наприклад: *fake-ation* – «відпустка, під час якої значна частина часу витрачається на перегляд електронної пошти та інші справи, пов'язані з роботою»; *shit-ton* – «надзвичайно величезна одиниця виміру або дуже велика кількість чогось-небудь»; *shemail* – «спам, який ви отримуєте, обіцяє збільшення грудей після того, як ви заповните онлайн-форму, ідентифікуючи себе як жінку»; *медіа-сейфті*, *правка-вичитка*, *кукі-файл*.

3) Спосіб конверсії характеризується переходом слова з однієї мови в іншу [25, с. 27]. Найбільш характерними для цього способу є конверсії іменників у дієслова і дієслів у іменники. Наприклад: *to blend* (змішувати) – *blend* (друг, з яким спілкуєшся через взаємне обожнювання блогів один одного);

4) Скорочення – несистемний морфологійний спосіб творення неологізмів та здебільшого складається із аббревіатур та акронімів [25, с. 28]. Наприклад: *ROM* (*read only memory*) – «сфера комп'ютерної техніки»; *NEET* (*not in employment, education, or training*) – «молода особа, яка не працює в школі, або в учбовій програмі», *АДЛІБ* – імпровізація ведучого на радіо, *ІКТ* – сукупність методів і засобів збору, обробки, зберігання і розповсюдження звуковий,

графічної, текстової та цифрової інформації в інтересах користувачів; сукупність супутніх комунікаційних коштів. .

5) Запозичення є також способом творення неологізмів, що збагачує лексичний фонд англійської та української мов, завдяки запозиченням з різних мов [25, с. 29]. Наприклад: *pen name* «псевдонім» (з франц. *nom de plume*), *бекграунд* «офіційна інформація, що передує додатковій; є обов'язковим елементом інформаційних жанрів у друкованих та електронних ЗМІ, в новинах на радіо та телебаченні» (з англ. *background*), *мейт* «об'єкт, до якого людина відчуває особливо теплі почуття» (з англ. *mate*).

Необхідно розглянути й інші види класифікацій, зокрема, нетрадиційні.

О.І. Дзюбіна схиляється до такого типу класифікації неологізмів [21, с. 38]:

1. За видом мовної одиниці розрізняють [21, с. 38]:

- неолексеми – нові слова, які є результатом запозичення;
- неофраземи – нові стійкі сполучення слів із ідіоматичною семантикою;
- неосемеми – нові значення старих слів. Наприклад: *bread* – «гроші» замість основного значення «хліб».

2. За ступенем новизни мовної одиниці дослідники виокремлюють [21, с. 38]:

- абсолютні неологізми (сильні) – слова, які раніше були відсутні в мові ;
- відносні неологізми (слабкі) – принципово не нові слова, тобто лексичні одиниці, які колись існували, але на сучасному етапі виступають вже в іншому осмисленні. Наприклад: *soap* «мило», крім прямого конкретного значення, використовується в значенні «серіал, якому характерна велика кількість серій»;
- «внутрішні запозичення» – запозичення, які є перерозподілом у видах і жанрах мовлення.

Для більшого висвітлення цього виду неологізмів, доцільно навести приклад: *Feed (satellite feed)* – транслявання. З'явившись в сфері інформаційних технологій ця номінація перейшла із повсякденного узусу в спеціалізовану галузь [21, с. 39].

3. За видом зазначуваної реалії виокремлюють [21, с. 39]:

- позначають нову реалію;

- стару реалію;
- актуалізовану реалію;
- реалію, що відмирає
- гіпотетичну реалію.

4. За способом утворення розрізняють [21, с. 39]:

- запозичені (поділяються на зовнішні і внутрішні запозичення);
- словотвірні (утворені за словотвірними моделями);
- семантичні (нові значення лексичних одиниць) .

Новоутворення в лексичному фонді англійської та української мов безпосередньо відіграють одну з найважливіших ролей у соціальному житті носіїв мови. І цим самим впливають на різні сфери життя, збагачуючи їх лексичне наповнення [65].

Неологізм проходить кілька етапів соціалізації (те , як його сприймають у соціумі) і лексикалізації, тобто перехід в повсякденний узус. У випадку якщо тема є актуальною для суспільства, новоутворення швидко переходить на стадію при звичаєння, тому що вживається в повсякденному спілкуванні, особливо якщо це стосується обговорення значущих тем для спільноти [66, с. 158].

Д. В. Гугунава зазначає, на прикладі впливу неологізмів на літературну критику постмодерну, що спостерігається розквіт літературної критики постмодерну, провідного напрямку східнослов'янської літературної критики, звільненої від ідеологічних установок. Дуже перспективні дослідження новоутворень у літературній критиці постмодерну, яка активно впливає на формування суспільної свідомості та естетичний смак публіки, прагне до мовної гри і словотворчості, запозичує інтернаціональні терміни і створює власні, вибудовуючи при цьому певну картину світу [18, с. 1].

Мова медіа, на відміну від інших активних стилів сучасної української літературної мови, уособлює відображення мови та культурного стану суспільства, цінності, соціальні цінності, важливість спілкування, загальна доступність. При поєднанні вербальної та візуальної інформації підвищується ефективність їх сприйняття, що також вирізняє медіамову. За допомогою ЗМІ,

спосіб, коли проглядається пряме ставлення автора до інформації, яка висвітлюється, підкорює глядача чи слухача [16, с. 43].

Особливості створення й виконання функційних задач неологізмів у сучасному українському мас-медійному просторі добирають в основному крізь призму їхніх оцінних якостей та потенціалу, здатність ефективно впливати та маніпулювати свідомістю реципієнта, оскільки основна мета ЗМІ полягає в переконуванні [16, с. 44].

Найголовніше завдання мас-медіа полягає у формуванні суспільної думки, що є неможливим без функційного, емоційно-виразного, експресивного мовного засобу, що має здатність реально й точно передати події, вплинути на емоції слухача чи глядача, зацікавити його шляхом переконання в достовірності тієї чи іншої події, а також підтвердження думки, позиції. Неологізми активно утворюються, засвоюються й активно використовуються у мові ЗМІ, що поєднує жанрові, стильові різновиди та елементи всіх інших стилів [82, с. 11].

Нові слова у сучасному світі набувають популярності та миттєвого поширення через використання людьми соціальних мереж та появи інтернет-видань. Важливим аспектом дослідження новоутворень та їх вживання є сфера, де вони використовуються. Тому в сучасних словах з'являються нові реалії, що чітко і лаконічно передають всі аспекти сучасного життя [66, с. 160].

Основними чинниками, що сприяють появі новоутворень, виступає значне послаблення цензури, що звільнило від підпорядкування та надало змогу вільно висловлювати свої погляди й думки через радіо, телебачення, газети, журнали, Інтернет-платформи; нескінченні пошуки ведучими, журналістами, блогерами, інфлюенсерами нових емоційних, експресивних, образних, дотепних і влучних засобів вираження поміж стандартних виразів-кліше; привернення уваги авторів до рідних джерел української національної мови, причиною чого стало проголошення української незалежності; соціальні зміни в житті українського суспільства, а також соціальний розподіл, що спричиняє утворення й функціонування нових соціолексем, які впливають на розвиток загальнолітературних норм та процесів української мови [16, с. 46].

Надмірне привернення уваги ЗМІ до різних сфер життя суспільства призвело до появи різних економічних, соціально-політичних, юридичних токшоу, а також появи інтернет-блогінгу, що знищує всі цензурні та соціокультурні бар'єри та надає змогу реципієнту впевнитись у правдивості, а також надати свою суб'єктивну оцінку у вигляді коментаря [83, с. 13-14].

Отже, у межах чинного підрозділу з'ясовано, що активне утворення нових лексем в різних сферах життя змінює світогляд людей та впливає на їх думку, створюючи новий лексичний фонд мови, розвиваючи та збагачуючи набутий лексичний фонд зміною значень номінацій, запозиченням або ж іншими словотвірними способами. Новоутворення з'являється, активно використовується носіями мови у спілкуванні, з часом призвичаюється і переходить у повсякденний узус. Поєднання вербальної та візуальної інформації підвищує ефективність їх сприйняття, а також вирізняє медіамову. Основним чинником, що сприяє появі новоутворень, виступає значне послаблення цензури, що звільняє від підпорядкування та надає змогу вільно висловлювати свої погляди й думки через радіо, телебачення, газети, журнали, Інтернет-платформи.

1.2 Специфіка вивчення лексичних новотворень у сучасних лінгвістичних студіях

Лексична підсистема мови, порівняно з іншими підсистемами, має відкритий характер, який є зумовленим тісними зв'язками лексичного складу мови з дійсністю. Лексичні зв'язки мови характеризуються двобічністю характеру. З одного боку, у лексичному складі мови відображаються різні зміни, які відбуваються в житті суспільства, а з іншого – виникають лексико-семантичних новотвори, у зв'язку з потребою номінації нових предметів і явищ дійсності [26, с. 6-7].

Лінгвістичні дослідження характеризуються системним підходом, який є провідним на сьогодні. Системний підхід до явищ мови дає можливість їх глибшого дослідження [53, с. 17].

Головним завданням синхронного і діахронного вивчення лексики є виявлення системних відношень. Цю ідею підтримує В. В. Виноградов, який зазначає, що історію значення слова можна виявити крізь призму історії лексико-семантичних систем певної мови. Також лінгвіст формулює поняття лексико-семантичної системи мови, яке він пояснював як «лексичний інвентар слів та виразів, зовнішні форми слів, граматичні й словоутворювальні категорії, певні семантичні угруповання та смислові співвідношення слів» [8; 9, с. 39].

А. П. Загнітко зазначає, що «Система (грецьк. *systema* – утворення, складення з певних частин, поєднання) – сукупність елементів, якій властиві: 1) закономірні відношення між елементами; 2) цілісність як результат цієї взаємодії; 3) автономність поведінки; 4) несумарність (неадитивність) властивостей системи щодо властивостей складників її елементів» [124, т. 3].

Тобто, з огляду на різні підходи до поняття системи, система – сукупність взаємопов'язаних і взаємозумовлених елементів, що формують більш складну єдність наповнену частинами цих елементів [70, с. 20].

Таким чином, слова та їх значення, які є органічними складовими частинами мови, доцільно розглядати як систему взаємозалежних елементів, зумовлених дією інтралінгвістичних та екстралінгвістичних чинників, а те, що лексика є системою, засвідчує низка беззаперечних фактів. По-перше, це пояснюється існуванням тлумачних одномовних словників, тобто пояснення значень одного слова іншими словами тієї ж мови; по-друге, можливістю опису словникового складу мови за допомогою невеликої кількості найуживаніших семантично ключових слів. Тому, реалізація системного підходу до дослідження мовних явищ на всіх рівнях, у тому числі, й на лексико-семантичному, є обґрунтованою [19, с. 23].

У разі дотримання системного підходу під час процесу дослідження лексичного фонду мови, доцільно вивчати номінацію у взаємозв'язку з іншими номінаціями, які є синонімічними та належать до одного й того ж кола уявлень. Користуючись твердженням про системність лексичного складу мови, необхідно зазначити, що зміни значень слів стають зрозумілими лише всередині мови, тобто лексику потрібно досліджувати як систему. Такий підхід

дасть можливість описати склад мови та за допомогою зв'язків між елементами тексту, виокремивши істотне та характерне. Розподіл слова та його значення в різні групи відбувається незалежно від людської свідомості, а основою для угруповання слугує подібність або пряма протилежність за головним значенням [19, с. 24].

А. П. Загнітко тлумачить поняття лексико-семантичної системи таким чином: «Система (грецьк. *systema* – утворення, складення з певних частин, поєднання) лексико-семантична (лексико + семантичний) – один із рівнів мовної структури, що складається зі слів та їхніх значень; упорядкована множинність лексичних і фразеологічних одиниць, співвіднесених і водночас протиставлених за своїми значеннями і будовою.» [124, т. 3]. Мовознавець зазначає, що цей тип системи налічує три структурні підсистеми, такі як: епідигматика, парадигматика та синтагматика [124, т. 3].

А от вживаючи поняття «лексико-семантична система», В. М. Солнцев розуміє під цим поняттям, що лексичні одиниці являють собою, як слова і вислови, так і словотвірні та граматичні категорії, які визначають семантичні угруповання і смислові зв'язки слів [76, с. 31].

Вивчення складових частин лексичної системи мови вважається актуальним та ефективним методом дослідження в лінгвістиці. Характерною рисою для лексичної системи мови є складна організація. У системі мови лексичні одиниці об'єднані парадигматичними зв'язками і в процесі мовленнєвого акту комунікації між ними виникають синтагматичні зв'язки. Лексичну систему неможливо описати повністю, тому у практичному дослідженні доцільно моделювати на окремі ділянки зв'язків або семантичні групи [70, с. 27].

Поняття системи в лексиці і семантиці тісно поєднане з теорією семантичного поля, в основі якої лежить думка про взаємозв'язок слів, що мають семасіологічну спільність. Виявлення системних зв'язків у лексиці зумовлено функцією контексту, у якому смислові відношення між лексичними одиницями визначаються значенням слів. Слід зазначити, що [35] В. А. Звегінцев розмежовує лексичні зв'язки на зовнішні, коли елементи того чи

іншого угруповання взаємодіють з елементами іншого, і внутрішні, коли елементи взаємодіють усередині угруповань. Відповідно до цього, зв'язки можуть бути: прямі і зворотні, симетричні та асиметричні [35, с. 46].

Метод опозицій науковці вважають провідним для системного вивчення лексичного фонду англійської мови. Принцип опозицій базується на тому, що жодна одиниця не має лінгвістичної значущості сама по собі, а тому вона виявляється тільки у протиставленні з іншими одиницями системи. Тобто словесна опозиція означає протиставлення пари лексичних одиниць, подібних за тими чи тими компонентами і водночас відмінних у чомусь [59, с. 46-48].

Таким чином, внутрішні зв'язки між словами виявляються лише за допомогою опису та тлумачення лексичних одиниць. Головним чинником під час віднесення слова до того чи іншого розряду слугує значення слова, яке може бути: номінативне, денотативне, сигніфікативне, його прагматичний аспект і синтагматика, а також емоційно-експресивне забарвлення [59, с. 72-74].

Вивчення системності лексичного складу мови потребує кропіткої та трудомісткої роботи: тобто вилучення та опис словникових одиниць, упорядкованих відповідно до призначення досліджуваного словника, завдання якого включають: надання базового матеріалу для організації та вивчення парадигматичних угруповань та відображення послідовного переходу слів нижчого рівня у вищий, що зумовлюється утворенням декількох ступенів ієрархії їхнього смислового зв'язку. Дослідження системного характеру лексичного фонду мови відбувається не тільки на рівні мови (лексикологія, лексикографія), але й на рівні мовлення (стилістика, лінгвостилістика, психолінгвістика, прагматика) [2, с. 20].

Поява новоутворень, процес зміни лексичного значення слів або складу мови зумовлюють постійну та безперервну адаптацію мовної системи. Постійно рухаючись та розвиваючись, система мови не має закріплених регулятивних правил. Їй властива структура, яка відображає схильність до об'єктивізації картини світу у свідомості людини. Тобто слова не є лише скупченням лексичних одиниць, а певною організованою єдністю, котра, як і

навколишній світ, відображається в мові не хаотично, а за допомогою багаторівневої структури [16, с. 529].

Таким чином, системність на лексичному рівні виявляється, насамперед, в угрупованні певних лексичних одиниць як цілісних утворень, об'єктивно виокремлених із скупчення інших елементів лексичного складу мови, та смислових зв'язків між членами цих лексичних об'єднань. Ці різноманітні об'єднання (класи, групи, ряди, поля) утворюють лексичну систему мови. У цьому об'єднанні немає певних кордонів, воно тісно пов'язане з явищами взаємопереходу, взаємопроникнення [16, с. 530].

Співвідношеннями між компонентами значень лексичних одиниць передбачає утворення семантичних зв'язків між системними лексичними угрупованнями. Наприклад, це може бути семантичний зв'язок, який передбачає спільність сем лексичних одиниць, а окремі лексичні одиниці можуть містити одну або декілька конкретних диференційних ознак. Таким чином, це можуть бути синонімний, антонімний та інші зв'язки [16, с. 533].

Деякі науковці (Л.М. Васильєв [7], В. В. Виноградов [9], В.М. Солнцев [76]) дослідили та описали семантичні відношення лексичних одиниць в мові та мовленні, виокремлені угруповання слів отримували різні варіанти назв, як от: семантичні класи, семантичні групи, лексико-тематичні групи, семантичні поля, функціонально-семантичні поля, лексико-граматичні поля, лексико-тематичні поля, лексико-тематичні сітки та лексико-тематичні лінії [7, с. 23].

Семантичне поле є цікавим аспектом у лінгвістиці. Також існує багато визначень цього поняття. Наприклад, А. П. Загнітко зауважує, що: «Семантичне поле, або лексико-семантичне поле – 1) фрагмент дійсності, що може бути описаний певною мовою за допомогою відповідної лексичної підсистеми; 2) ієрархічна структура множинності лексичних одиниць, об'єднаних спільним (інваріантним) значенням, спільністю змісту, що відображає поняттєву, предметну чи функційну подібність означуваних явищ (напр.: секунда, хвилина, рік, століття, мить і под. – семантичне поле часу)» [124, т. 3].

У працях, що окреслюють вивчення мови у теоретичній призмі семантичного поля, передовими стають проблеми лексичної семантики.

Безсумнівно лексика є водночас найбільш вагомим і складним аспектом мови, у лінгвістичному, і в методичному співвідношенні. При цьому виникають різні характерні труднощі при описі і вивченні лексичних одиниць. Вони полягають у тому, що практично кожне значення слова існує окремо, не використовуючи співвідношення з іншими одиницями, що уособлюють одне й те ж чи схоже значення [19, с. 28].

Загалом семантичне поле та лексико-семантичне поле є синонімічними поняттями. Лексико-семантичне поле має такі ознаки: спільність семантичних функцій елементів, взаємодію граматичних і лексичних елементів, розділення, центральну периферію, повільні переходи від одних угруповань до інших, часткові перехрещення та загальні сегменти [59, с. 75].

Поле є інвентарем семантичних частин, пов'язаних між собою особливим, індивідуальним чином. Лексико-семантичні аспекти мають поняттєву спільність і виконують у мові єдину функцію. Лексико-семантичне поле об'єднує однорідні і різнорідні сегменти та утворюється із складових частин, яких має бути не менше двох. Воно має вертикальну і горизонтальну структуру. Вертикальна структура – це організація складових частин, а горизонтальна – їх взаємовідношення. Семантичне поле складається з ядерних та периферійних конститuantів. Ядро утворюється навколо домінантного компонента [2, с. 23].

Ядерні конститuantи є обов'язковими та функціонують найбільш однозначно та частіше в порівнянні з іншими конститuantами. Ядро і периферія розподіляють функції, тому частина функцій виконує ядро, частину – периферія. Вони мають розмиті межі, тому конститuantи можуть уналежнюватися до ядра одного поля і периферії іншого поля. Адже рівні лексико-семантичні поля частково об'єднуються, утворюючи місця повільних переходів, що є нормою похідної організації системи мови [2, с. 24].

Значення лексико-семантичного поля в лінгвістиці викликає деякі розбіжності в поглядах, що пояснюється, з одного боку, наявністю слабких місць у самій теорії семантичного поля, а, з іншого – перепонами, що виникають під час дослідження системно-структурної організації словникового складу мови [38, с.175].

Отже, у межах чинного підрозділу окреслено, що системний підхід до вивчення лексичного фонду мови є провідним та найбільш дієвим. В основі цього підходу лежить взаємозв'язок між словами, які належать до спільного поля значення. Поле є інвентарем семантичних частин, пов'язаних між собою особливим, індивідуальним чином. Лексико-семантичні аспекти мають поняттєву спільність і виконують у мові єдину функцію. Лексико-семантичне поле об'єднує однорідні і різнорідні сегменти та утворюється із складових частин, яких має бути не менше двох. Системний підхід є дотичним до різних рівнів мови, тому доцільно зазначити, що контекст відіграє головну роль у вивченні лексики на текстуальному рівні. При цьому виникають різні характерні труднощі при описі та вивченні лексичних новотворень. Вони полягають у тому, що практично кожне значення слова існує окремо, не використовуючи співвідношення з іншими одиницями, що уособлюють одне й те ж чи схоже значення.

1.3 Поняття медіасфери. Особливості медіасфери сучасних англійськомовних (США, Велика Британія) та українськомовної комунікативних спільнот

Масова комунікація, будучи складним, багатоаспектним феноменом, є не просто сферою споживання інформаційного продукту та розваги, але й одним із тих просторів, де люди створюють та поділяють життєві орієнтири, цінності, знання, що в сукупності визначає не тільки їх інформаційну освіченість та оцінку актуальних подій, але й їх повсякденне життя та картину світу [65].

За допомогою мас-медіа люди транслюють своє бачення реальності, норм та проблем, або ж обмінюються ними. ЗМІ дозволяють індивідам структурувати та пояснювати свій власний досвід та упередження. Оскільки, масова комунікація є комплексним феноменом, його неможливо описати якимось одним способом [42, с. 13].

«Медіа» є множиною медіумів та означає технологійний процес, який забезпечує комунікацію між відправником та отримувачем інформації [92, с. 6]. Хоча, у сучасному суспільстві це поняття розглядається, не тільки як середня

ланка між відправником і отримувачем інформації, а й сукупність засобів, що передають, зберігають та відтворюють інформацію [6, с. 12].

Зміни в соціумі безпосередньо впливають на етапи розвитку медіасфери. Таким чином, у вісімнадцятому столітті вихід буржуазії як нового класу на політичну арену був спричинений виникненням перших газет, що стало засобом втілення економічних, політичних і культурних цілей тієї епохи. Термін «нові медіа» вперше з'явився наприкінці минулого сторіччя. Тоді основою для ЗМІ були періодики, радіо й телебачення, тобто аналогові та друковані носії. Але з часом через розвиток технологічної сфери впровадився такий вид комунікації, як Інтернет [61, с.87].

Мас медіа, або ЗМІ – традиційні засоби масової інформації, такі, як телебачення, радіо, газети, журнали, кіно, відео [37]. Мультимедіа – термін ринково-технологічний, котрий характеризує комунікативні і споживчі можливості комп'ютера, що є поєднанням текстової, візуальної та аудіоінформації; засоби перетворення, редагування і зберігання даних різного типу; можливість різних зовнішніх комунікацій, тобто вивід на друк, з'єднання з відео, телебаченням і телефонією [71]. У цьому значенні «мультимедіа» став споживчим терміном, котрий слугує для орієнтації користувачів комп'ютерних технологій в різних функційних можливостях [71].

Маршалл Маклуен був перший, хто виявив потребу у вивченні й розумінні медіа через їх вплив на культуру, психіку та фізіологію людини. Дослідження цього аспекту висвітлені в роботі «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» [100], де він розглядав медіа не лише як засоби та канали передачі інформації, а в значенні посередника між людиною (суб'єктом) і певним об'єктом сприйняття інформації. Маклуен зазначав, що медіа мають значення певного розширення властивостей людини за такою схемою: наприклад, як одяг – розширення шкіри, так, телебачення – розширення зору, а динаміки – розширення слуху. Медіа розширює можливості людини, але при цьому виникає проблема правильного й ефективного використання цих можливостей [100, с. 25].

Розрізняють чотири види медіа:

- «Холодні» й «гарячі» медіа (за Маршаллом Маклуеном, холодні медіа потребують зворотнього зв'язку між учасниками комунікації, а гарячі – передають інформацію односторонньо) [100];
- Традиційні медіа (орієнтовані на порівняно невелику групу адресатів) [119];
- Масмедіа (засоби одночасної передачі інформації великим групам людей) [99];
- Мультимедіа (поєднання різних форм передавання інформації на одному носіїві) [89].

Американська організація «Pew Research Center for the People & the Press» провела дослідження, внаслідок чого стало відомо, що Інтернет в США став більш прогресивним засобом комунікацій, ніж щоденні газети у 2008 році. Результати показали, що близько 40 % опитаних людей для отримання інформації стосовно новин використовують інтернет-ресурси, такі, як електронні версії звичних газет або спеціалізовані сайти з новинами. В той час як газети читають лише 35 % опитаних. Тим не менш, телебачення продовжує залишатися найпопулярнішим джерелом новин, тому що близько 70% опитаних повідомили, що стежать за новинами за допомогою телевізійних засобів [104].

Наразі система державного мовлення США транслювання у інші країни об'єднує п'ять інформаційних служб. Федеральними програмами є «Voice of America», «Office of Cuba Broadcasting (Radio and TV Marti)», а також «Worldnet Television and Film Service», а «Radio Free Europe (Radio Liberty і Radio Free Asia)» є приватними некомерційними корпораціями. Штат зазначених служб налічує понад 3,3 тис. співробітників, робота котрих полягає у підготовці та випуску програм англійською і 60 іноземними мовами, які займають 1750 годин ефірного часу на тиждень. Фінансування служб відбувається за кошти федерального бюджету відповідно до статті про видатки на зовнішньополітичну діяльність уряду США [63, с. 33].

Телебачення для американців є найголовнішим джерелом інформації, яке є провідним чинником, що впливає на життя не тільки людей, а й всієї країни

загалом. Громадська думка сформована інформацією, яка транслюється через телебачення, а також сприйняття американцями навколишнього світу і події, що відбуваються, відповідно до правильно сформованої ідеї [63, с. 34-35].

Інтернет-підключення в Сполучених Штатах в основному забезпечується приватним сектором і доступне в різних формах, з використанням різноманітних технологій, з широким діапазоном швидкостей і цін. У 2022 році Сполучені Штати посіли 3 місце у світі за кількістю користувачів Інтернету (поступаючи Китаю та Індії) з 299 мільйонів користувачів [113]. Станом на 2022 рік 90% дорослих в Америці користуються Інтернетом, нерегулярно або часто [112]. Сполучені Штати посідають перше місце у світі з 7000 Інтернет-провайдерів (ISP), згідно з даними ЦРУ [102].

Інтернет надав газетам та іншим ЗМІ можливість доносити новини та зберігати архіви публічними. Дохід створюється за рахунок реклами або передплати. Крім веб-порталів і пошукових систем, таких як «Google» і «Yahoo!», найпопулярнішими веб-сайтами є «YouTube», «Wikipedia», «Facebook», «Twitter», «Amazon», «Yelp», «IMDb», «Reddit», «Pinterest», «eBay», «TripAdvisor», «Indeed», «healthline», «Webmd», «Mapquest», «Merriam-webster», «zillow», «Quora», «MyAnimeList», «Anime News Network» і «Etsy» [118].

Онлайн-трансляція тепер дає змогу дивитися все: від новин у прямому ефірі та спортивних змагань до класичних фільмів і улюблених сучасних телепередач у будь-який час і на будь-якому пристрої. Із зростанням популярності онлайн-трансляцій кабельним компаніям доводиться розширювати пропозиції, щоб конкурувати на цифровому ринку вартістю 655 мільярдів доларів [86].

Сфера мас-медіа займає провідне місце в житті англійців так само, як і в житті американців. Лондон, котрий є центром інформаційної діяльності ЗМІ Великобританії, де зосереджений розвиток загальнодержавних газет, телеканалів і радіо, не зважаючи на те, що Манчестер також є провідним осередком медіа-буму. Також, Едінбург, Глазго і Кардіфф відносять до

важливих центрів газетних видавництв і телеканалів Шотландії та Уельсу [121, с. 62-64].

Газети *The Times*, *The Guardian*, *The Independent*, *The Daily Telegraph*, *The Observer*, *The Financial Times* випускаються великим тиражем по всьому світу і є всесвітньо відомими і найбільш авторитетними періодичними друкованими виданнями. Також Велика Британія є осередком відомих таблоїдів *The Sun*, *The Daily Mail*, *The Daily Mirror*, *The Daily Express* [105].

Великий міжнародний медіахолдинг «News Corporation» через британську компанію «News International» керував кількома газетами, з-поміж яких найпопулярнішим є таблоїд *The Sun* і найстаріша щоденна газета *The Times*, а також великою часткою в найбільшій британській супутникової мовної корпорації «BSkyB» [105].

Телевізійне мовлення у Великій Британії бере початок ще з 1930-х років. Наразі існує 480 каналів, серед яких є як безкоштовні, так і ті, які існують за рахунок абонентської плати. Британське телерадіомовлення поділяють на суспільне і комерційне [94].

У 2021 році у Сполученому Королівстві було близько 27,2 мільйонів домогосподарств, які мали телевізори, і ця кількість продовжувала щорічно зростати з 2013 року [114]. У Великій Британії середній споживач витрачав майже три години на день за телевізором у 2021 році. Порівняно з іншими європейськими країнами, глядачі Великої Британії витратили на перегляд телевізора менше, ніж у середньому [114].

Протягом останніх років багато газетних видавництв Великої Британії прагнуть вкласти свої мільйони у телевізійний бізнес. Таким чином, компанія «Pearson PLC» стала власником великої телевізійної продюсерської компанії «Thames Television» у 1993 році. Власники *The Daily Telegraph* купили 15% акцій телекомпанії «Karlton Investment Group Inc.». У 1996 році британський парламент ухвалив «Акт про мовлення», що дозволяє газетним компаніям вкладати капітали в необмежену кількість комерційних каналів телебачення, а комерційним каналам, в свою чергу, вступати у володіння газетними підприємствами. Але в результаті таких процесів заборонено утримання

контролю над більш ніж 15% аудиторії комерційного радіомовлення і телебачення, а також 20% загального тиражу газет в одних руках [57, с. 10].

Частка домогосподарств з доступом до Інтернету у Великій Британії зростає з 9 відсотків у 1998 році до 93 відсотків у 2019 році. Використання Інтернету у Сполученому Королівстві подвоїлося у 2020 році. У Великій Британії нараховується 53 мільйони користувачів соціальних мереж, що становить 77,9% населення у 2021 році. У середньому британський користувач проводить у соціальних мережах 110 хвилин на день [109]. Найбільш відвідувані веб-сайти Сполученого Королівства включають «google.com», «youtube.co.uk», «facebook.com», «bbc.co.uk», «google.co.uk» і «ebay.co.uk» [109].

Під час отримання Україною незалежності та її розквіту, ЗМІ також розвивались та вийшли на новий рівень. Також політичний тиск на ЗМІ піднявся за останні роки, що сталося через зміни законів та інших нормативних актів для того, щоб зміцнити вплив на засоби масової інформації та керуючі органи в цій сфері. Було проведено багато конкурсів серед телеканалів і в результаті було обрано канали для чотирьох загальнонаціональних мультіплексів цифрового телебачення. Ті канали, що отримали ліцензію, почали свою роботу. У 2018 році українські канали перестали використовувати аналогове телебачення і перейшли на цифрове, супутникове, кабельне телебачення та онлайн-сервіси [79].

У листопаді 2009 року Віктор Пінчук заснував декілька компаній під назвою «StarLightMedia». «StarLightMedia» включає в себе 7 телеканалів, 3 з яких займають провідні місця. Цими каналами виявились «Новий канал», цільова аудиторія якого – молоді люди віком 14 – 35 років, «ICTV», цільова аудиторія – чоловіки віком 25 – 45 років, «СТБ», цільова аудиторія якого – жінки віком 18 – 54 років, «ОЦЕ ТБ», «М1», «М2» та «ICTV Ukraine» [78].

У 2013 році «StarLightMedia» зайняла провідне місце за основними глядацькими аудиторіями, з показниками 30,3 % порівняно з «Inter Media Group» (19,8 %), 1+1 Media (16,0 %) та «Медіа Група Україна» (10,3 %). До групи компаній «Медіа Група Україна» входять такі канали як: «Україна», «Україна 24 (Ескулап TV)», «Футбол 1», «Футбол 2», «Футбол 3», «НЛО TV»

та «Індиго TV (Кіноточка)». А до групи компаній «Group DF» входять «НТН», «K1», «K2», «Мега», «Zoom (MTV Україна)», «Піксель (Enter-music)» та «Enter-фільм» [79].

Раніше Інтернет не був загальнодоступним засобом масової інформації на рівні традиційних радіо, телебачення чи друкованих ЗМІ. Проте, сьогодні Інтернет-платформа стала вагомою складовою інформаційної індустрії в Україні, а ЗМІ в онлайн режимі для українських користувачів – вагомим джерелом інформації. Наразі в українському законодавстві не має ані чіткого визначення поняття засобу масової інформації в мережі Інтернет-простору, ані будь-якого нормативно-правового акту, який би визначав їх засади діяльності чи функції [79].

Нині у сучасному професійному журналістському середовищі визнання приналежності Інтернет-ЗМІ до засобів масової інформації не новина. Приводом для цього в Україні слугувало створення офіційного національного реєстру Інтернет-ЗМІ. Проте, беручи до уваги, що це специфічне питання, більшість онлайн-ЗМІ та їх професійних угруповань, виступають рішуче проти обов'язкової реєстрації ЗМІ у сфері інтернет-простору через загрозу свободі слова та через те, що «Незалежна медіа-профспілка України» виступають за добровільну недержавну реєстрацію Інтернет-ЗМІ [104].

Велика кількість провідних українських онлайн-ЗМІ належать олігархам і певним чином вони впливають на ту інформацію, яка висвітлюється [36]. Олігархам підвладні як онлайн-, так і традиційні ЗМІ, наприклад, телебачення, радіо, друкована преса та інші. Два з п'яти найбільших новинних сайтів України належать одним із найзаможніших українських олігархів – Ринату Ахметову та Ігорю Коломойському. Колишні або чинні чиновники та депутати Михайло Бродський та Андрій Садовий володіють іншими двома популярними новинними сайтами. Лише один з п'яти найбільших українських політичних новинних сайтів, РБК-Україна, є власністю медіабізнесмена Йосипа Пінтуса [12].

Однак, 11 липня 2022 року Ринат Ахметов повідомив, що виводить свою інвесткомпанію SCM з медійного бізнесу [44]. А вже 12 липня інвесткомпанія

SCM припинила випуск друкованих ЗМІ та анулювала ліцензії медіа групи «Україна» [84].

В Україні налічують близько 50 популярних інтернет-ЗМІ, наприклад: «Новини 1+1», «5 канал», «20 хвилин», «24 канал», «DailyLviv.com», «AgroNews», «Апостроф», «Бабель», «BBC News Україна», «Дзеркало медіа», «Цензор.нет» та інші [110].

На початку 2022 року в Україні розпочалася повномасштабна воєнна агресія з боку Російської Федерації. У результаті таких геополітичних змін, майже всі масмедіа всього світу почали траслювання подій в Україні. Однак, у американському медіапросторі головним джерелом інформації про події в Україні є Інститут вивчення війни (Institute for the Study of War), який створив веб-сторінку «Ukraine Conflict Updates», де розміщена актуальна інформація щодо конфлікту в Україні, на головному сайті. Такі медійні гіганти як New York Times, Washington Post чи Wall Street Journal транслюють актуальну воєнну ситуацію цитуючи Інститут вивчення війни, що не завжди є джерелом об'єктивної оцінки ситуації через вплив пропаганди. Таку оцінку діяльності американських ЗМІ щодо України надав журналіст Роберт Райт [122].

Британська телевізійна служба новин BBC є одним з основних інформаційних джерел для висвітлення подій Російсько-української війни для англійськомовного суспільства у Великій Британії. На головному новинному сайті був створений розділ «War in Ukraine», де висвітлені актуальні події [87].

У той час, безпосередньо в Україні, через прагнення покращити інформаційну обізнаність українського суспільства був створений телемарафон «Єдині новини» та до 1 березня 2022 також «#UАразом». Контент цього телемарафону був здійснений за допомогою Національної суспільної телерадіокомпанії України, трьох приватних медіахолдингів («1+1 Media», «Starlight Media», «Inter Media Group»), а також Дирекції телерадіопрограм ВРУ. 3 травня 2022 року громадська організація «Детектор медіа» перевіряє телемарафон на наявність піару чи пропаганди. У квітні 2022 року за даними Національної Ради з питань телебачення і радіомовлення «Єдиним новинам» довіряло 76 % українців [80].

Отже, у межах чинного підрозділу окреслено, що медіапростір – складне явище та провайдер для забезпечення комунікативної функції інформаційного простору. Сучасні різновиди медіа ресурсів все більше прогресують та набувають ширшого використання, що зумовлено розвитком інформаційних технологій. Аналізуючи інформаційний узус США та Великобританії, доцільно зазначити, що країни мають розвинене інформаційне забезпечення носіїв мови. Провідним видом трансляції інформаційного потоку в США є телекомунікація, в той час як Велика Британія є найбільш розвиненим осередком інформаційної діяльності, що включає всі види ресурсів, окрім радіо та газет, котрі останніми роками зменшили свою активність використання.

В Україні найбільш провідним видом ЗМІ є інтернет-простір, який набув великої популярності в останні роки. У зв'язку із повномасштабним вторгненням Російської Федерації на територію України діяльність масмедіа усіх країн була спрямована на висвітлення актуальної інформації. Головним американським джерелом інформації про події в Україні є Інститут вивчення війни, у той час, як новинна служба BBC – основний медіа-ресурс для британського суспільства. В Україні був створений телемарафон для покращення інформаційної обізнаності громадян.

1.4 Лінгвістичні наслідки глобалізації засобів мас-медіа та системи масової комунікації

Сьогодні кожна людина пов'язана з діяльністю медіапростору. Люди, отримуючи інформацію з різних видів ЗМІ, опиняються під впливом інформаційного навантаження, що змінює їх світогляд та навіть життя. Зміна людської думки та навіть способу життя створює придатні умови для утворення нової лексики, яка активно використовується носіями і набуває глобального значення, що і є головним лінгвістичним наслідком [65].

Сучасний світ характеризується високим рівнем розвитку сфери інформації. Основний аспект медіалінгвістики як нового системного підходу до вивчення медіамови зумовлений тим, що медіатексти сьогодні є однією з найпоширеніших форм існування мови. Бурхливий розвиток традиційних ЗМІ:

друку, радіо, телебачення, поява нових комп'ютерних інформаційних технологій, глобалізація. Більш того, з динамічним зростанням кількості телеканалів, радіостанцій, інтернет-версій друкованих видань і появою інтернет-видань сформувався глобальний інформаційний простір, який сучасні західні та вітчизняні дослідники розглядають як особливу специфічну сферу функціонування мови [108].

До кінця 20 століття медіалінгвістика, як новий самостійний напрям у вивченні мови ЗМІ, впевнено заявила про себе. Предметом нової дисципліни стало вивчення мови масової комунікації, мови ЗМІ. Саме ця нова галузь мовознавства дає змогу підготувати компетентного фахівця сучасного рівня. Якщо для традиційної лінгвістики ключовим поняттям був цілісний і зв'язний вербальний текст, то медіатекст використовує не тільки вербальний рівень, а й будь-які інші знаки, тому мас-медійний дискурс поєднує в одне ціле вербальну та позамовну складові [108].

Маючи реакцію на будь-які інноваційні процеси, що відбуваються у суспільстві, медіадискурс зумовлений соціальним розвитком людей та є індикатором позитивних і негативних змін у соціумі на визначений період. Вибір певної мовної реалії, граматичної форми або конструкції не лише висвітлює мовний смак, мовні уподобання та звички окремих людей, але й сигніфікує про мовні навички окремих класів і соціальних груп, тобто усього суспільства на визначеному етапі історичного перебігу [68, с. 98].

За сучасних обставин засоби масової інформації, враховуючи свою соціальну значущість, велику тиражну функційність та доступність, мають вагомий вплив на соціокультурні процеси. Залучаючи громадян до використання інформаційних ресурсів, ЗМІ утворюють особливі семантичні ціннісні моделі для асиміляції суспільства і тим самим змінюють культурний образ суспільства. Принцип та можливість швидко охопити широку аудиторію дозволяє сучасним ЗМІ трансформувати традиційну систему культурного продакшину в певному напрямку, і тому саме в розвинених соціально-політичних системах власник ЗМІ є власником громадської думки [69, с. 112].

Вплив засобів масової інформації на формування національної свідомості особливо важливий, оскільки він є важливим засобом створення історичного та культурного інформаційного простору для держави, який насправді є духовно-ідеологічним клеєм, який пов'язує людей з державою. В'ячеслав Лизанчук [69] зазначає: «Людські суспільства створюються через інформаційні комунікаційні мережі, за допомогою яких передається необхідна політична, соціально-економічна, ідеологічна, історична, етнічна та інша інформація. Національна медіа-мережа - один із «трьох китів», на якому базується впевненість держави, поряд з національною інтелігенцією та національною політичною елітою [69]».

Однак, окрім консолідації суспільства, ЗМІ можуть відігравати руйнівну роль і підривати його соціально-психологічну стабільність, створюючи масову обізнаність та пропагуючи негативні цінності, чужі національній культурі ідеали та цінності. Отже, суспільство і держава повинні постійно забезпечувати нейтралізацію регресивних процесів в галузі інформації та аксіології та активізувати потенціал медіаресурсів для створення системи цінностей, що гарантує інтелектуальну єдність суспільства [67, с. 97].

У сучасному суспільстві ЗМІ виконують низку функцій, серед яких: комунікація, тобто спостереження за подіями та формування суспільної думки про їх походження; інформування, тобто збирання, редагування, коментування та поширювання інформації; мовлення, тобто відображення певного способу життя з певними політичними та соціальними цінностями [67, с. 102].

Реалізуючи ці функції, медіа впливають на всі сфери суспільства та відіграють важливу роль у соціально-психологічному та духовно-культурному розвитку кожного члена суспільства, оскільки нова інформація, яка транслюється через ЗМІ, є певним чином стереотипною і несе неодноразові оцінні орієнтації та установки, які закладені у свідомості людей [69, с. 124].

Розвиток прогресивних інформаційних технологій в сучасному суспільстві стимулює появу нових форм комунікації, які займають провідне місце у соціальному житті людей. Наразі у лінгвістиці вибудовується нова когнітивна парадигма, що розвивається в межах інтернет-дискурсу. Інноваційне спрямування досліджень зумовлює появу не лише нових термінів, але і поняття

про новий особливий тип інтернет-мовлення. Інтернет перейняв статус інформаційно-комунікативного середовища, що займає все більш значуще місце і навіть починає домінувати [72, с. 231].

Останнім часом набула широкого розповсюдження сфера інтернет-медіа, а інтернет-простір вже доцільно називати новим комунікаційним феноменом. Звичайні прості тексти замінили гіпертексти – тексти, елементи яких представлено не в лінійній послідовності, а як динамічну систему взаємопов'язаних текстів. Це означає, що користувач має змогу за допомогою посилань переходити від одного початкового тексту до інших, розміщених у веб-мережі [68, с. 96].

Поява та розвинення інтернет-комунікації надало змогу висловлювати власну думку щодо тих чи тих подій. Змога висловлюватись привернула увагу багатьох людей, а особливо молоді. Зростання ролі й впливу молоді в суспільстві, молодіжне авторство багатьох публіцистичних текстів призвело до вживання молодіжних лексем, що має позитивні і негативні аспекти [76, с. 214].

За останні два-три десятиліття ІТ-технології та комунікаційні технології розвиваються з великою швидкістю, і завдяки цьому спілкування між людьми суттєво змінилося. ІТ-системи та глобальні комунікаційні мережі, які йдуть в ногу з дедалі складнішими моделями – Інтернет, особливо Інтернет і Веб 2.0, а також їхній розвиток, що призвели до того, що люди можуть обмінюватися різноманітним вмістом у всьому світі без жодних навичок ІТ чи програмування [103, с. 37].

Блоги, Вікіпедія, YouTube і соціальні медіа, де практично будь-хто може публікувати свій текстовий або мультимедійний контент, яким хоче поділитися зі своїми знайомими (друзями) або з більш широкою спільнотою користувачів, стали невід'ємною частиною життя індивіда. Це глобальне явище, принаймні в тому сенсі, що опублікований вміст може побачити будь-хто в усьому світі, якщо він знає цю мову. Воно є глобальним ще й з точки зору того, що англійська мова як основний носій глобалізації набирає сили навіть на

локальному рівні і насамперед через популярні продукти (музику, відеокліпи, ігри тощо) [103, с. 39].

Негативний відтінок увібрала безмежна вільність у мові, мовна свобода, порушення правил та норм, безграмотність, образлива, панібратська, просторічна лексика, що призводить не до функціонування, а до усунення меж між стилями, фальшивої демократизації тексту, поєднання літературної та фамільярної мови. Л. О. Ставицька наводить такий приклад [77] : «Узагальнивши значну кількість прикладів, переконуємося, чим є для нас наші депутати, політики та уряд. Ось ця політична *екзотика*. Це *збіговисько*, *прохіндеї* і *шаровики* із *примочками*, що займаються *лохотроном* у великих масштабах, *клепають* закони, *латають* законодавство, *нашкрябують* голоси, *базарять*, *хавають* національну культуру тощо [77] ».

Таким чином, інформаційна насиченість інтернет-простору значно потужніша за усі інші джерела інформації. Крім того, практично кожен користувач може створювати власні тексти, а також долучатись до процесу утворення нових мовних реалій. Небувала динамічність і відкритість, швидкість пошуку інформації та інтерактивність інтернет-ресурсів продукує значну кількість неологічних утворень, які потім передаються та глобалізуються іншими ЗМІ, а згодом і суспільством в цілому [68, с. 97].

У просторі інтернет-мережі сформувалися і продовжують розвиватися своєрідні комунікативні жанри, основною лінгвістичною рисою яких є синтез письма та усного мовлення. З одного боку – текст, набраний на клавіатурі, є породженням немовного апарату, заочно переданий співрозмовникові, а з іншого – інтонація усного мовлення. Інтернет-спілкування призвело до знищення розмежування між усним та письмовим видами мовлення, а також створило новий особливий тип мовлення – мову інтернет-дискурсу. У чатах, блогах, мікроблогах, інтернет-форумах, електронних листах, соціальних мережах продукуються тексти, які поєднують у собі властивості обох типів мовлення, як усного, так і письмового [72, с. 232].

Аналізуючи безмежний інтернет-простір, доцільно зазначити, що розвиток та неймовірна глобалізація соціальних мереж призвела до утворення численної

кількості нових лексичних одиниць, які стали невід'ємною складовою активної лексики кожного носія на сьогодні [65].

Також неймовірно широку популярність в межах інтернет-дискурсу набув жанр блогу. Блог (англ. Blog, від “weblog”, «мережевий журнал або щоденник подій») – веб-сайт, до основного вмісту якого регулярно додаються записи, що містять текст, зображення або мультимедіа [72, с. 235]. Для блогів характерні недовгі записи тимчасової значущості, відсортовані в зворотному хронологічному порядку. Але блог дещо відмінний від традиційного щоденника, що зумовлено видом середовища. Блоги зазвичай є публічними та передбачають сторонніх читачів, які можуть вступити в публічну полеміку з автором. Можливість коментувати запис в блозі створює найважливіший аспект мовної комунікації [72, с. 236].

Цей аспект масмедійної неологізації, котрий знаходиться в осередку інтернет-простору, продукує свою нову лексику, яка за допомогою засобів масової інформації популяризується і розповсюджується серед носіїв мови. Наприклад: *blogocracy* ‘блогоаристократія’, *splog* ‘сплог’, *blodgebrity* ‘знаменитість’, *audioblog* ‘аудіоблог’, *blarg* ‘бларг’, *splogger* ‘сплогер’ та інші [65].

Стрімко поширюється і популяризується в медіапросторі жанр мікроблогу [65]. Найбільш поширеним сервісом мікроблогу є «Twitter». Запис у «Twitter» обмежений 140 символами, що зумовлює специфіку спілкування. Своєрідний акцент на економії мовних засобів визначає структуру текстів у мікроблозі і, більш того, – орієнтування розвитку когнітивної парадигми комуніканта. Свій аккаунт у Твіттері мають безліч журналістів, письменників, спортсменів, співаків, громадських діячів, відомих персон, які впливають на світогляд та думки інших людей [72, с. 234].

Тому розвиток мікроблогу Twitter посприяв утворенню великої кількості неологізмів: *twinfancy* ‘новачок’, *twittercide* ‘видалення’, *twamer* ‘скандаліст’, *celebtwit* ‘знаменитість’, *bulltwitter* ‘брехун’, *twewbie* ‘новачок’, *twirgin* ‘новачок’, *broath* ‘присяга твітер-друзів’ та інші [65].

Користувачі мікроблогу створюють та поширюють неологічні утворення, що впливає на розвиток молодіжного інтернет-мовлення [65]. Ця сфера інтернет-дискурсу продукує чимало неологізмів: *e-barrassment* ‘інтернет-заздрість’, *wingman* ‘звідник’, *e-nore* ‘e-ігнор’, *ballsey* ‘друг’, *ebanatic* ‘ібейнетік’ та інші [65].

Українські ЗМІ, особливо телебачення та інтернет-видання, активно поповнюють мову воєнними та політичними неологізмами. Причиною цієї тенденції стала Російська збройна агресія проти України, яка почалася 24 лютого, 2022 року. Такий суспільно-політичний вибух суттєво змінив напрямок, джерела та способи утворень нових лексичних одиниць в українській мові та частково в англійській мові. Якщо раніше в українській мові домінантною тенденцією була європейська інтеграція та технологічний розвиток, сьогодні весь український медіапростір є переповненим воєнною тематикою.

У результаті таких змін, неологізми сфери політики та воєнної справи також увійшли в повсякденний узус англійськомовної комунікативної спільноти [91]. Війна в Україні спровокувала появу нових слів та виразів, таких як: *hot war* ‘жорстокий конфлікт’, *appeasement* ‘умиротворення’, *cease-fire* ‘остаточне припинення вогню’, *bomblets* ‘маленькі касетні боєприпаси’, *Donbas* ‘аббревіатура, що означає «Донецький вугільний басейн»’, *Finlandization* ‘Фінляндизація’ (процес, коли країна, яка, будучи технічно нейтральною та незалежною на міжнародній арені, поступається політиці більшого, могутнішого сусіда, як Фінляндія поступилася СРСР під час холодної війни); *hedgehog* ‘гострі сталеві перешкоди, які можуть затримати танки’, *koloradi* ‘українське прізвище для проросійських сепаратистів’, *oligarch* ‘дуже багатий бізнесмен із сильними політичними зв’язками’, *orcs* ‘прізвище російських окупантів, запозичене з книги Джона Толкієна «Володар перснів», а також зневажливі прізвища президента Російської Федерації: *Putler* (Putin + Hitler) ‘путлер’, *Kaputin* (Kaput + Putin) ‘капутін’ та інші [91].

Державні та приватні телеканати, що створили телемарафон «Єдині новини» розпочали вживання таких політичних та воєнних неологізмів, як:

ересія «зневажлива назва російської федерації, пов'язана із війною в Україні»; *орк* «прізвисько російських окупантів, запозичене з книги Джона Толкієна «Володар перснів»»; *мордор* «зневажлива назва російської федерації, пов'язана із війною в Україні»; *приліт* «влучання ворожої ракети чи снаряда у щонебудь»; *бавовна* «вибух у росії»; *рашисти* «сповідувачі ідеології рашизму» та інші [62].

Також російсько-українська війна активувала розвиток поширення неправдивої інформації, насиченої пропагандою. До таких новотворень входять: *фейк-ньюз* «новини, що транслюють неправдиву інформацію»; *дінфейк* «заснована на штучному інтелекті методика створення підробних зображень, які не відрізняються від справжніх»; *фейкомет* «медіаресурс, який поширює неправдиву інформацію»; *інфодемія* «стрімке поширення як правдивої інформації, так і фейків» [47].

Новоутворення, що з'являються у тексті українських інтернет-видань зазвичай є результатом висловлювань з жартівливою або негативною конотацією на суспільно-політичному рівні. Наприклад: *дебахнулько* – «людина, яка через свій інтерес та стурбованість може спричинити дуже багато шкоди»; *терраша* – «Російська Федерація як держава-терорист»; *бандеромобілі* – «бойові автомобілі ЗСУ, що мають підвищену прохідність, вони оснащені великокаліберним стрілецьким озброєнням і мінометами»; *кіберкозаки* – «спільнота українських ІТ-спеціалістів, що працюють для нейтралізації ворога в кіберпросторі під час російського вторгнення в Україну»; *свинособаки* – «злочинні російські окупаційні війська, що вдерлися в Україну»; *затрійдні* – «нереалістичні, малообґрунтовані ідеї й плани, в які людина щиро вірить, хоча все її притомне оточення намагається підказати, що результату не буде» та інші [47].

Отже, у межах чинного підрозділу з'ясовано, що медіасфера є безпосереднім учасником та провайдером для забезпечення комунікативної діяльності носіїв мови. На сучасному етапі провідним аспектом медіасфери є інтернет-простір, розвиток та популяризація якого призвела до появи нової лексики, яка активно використовується носіями і тим самим набуває

глобального значення. Поява та розвинення інтернет-комунікації надало змогу висловлювати власну думку щодо тих чи інших подій. Змога висловлюватись привернула увагу багатьох людей, а особливо молоді. Інтернет-інтеграція допомогла суспільству покращити рівень інформаційної обізнаності та комунікації. Стрімко поширюється і популяризується в медіапросторі жанр мікроблогу та розвивається молодіжне інтернет-мовлення. Англійськомовні та українськомовні ЗМІ, особливо телебачення та інтернет-видання, активно поповнюють мову воєнними та політичними неологізмами. Причиною цієї тенденції стала російська збройна агресія проти України, яка почалася 24 лютого 2022 року.

1.5 Методологія дослідження структурного та семантичного аспектів лексичних неологізмів медіасфери в зіставному аспекті

Неологічна лексична площина англійської чи української медіасфери, як і будь-яка інша система номінацій, включає словникові реалії, які мають свою форму вираження та зміст. Ця система не може розглядатися окремо, тому її доцільно аналізувати як органічно-поєднаний елемент системи мови. Для аналізу структурних та семантичних особливостей лексичної площини неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов використані: метод несутільної вибірки, метод компонентного аналізу дефініцій, метод словотвірного аналізу, елементи методу кількісного аналізу, метод лінгвістичного опису та зіставний метод [65].

«Лінгвістика (франц. *linguistique* від лат. *lingua* – мова) контрастивна (франц. *contraste*) – лінгвістичний напрям, що вивчає дві або більше мови для порівняння їхніх структур і вияву відмінностей (контрастних / неконтрастних) на тлі подібності.», – зазначає А. П. Загнітко [124, т. 2]

У ширшому значенні термін «контрастивна лінгвістика» також іноді використовується для порівняльних досліджень невеликих груп, а не лише пар мов і не вимагає соціокультурного зв'язку між аналізованими мовами. З цієї точки зору контрастивна лінгвістика є окремим випадком лінгвістичної типології і відрізняється від інших видів типологічних підходів малим розміром

вибірки та високим ступенем деталізації. Відповідно, будь-яка пара чи група мов може підлягати порівняльному аналізу [120, с. 7].

Будь-який лінгвістичний опис, що стосується аналізу більше однієї мови, передбачає з'ясування їх подібностей та відмінностей. Для цього використовують зіставний метод, який являє собою сукупність прийомів дослідження й опису мови через її впорядковане порівняння з іншою мовою з метою виявлення її своєрідності. Цей метод застосовується до вивчення та дослідження будь-яких споріднених або неспоріднених мов, що спрямовано на певний стан мови [19, с. 67].

Зіставний метод сприяє виявленню збігу і розбіжності в зіставляваних мовах, що є дуже вагомим для теорії та практики перекладу й методики дослідження мов, розкривають конкретні ідентифікуючі особливості мови, які майже неможливо помітити при її локальному вивченні, виокремлюють спільні закономірності, які виділяються властивістю всім мовам, що дає змогу краще дослідити будову людської мови. Ґрунтуючись на зіставному методі, були виявлені дослідження, що сприяли створенню зіставної граматики різних мов і словників [16, с. 68].

В цілому лексичні дослідження у зіставному аспекті спираються на денотативний, парадигматичний та синтагматичний принципи. Денотативним принципом вважають закономірний поділ речей, явищ, рис, актів та процесів відображений в структурі мови [16, с. 69]. Тому це означає, що за допомогою цього принципу відбувається виділення певних угруповань слів як об'єкту дослідження [16, с. 69].

Цей підхід має вагомий лінгвістичний характер, тому зазвичай залучаються більш формалізовані методи і прийоми, які враховують і мовні властивості лексичних одиниць, а саме їх семантичну структуру та кількість і якість їх спорідненості. Тому найефективнішим на новому етапі лексичних одиниць є зіставлення не окремих слів чи угруповань слів, а лексико-семантичних полів як сукупностей, пов'язаних спільними та протилежними відношеннями лексичних одиниць, які мають спільний зміст і

відображення поняттєвої, предметної й функціональної подібності явищ, що позначаються [16, с. 71].

Доцільно зазначити, що межі, які утворюються між різними макрополями та мікрополями є майже непомітними та динамічними; загалом вони деякою мірою стикаються одне з одним, поєднуються та взаємодіють одне з одним. Аналізуючи внутрішню структуру таких новоутворень, виокремлюються два шляхи. Перший – «знизу-вгору», тобто рух від рядів синонімів, груп антонімів до їх повільного сполучення за допомогою певних показників в більш загальні семантичні класи. Або другий – «згори-вниз», тобто поступовий поділ макрополя за допомогою певних показників на менші семантичні групи [23, с. 54].

Таким чином, головне завдання – виокремити означувальні семантичні складники, що відтворюється за допомогою складання тлумачних словників, тому що альтернативного рішення ще не винайдено. Сьогодні будь-яке зіставне дослідження лексичної семантики ґрунтується на зіставному методі, в основі якого лежить упорядкування семантичних опозицій, що виділяються у лінгвістичному дослідженні та відтворюється на базі лексикографічних джерел та за допомогою компонентного, дистрибутивного та трансформаційного аналізу [23, с. 56].

Для висвітлення теоретичних аспектів аналізу лексичної площини неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов, висвітлено такі теми, як [65]:

- 1) поняття лексичної інновації, де описано виникнення та значення новоутворень, їх особливості та функції;

- 2) класифікація та роль лексичних неологізмів у словниковому складі сучасної англійської та української мов, де описано різновид неологічних утворень та їх значення у словниковому складі сучасної англійської та української мов;

- 3) специфіка вивчення лексичних новотворень у сучасних лінгвістичних студіях, де описано способи та методи вивчення лексичного фонду мови, системний підхід до вивчення лексичних реалій;

4) поняття медіасфери та особливості її сучасних англійськомовних комунікативних спільнот у США та Великій Британії та українськомовної комунікативної спільноти, де з'ясовано значення медійного середовища сьогодення, особливості та значення медіасфери для носіїв мови трьох держав;

5) лінгвістичні наслідки глобалізації засобів мас-медіа та системи масової комунікації, де з'ясовано лінгвістичні зміни у словниковому складі мови як наслідок розвитку та популяризації лексичного неологічного наповнення медіасфери.

Для формування вибірки було використано дефініції з таких публіцистичних джерел, як англomовні видання *The Times*, *The Independent News*, *The Guardian* та словника новоутворень *Unwords.com*; українomовні видання «АрміяInform», «Варіанти», «Детектор медіа», «Освіторя», «Український Тиждень», «Суспільне Культура», «Телекритика», «Укрінформ» та «Читомо», а також із словника інновацій Ю. А. Зацного та А. В. Янкова «Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття», Словник онімів українських мас-медіа», Д. В. Дергач, «Словника журналіста», та «Словарь медиатерминов».

Для вибору матеріалу дослідження системно-структурних особливостей лексичної семантики, застосовано мовний критерій, а саме віднесено слова, які аналізуються, до однієї частини мови — іменника, що дало змогу визначити й описати їхню структуру та семантику [65]. Вибірка складається з реєстру 700 (сімсот) мовних неологічних одиниць медіасфери сучасної англійської та української мов.

Аналізуючи лексичну вибірку неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов крізь призму структурних характеристик, висвітлено значення словотворення у англійській та українській мовах. Також були розглянуті види способів словотворення, переважно морфологічний. Всі способи словотворення були розтлумачені та пояснені, а також було описано їх особливості використання [65].

Вибірку було класифіковано за способом творення, відповідно до обраних видів способів словотвору, таких, як: аббревіація, словоскладання, телескопія,

афіксація (префіксальний, суфіксальний, префіксально-суфіксальний спосіб), безафіксний спосіб (кореневі слова), основоскладання, комбінований спосіб та конверсія. Особливості кожного способу були описані та до кожного виду були підібрані приклади. Далі вибірку було проаналізовано із залученням елементів кількісних підрахунків, тобто надані абсолютна кількість та відсотки [65].

Аналізуючи лексичну вибірку неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов крізь призму семантичних характеристик, висвітлено значення та особливості семантики номінацій у англійській та українській мовах. Були розглянуті та висвітлені поняття лексичного значення слова. Далі було описано значення та функції семантими. Висвітлено феномен лексико-семантичної системи, описано функціональне значення лексико-семантичного поля. Потім було означено поняття лексико-семантичної групи, функції та її формування, а також описана характеристика функціональних особливостей лексико-тематичної групи. З'ясовано поняття та значення лексико-тематичного поля, його формування та особливості. Було з'ясовано різницю між лексико-семантичною групою та лексико-тематичною групою, особливості їх використання [65].

Далі лексична вибірка неологізмів медіасфери в сучасній англійській та українській мовах реєстром у 700 одиниць було проаналізовано та розподілено на лексико-тематичні групи відповідно до лексико-тематичного принципу. Шляхом лексико-тематичного аналізу було виокремлено 55 (31 в англійській та 24 в українській) лексико-тематичних груп: ЛТГ «Неологізми інтернет-листування», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Номінації негативних емоцій-реакцій»; ЛТПГ «Методи листування з інтернет-користувачами»; ЛТПГ «Номінації онлайн-тексту»; ЛТПГ «Номінації позитивних емоцій-реакцій»; ЛТПГ «Види онлайн-текстування»; ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»; ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування» до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з негативною конотацією»; ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з позитивною конотацією»; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з негативною конотацією»; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з позитивною конотацією»; ЛТГ «Номінації

пов'язані з епідемією коронавірусу»; ЛТГ «Неологізми сфери реклами», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Рекламні процеси»; ЛТПГ «Види реклами»; ЛТГ «Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації»; ЛТПГ «Неологізми сфери журналістики», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Види/жанри медіа-журналістики»; ЛТПГ «Явища медіа-журналістики»; ЛТПГ «Медіазасоби сфери журналістики»; ЛТПГ «Назви професій в сфері журналістики»; ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»; ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»; ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Методи ведення соц.мереж з негативною конотацією»; ЛТПГ «Інтернет-хештеги»; ЛТПГ «Варіації відносин у соц.мережах»; ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі»; ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»; ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища»; ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій»; ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи»; ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Позитивно-конотативні номінації користувачів блогу»; ЛТПГ «Негативно-конотативні номінації користувачів блогу»; ЛТПГ «Номінації нових користувачів блогу»; ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу»; ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Професії в сфері інформаційних технологій»; ЛТПГ «Явища та процеси в сфері ІТ»; ЛТГ «Рекламні засоби»; ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»; ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ»; ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»; ЛТГ «Неологізми сфери телебачення», до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Телевізійні явища/засоби передачі інформації»; ЛТПГ «Засоби мовленнєвого відтворення інформації»; ЛТПГ «Телевізійні процеси відтворення інформації»; ЛТГ «Номінації на позначення сукупльних тенденцій та явищ»; ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»»; ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»; ЛТГ «Жанри та види медіаторів»; ЛТГ «Найменування користувачів соц.мережі»; ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали»; ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації»; ЛТГ «Номінації на позначення видів страху»; ЛТГ «Часові одиниці та періоди»; ЛТГ «Неологізми сфери

маркетингу»; ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom»; ЛТГ «Неологізми кіномистецтва»; ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації»; ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів»; ЛТГ «Номінації на позначення професій»; ЛТГ «Жанри блогу»; ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»; ЛТГ «Жанри та види медіаторів»; ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення»; ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»; ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць»; ЛТГ «Неологізми сфери ІТ»; ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання»; ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією»; ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі»; ЛТГ «Неологізми музичної сфери»; ЛТГ «Неологізми музичної сфери»; ЛТГ «Види інтернет-з'єднання»; ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»; ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»; ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»; ЛТГ «Неологізми в сфері релігії».

Отже, у межах чинного підрозділу висвітлено значення семантики як розділу мовознавства, що вивчає значення слів і їх складових частин, словосполучень і фразеологізмів. Також було розтлумачено поняття та функції семантики, лексико-семантичної системи, семантичні поля, лексико-семантичної групи, лексико-тематичного поля. В межах семантичного аналізу вибірку поділено на 55 (31 в англійській та 24 в українській) лексико-тематичних груп, які поєднані спільними тематичними зв'язками. У результаті аналізу виявлено, що лексико-тематичні групи, які відносяться до сфери інтернету та політичної сфери, превалюють, а найменш розповсюдженою є лексико-тематична група неологізмів сфери релігії. Після цього було окреслено результати дослідження структурних і семантичних характеристик лексичних неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах.

Також у межах чинного підрозділу зазначено методи дослідження структурних та семантичних характеристик лексичних неологізмів медіасфери в сучасній англійській та українській мовах у зіставному аспекті, їх детальний опис та покроковий виклад їх застосування.

Висновки до розділу 1

1) Активне утворення нових лексем в різних сферах життя змінює світогляд людей та впливає на їх думку, при цьому створює новий лексичний фонд мови, розвиває та збагачує набутий лексичний фонд зміною значень номінацій, запозиченням або ж іншими словотвірними способами. Новоутворення з'являється, активно використовується носіями мови у спілкуванні, з часом призвичаюється і переходить у повсякденний узус. Основним чинником, що сприяє появі новоутворень, виступає значне послаблення цензури, що звільнило від підпорядкування та надало змогу вільно висловлювати свої погляди й думки через радіо, телебачення, газети, журнали, Інтернет-платформи.

2) Системний підхід до вивчення лексичного фонду мови є провідним та найбільш дієвим. В основі цього підходу лежить взаємозв'язок між словами, які належать до спільного поля значення. Поле є інвентарем семантичних частин, пов'язаних між собою особливим, індивідуальним чином. Лексико-семантичні аспекти мають поняттєву спільність і виконують у мові єдину функцію. Лексико-семантичне поле об'єднує однорідні і різнорідні сегменти та утворюється із складових частин, яких має бути не менше двох. Системний підхід є дотичним до різних рівнів мови, тому контекст відіграє головну роль у вивченні лексики на текстуальному рівні.

3) Сучасні різновиди медіа ресурсів прогресують та набувають ширшого використання з кожним роком все більше і більше, що зумовлено розвитком інформаційних технологій. Аналізуючи інформаційний узус США та Великої Британії, доцільно зазначити, що країни мають розвинене інформаційне забезпечення носіїв мови. В Україні провідним видом ЗМІ є інтернет-простір, який набув великої популярності в останні роки.

У зв'язку із повномасштабним вторгненням Російської Федерації на територію України діяльність масмедіа усіх країн була спрямована на висвітлення актуальної інформації. Головним американським джерелом інформації про події в Україні є Інститут вивчення війни, у той час як служба

BBC – основний новинний медіа-ресурс для британського суспільства. В Україні був створений телемарафон для покращення інформаційної обізнаності громадян.

4) На сучасному етапі провідним аспектом медіасфери є інтернет-простір, розвиток та популяризація якого призвела до появи нової лексики, яка активно використовується носіями і тим самим набуває глобального значення. Поява та розвинення інтернет-комунікації надало змогу висловлювати власну думку щодо подій. Змога висвітлювати інформацію привернула увагу багатьох людей, а особливо молоді. Інтернет-інтеграція допомогла суспільству покращити рівень інформаційної обізнаності та комунікації.

Стрімко поширюється і популяризується в медіапросторі жанр мікроблогу та розвивається молодіжне інтернет-мовлення. Англійськомовні та українськомовні ЗМІ, особливо телебачення та інтернет-видання, активно поповнюють мову воєнними та політичними неологізмами. Причиною цієї тенденції стала Російська збройна агресія проти України, яка почалася 24 лютого, 2022 року.

5) Неологічна лексична площина англійської та української медіасфер, як і будь-яка інша система номінацій, включає словникові реалії, які мають свою форму вираження та зміст. Ця система не може розглядатися роздільно, тому її доцільно аналізувати як органічно-поєднаний елемент системи мови. Для з'ясування подібностей та відмінностей студійованих мов, доцільно використовувати зіставний метод, який являє собою сукупність прийомів дослідження й опису мови через її впорядковане порівняння з іншою мовою з метою виявлення її своєрідності.

Для аналізу та порівняння структурних та семантичних особливостей лексичної площини неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов було використано: метод непрямої (несуцільної) вибірки, метод словотвірного аналізу, метод компонентного аналізу дефініцій, елементи кількісного методу, метод лінгвістичного опису та зіставний метод.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНІ АСПЕКТИ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

2.1 Телескопія

Сьогодні сфера медіа є дотичною до усіх видів людської життєдіяльності і, як наслідок, є продуктивним джерелом нових лексичних номінацій, що формуються за допомогою різних способів словотворення [65].

Словотвір, або дериватологія – розділ мовознавства, присвячений вивченню способів та засобів творення слів, який має на меті студіювання усього арсеналу словотвірних засобів, словотвірних типів та наявних словотвірних моделей [4, с. 32].

Найбільш тісний зв'язок зі словотвором мають такі лінгвістичні дисципліни, як морфеміка та лексикологія. Морфемний аналіз використовується для розкриття внутрішньої будови слова, виявлення організації значущих частин та з'ясування значення кожної з них [4, с. 38].

Зазвичай до морфологічних способів словотворення відносять такі способи, як: творення простих слів, які продукуються за допомогою афіксальних морфем, творення складних і складноскорочених слів, що, своєю чергою, поділяються на афіксальні, основоскладання, аббревіацію, конверсію, телескопію та інші [15, с. 13].

Процес телескопії виражається утворенням нового слова, під час якого до повної основи слова додається скорочена основа іншого слова, або відбувається злиття двох скорочених основ. Значення такого новотвору зазвичай містить об'єднане значення обох своїх складників [64, с. 12].

На думку Ю. А. Зацного, неологізми, утворені за способом телескопії, набули останнім часом надзвичайної популярності у сучасній англійській мові, адже відсоток неологізмів-телескопізмів за останні десятиріччя виріс до 20%. Такий вид словотворення вважається домінантним для утворення англійських неологізмів [34, с. 24].

Аналізуючи цей вид словотворення, доцільно навести приклади:

1. Скорочена основа іменника плюс основа іменника, або складання двох скорочених основ іменників [65]:

techno + media = technology + media 'техномедіа';
tele + puter = television + computer 'телекомп'ютер';
tw + infancy = twitter + infancy 'новачок';
twitter + cide = twitter + suicide 'видалення';
sp + log = spam + blog 'сплог';
bride + zilla = bride + godzilla 'звідник';
bene + friend = benefit + friend 'вигідний друг';
cell + friend = cellphone + friend 'мобільний друг';
c + apostrophe = catastrophe + apostrophe 'використання жахливої пунктуації';
docu + phobia = documents + phobia 'страх документів';
tele + crastination = telephone + procrastination 'телескрати́нація';
fri + enemy = friend + enemy 'псевдодруг';
gi + raffiti = giraffe + graffiti 'журафа́імі';
humo + graphy = humour + graphy 'весела і́сторія';
man + imal = man + animal 'людина-тварина';
tele + viewer = television + viewer 'телеглядач';
l + inner = lunch + dinner 'ланч +вчєря';
l + upper = lunch + supper 'ланч +вчєря';
commu + capitalist = communist + capitalist 'полі́тична принале́жність';
communi + fication = beautification + communication 'покра́щення розмови';
cow + versation = cow + conversation 'заста́ріла тема'.

2. Основа дієслова плюс скорочена основа іменника [65]:

stay + cation = stay + vacation 'відпочинок вдо́ма';
spend + orphin = spend + endorphin 'спендо́рфін';
sp + yawn = speak + yawn 'говори́ти і по́зіхати одночасно';
ignorement = ignore + movement 'ігно́р';
spell + ilepsy = spell + epilepsy 'спеліле́псі'.

3. Скорочена основа прикметника плюс основа іменника, або скорочена основа прикметника плюс скорочена основа іменника [65]:

dre + advertisement = dread + advertisement 'нечесна реклама'

anticillation = anticipated + stimulation 'емоція захоплення';

last + erday = last + yesterday 'вчора';

f + ibliography = fictional + bibliography 'неправдива бібліографія';

fictio + nary = fictional + dictionary 'фейковий словник'.

Українська мова також багата на телескопізми, наприклад:

1. Скорочена основа іменника плюс основа іменника, або складання двох скорочених основ іменників [65]:

теле + міст = телебачення + міст;

в + лог = відео + блог;

теле + присутність = телебачення + присутність;

ай + повідомлення = айфон + повідомлення;

камбер + фан = Камбербетч + фанат;

фан + група = група + фанати;

фіш + маркетинг = фішинг + маркетинг;

хітс + ивня = хітс + гривня;

путлер + нет = путлер + інтернет;

ковідо + номіка = ковід + економіка;

зе + президент = Зеленський + президент

ков + ідіот = ковід + ідіот;

дезінфо + демія = дезінформація + епідемія;

коро + нойя = коронавірус + параноя;

каранти + кули = карантин + канікули;

ко + відео = ковід + відео.

2. Основа дієслова плюс скорочена основа іменника [65]:

кнопко + дав = давити + кнопка;

грошо + роб = робити + гроші;

україно + жер = Україна + жертви.

3. Скорочена основа прикметника плюс скорочена основа іменника [65]:

інфо + демія = інформація + епідемія;

тер + раша = терорестична + раша;

інфо + манія = інформаційна + манія.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові телескопія є найбільш продуктивним морфологічним способом творення неологізмів сфери медіа та складає 149 одиниць (43%), наприклад: *broath, bridezilla, twintern, addadictomy, advomentary, agaiinda, agreeance, alcoholologic, alcolean, alcoholic, americanese, benefriend, blaccent, blarg, bulshvic, capostrophe, cellfriend, comedicide, commucapitalist, communification, convercide, corporashun, covfefe, twirgin, teleputer, commentariat, twewbie, twittercide, celebtwit, bulltwitter, televiewer, blogebrity, splog, englishification, fauxfile, faxole, femail, fidiot, googru, conversiovie та інші*. Натомість, в українській мові телескопія є менш продуктивним способом творення слів, займає четверте місце та складає 32 одиниці (9%), наприклад: *україножер, грошороб, прем'єріада, кнопкодав, рона, укри, антивакс, інфодемія, путлерюгенд, хітсивня, терраша, путлернет, каранте, ковідіот, ковідономіка, зепрезидент, короноія, карантикули, нетикет, смартмоб, хітсивня та інші*.

2.2 Афіксація

Одним із продуктивних способів словотвору, який є зазвичай також ефективним і в англійській мові, і в українській мові, є афіксальний спосіб [65].

Цей спосіб словотворення досліджується найчастіше з-поміж інших на матеріалі різних мов, адже в афіксальному словотворенні зміни семантичного значення, які виникають в процесі продукування нового слова, виражені і безпосередньо пов'язані із додаванням до похідних основи формотвірних афіксів [4, с. 44].

Першим для аналізу є такий спосіб словотворення, як суфіксація. Утворення похідних слів за допомогою суфіксів є найбільш продуктивним із засобів афіксальної деривації в сучасній англійській мові медіа [65].

Дослідження типової структури суфіксальних дериватів передбачає виявлення основних одиниць системи словотвору, таких, як твірна основа і дериваційний суфікс [4, с. 47].

Для висвітлення цього способу словотворення, доцільно навести такі приклади використання суфіксів в англійській мові (46 од., 13 %):

1. Суфікс *-er*. Цей суфікс використовується для утворення іменників від дієслів. Іменник з таким закінченням характеризує або прилад, який виконує дію, або персону, яка виконує цю дію [65].

Наприклад:

splogg + er 'сплогер';
cyberthrill + er 'кібертрилер';
attwack + er 'цькувальник';
twam + er 'скандаліст';
ebanipp + er 'інтернет-покупець';
bous + er 'боузер';
iconoblast + er 'бунтар';
outsourcer + er 'пропагандист аутсорсингу';
clickling + er 'кліклінгер';
bleat + er 'книголюб'.

2. Суфікс *-ing* утворює іменник від дієслова, наприклад:

lesbertiz + ing 'лезбертайзинг';
tuckrak + ing 'полювання за сенсаціями';
applicat + ing 'прийом заявки';
geobragg + ing 'соц. медіа статус';
sext + ing 'текстування сексуального характеру'.

3. Суфікс *-tion* сприяє утворенню іменника від дієслова та означає стан, дію або результат [65]. Наприклад:

digitaliza + tion 'цифровізація';
virtualiza + tion 'віртуалізація';
serializa + tion 'серіал, за мотивами роману';
anaser + tion 'ходіння перед телевізором';

tabloidiza + tion 'таблоїдизація';

connota + tion 'конотація';

gallivanta + tion 'відчуття позитиву перед поїздкою';

ghastipa + tion 'відчуття приголомшення';

illitera + tion 'ілітерація';

pairifica + tion 'об'єднання ідей\об'єктів і тд.';

snigletiza + tion 'процес сніглетизації';

dyslec + tion 'провальні вибори'.

4. Суфікс *-ment* позначає дію або результат дії [65]. Наприклад:

endorse + ment 'реклама за участі заангажованості';

abuse + ment 'образлива розвага';

advertise + ment 'сексуальна реклама';

ambula + ment 'страх сирени';

enterstain + ment 'моторошна розвага'.

5. Суфікс *-ity (-ty)* виражає значення абстрактних ознак, властивостей, якостей та станів [65]. Наприклад:

digiochr + ity 'цифровізація';

awesomn + ity 'стан\ почуття прекрасності';

funn + ity 'забава';

ideal + ity 'ідеальність';

anchor + ity 'кінцеве рішення'.

6. Суфікс *-ism* використовується як продуктивний суфікс при формуванні іменників, що позначають дію чи практику, стан, принципи, доктрини, використання чи характеристику, відданість чи прихильність тощо [65]:

bush + ism 'бушизм';

sniglet + ism 'слово-сніглетизм';

gibbon + ism 'гібонізм';

heroic + ism 'недогероїзм'.

7. Суфікс *-ist* позначає особу, яка вивчає або практикує певну дисципліну [65]. Наприклад:

accident + ist 'поганий дантист';

alarmis + ist 'панікер';

erro + rist 'той, хто робить помилки';

sniglet + ist 'той, хто утворює сніглету';

solan + ist 'чоловіко-ненависниця'.

Також, для висвітлення цього способу словотворення, доцільно навести такі приклади використання суфіксів і в українській мові:

1. Суфікс *-er*. Іменник з таким закінченням характеризує або прилад, який виконує дію, або персону, яка виконує цю дію [65]. Наприклад:

драйв + er 'особа чи явище, яке запускає, прискорює, визначає напрям певного суспільного процесу';

пранк + er 'той хто займається телефонним хуліганством, телефонним розіграшем';

інфлюенс + er 'людина, яка впливає на думки і погляди суспільства через соціальні мережі';

девелоп + er 'розробник програмного забезпечення';

хедхант + er 'займається пошуком і переманювання в компанію замовника топ-менеджерів і керівників вищої ланки';

інфóрм + er 'виконаний у текстовому, графічному або комбінованому вигляді блок на веб-сайті';

кіберпрофайл + er 'фахівець, який, оволодівши кваліфікаціями психолога, комп'ютерника та детектива, займається розкриттям кіберзлочинів';

хедлайн + er 'найбільш відомий учасник заходу';

спічрайт + er 'людина, яка готує доповіді для промови';

ньюсмейк + er 'людина, чи організація, діяльність якої передбачає публічність і становить постійний значний інтерес для ЗМІ'.

2. Суфікс *-ець*. Для утворення назв людей за ознакою їхньої діяльності, місцем роботи, фахом [65].

ударів + ець 'депутати партії «удар»';

натів + ець 'людина, яка не дотримується своїх обіцянок';

путлеров + ець 'російський окупант';

бізнесов + ець 'приватний підприємець';

опоблоків + ець ‘депутати опозиційної партії’.

3. Суфікс *-ація*, на позначення дій та процесів [65]:

аутентифік + ація ‘методика встановлення автентичності’;

персевер + ація ‘механічне заповнення мовцем пауз’;

фасцин + ація ‘вплив на волю та уяву слухача з метою психологічного підкорення’;

дигіталіз + ація ‘перетворення інформації в цифрову форму’;

телекомінк + ація ‘спосіб передачі інформації’;

колабор + ація ‘творча співпраця для реалізації

певного проекту в галузі економіки, науки, культури, мистецтва; зрада національних інтересів’;

медіатиз + ація ‘процес і результат глобального впливу медіаресурсів’.

Наступні способи, які відносяться до афіксального способу творення слів – префіксальний (в українській мові – 11 од., 3%) і префіксально-суфіксальний (в англійській мові – 37 од., 11%, в українській – 12 од., 4%). Ці способи сприяють модифікації основи слова, до якої приєднується префікс, або префікс та суфікс [4, с. 53].

1. Префікс *cyber-* має значення належності до інтернету та комп’ютерної сфери [65]:

cyber + journalism ‘кібержурналістика’;

cyber + thriller ‘кібертрилер’.

2. Префікс *cyber-* та суфікс *-ing*:

cyberbully + ing ‘кіберзалякування’

cyberstalk + ing ‘кібермоніторинг’.

3. Префікс *міні-* має значення зменшеного, мінімізованого [65]:

міні + огляд ‘особливий тип форматування інформаційного матеріалу’;

міні + рецензія ‘інформаційний жанр, який синонімізовано з оцінною заміткою щодо конкретної події чи інформаційного явища’.

4. Префікс *де-* та суфікс *-ація*:

де + міністифік + ація ‘право кожного на реінтерпретацію будь-яких інформаційних матеріалів’;

de + олігархіз + ація 'усунення від влади олігархічної системи'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її конституують, встановлено, що в англійській мові афіксація є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним, ніж телескопія), займає друге місце та складає 83 одиниці (24%), наприклад: *abusement, accidentist, geobragging, errorist, advertesement, alarmisist, tabloidization, ebanipper, splogger, virtualization, daggum, enterstainment, iconoblaster, lesbertizing, dyslection, bifocalitis, bleater, bouser, bumgavitis, bushism, digiocrity, cyberjournalism, cyberthriller, hyperdocumentation, cyberstalking, scrapper, shazwazzer, shitness* та інші. Натомість, в українській мові афіксація є найбільш продуктивним способом творення слів, займає перше місце та складає 109 одиниць (31%), наприклад: *горище, графогенератор, іміджелогія, телекомінкація, гуглення, пранкер, прихватизатор, непідписант, азовець, ударівець, опоблоківець, тушка, піаніст, ватник, драйвер, європейськість, мітник, плотист, медіалогія, мініюгляд, мінірецензія, підстиль, деміністифікація* та інші.

2.3 Безафіксний спосіб творення слів

Наступний спосіб словотворення лексичного наповнення медіа середовища в англійській та українській мовах – група кореневих морфем, або безафіксний спосіб [65].

Цей спосіб полягає у творенні слова за допомогою кореневої морфеми, тобто усічення або скорочення твірного слова. Слова, утворені за цим способом, самостійні та можуть слугувати для утворення більш складних слів [31, с. 56].

Безафіксний спосіб творення слів є одним із продуктивних в англійській мові (46 од., 14%). Тому для висвітлення цього способу словотворення доцільно навести приклади:

blend 'друг-блогер';

aword 'приз на літературному змаганні';

bligeck ‘огида’;
noob ‘новачок’;
meh ‘вираження байдужості’;
spin ‘презентація’;
jolt ‘потрясіння’;
bias ‘упередженість’;
flak ‘натиск’;
scrith ‘вузькі шматки паперу’;
siris ‘акторка-спокусниця’;
gack ‘відчуття болю’;
gah ‘емоція розчарування’;
garg ‘вияв злості’;
eripa ‘уявна оцінка подій’;
Jesi ‘Ісуси’;
latien ‘псевдозла людина’;
prunk ‘незрозуміле слово’;
cadudo що ‘небудь’;
der ‘збентеження’;
gnilleps ‘неправильно вимовлене слово’.

В українській мові при використанні безафіксного способу розрізняють два типи утворених слів [31, с. 56]:

1. похідні слова, що були утворені від прикметників і дієприкметників;
2. похідні слова, що були утворені від дієслів.

Приклади безафіксного способу в українській мові:

прилітати – *приліт* ‘влучання ворожої ракети чи снаряда у що-небудь’;
накрутити – *накрут* ‘характеризують маятникові настрої, чергування стану напруження, посилення тривоги, хвилювання’;
стібати – *стьоб* ‘іронічно-насмішкуватий стиль ведучих телепередач’.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її складають, встановлено, що в англійській мові безафіксний спосіб є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним, ніж телескопія та афіксація), займає третє місце та складає 46 одиниць (14%), наприклад: *aword, baboon, bitsipookem, bligeck, unagi, ack, cougar, spin, jolt, flak, gnilleps, dugit, schnibbel, scrith, shim, siris, skrilla, Smeed, boondongle, bozone, butterfickle, buzzack, cadudo, croma, dejaview, der, tizite, dribel, eripa, eufirstics, flake, gack, gah* та інші. Натомість, в українській мові безафіксний спосіб є малопродуктивним способом творення слів, займає сьоме місце та складає 10 одиниць (2,5%), наприклад: *діра, стьоб, Березіль, піксель, приліт, няша, укроп, орк, накрут, екзил*.

2.4 Основоскладання

Зазвичай в англійській та українській мовах основоскладання активно використовується для утворення нових слів. Основоскладання полягає у продукуванні нових слів за допомогою злиття двох або декількох основ, словформ чи їх скорочень. Складні слова мають тісний зв'язок із системою словосполучень, що і є основою їх творення [15, с. 28].

Аналізуючи цей вид словотворення, доцільно розглянути такі структури утворення складних слів:

1. Основа іменника плюс основа іменника в англійській мові [65]:

audio + blog 'аудіоблог';

wing + man 'друг, що допомагає знайти пару в інтернеті';

coma + text 'текст, що призводить до коми';

plot + hole 'недолуге місце в сюжеті';

fund + age 'гроші';

post + end 'миттєвий обмін повідомленнями';

tree + ware 'надрукована документація';

West + world "Світ Дикого Заходу";

sift + ware 'некорисні програми';

snark + attack 'вербальний напад';

neutron + peas 'нютроніз';

alpha + geek 'найбільш обізнана, технічно досвідчена людина';

mouse + curse 'злість через непопадання курсором';

dot + bomb 'інтернет-підприємство, приречене на провал';

dot + commie 'ультраліберальний антиамериканський блогер'.

Основа іменника плюс основа іменника в українській мові [65]:

баннер + о + показ 'фактичний показ (презентація) баннера';

відео + конференц + зв'язок 'телекомунікаційна технологія';

медіа + бізнес 'ведення ринкових відносин в медіаіндустрії';

медіа + канал 'засіб доставки (обміну) інформації (медіапродукту) до потенційної аудиторії';

медіа + карта 'схема мас-медійного ресурсу';

медіа + носій 'носій, що використовується для передачі інформації';

медіа + план 'документ, який передбачає певний розрахунок щодо забезпечення, наповнення інформаційного потоку';

медіа + прогноз 'інформація, попередньо передбачена засобами масової інформації';

медіа + продукт 'те, що виробляє медіа';

медіа + система 'комплекс медіаканалів, медіапродуктів і медіаносії';

радіо + чат 'чат, що використовується в радіомовленні'

байден + о + 'терапія промова джона байдена';

медіа + топіка 'актуальна тематика, проблематика засобів масової інформації, її окремих типів, жанрів';

хрон + о + лідерство 'спосіб організації робочого часу, за якого ти працюєш в той час доби, коли за своїми біоритмами почуваєшся найбільш бадьорим і працездатним';

медіа + вимірювання 'процес отримання даних про кількість, структуру медійної аудиторії, що надається в певному відрізку часу і місці';

нюз + група 'віртуальне об'єднання інформаційних (новинних) теле- та радіоканалів із нагоди якихось подій, великих конференцій, нарад, зборів';

корона + абсурд 'коли хтось поводитьсь безглуздо під час пандемії';

свин + о + собаки 'злочинні російські окупаційні війська, що вдерлися в Україну';

макарон + о + вірус 'масове закупівля макаронів';

гречк + о + хайп 'масова закупівля гречки';

маск + о + шок 'стан, якщо ти не можеш купити маску і намагаєшсядесь її в паніці знайти';

майдан + арбайтери 'люди, які за гроші брали участь у мітингах';

смартфон + о + зомбі 'людина, яка невідривно дивиться на дисплей свого девайса, не дивлячись, куди йде';

зум + о + залежність 'віддалений процес навчання за допомогою Zoom';

корона + фобія 'страх захворіти на COVID-19';

відео + екологія (video ecology) 'розділ духовної екології, в якому розглядаються основні принципи відеорепертуара'.

2. Основа прикметника плюс основа іменника, або основа прикметника плюс основа прикметника в англійській мові [65]:

bull + twitter 'брехун';

buzz + word 'жаргонне слово';

Goggle + box «Ящик»;

tangent + man 'лідер розмови';

tangent + woman 'лідерка розмови';

solip + sexual 'той, хто приваблює сам себе';

fuzz + word 'слово без сенсу';

foxy + moron 'красивий і тупий одночасно';

drunk + word 'слово, що пишуть при алкогольному сп'янінні'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в англійській мові основоскладання є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним, ніж телескопія, афіксація та безафіксний спосіб), займає четверте місце та складає 41 одиницю (12%), наприклад: *infomoron, aftercpal, wingman, dotbomb, dotcommie, dotcomword, drunkword, blogmaster, audioblog, Westworld, Gogglebox, Mythbusters, shemale, siftware, Skinemax, snarkattack, solipsexual, Tangentman, tangentwoman, alphageek, bushspeak, treeware* та інші.

Натомість, в українській мові основоскладання є більш продуктивним способом творення слів, займає третє місце та складає 54 одиниці (15%), наприклад: *медіабізнес, медіаграмотність, медіаканал, медіакарта, баннеропоказ, медіамистецтво, медіаносій, медіаплан, медіапланування, медіапрезентація, медіапрогноз, медіапродукт, медіасистема, медіатоніка, медіаформат, радіочат, владовершитель, золотобатонник, байденоотерапія, фейсбук, відеоекологія, медіавимірювання* та інші.

2.5 Аббревіація

П'ятим способом словотвору морфологічного аналізу цього дослідження є спосіб аббревіації. Цей спосіб полягає у використанні перших літер, або звуків словосполучення для продукування нового слова. У результаті такого способу, кожна буква чи звук новотворення виражаються окремо [15, с. 21].

Відповідно до виду твірних компонентів розрізняють два основні типи аббревіатур [15, с. 21]:

- Звуковий, коли нове слово утворюється з початкових звуків твірних слів;
- Літерний, коли нове слово утворюється з початкових літер твірних слів.

Аналізуючи цей спосіб, доцільно навести приклади з лексичної вибірки цього дослідження в англійській мові:

1. Звуковий вид аббревіатур:

Slotus – second lady of the United States ‘друга леді США’;

BAV – Bad Action Video ‘відео низької якості’;

SKOS – a special kind of stupid ‘людина без здорового глузду; це особливий вид дурнів’;

*FUBAR – F*ed Up Beyond All Recognition* ‘втілення всього неправильного’;

GOL – giggle out loud ‘голосно реготати’.

2. Літерний вид аббревіатур:

BBC – British Broadcast Corporation ‘Британська трансляційна Корпорація’;

GPRS – General Packet Radio Service ‘Пакетний радіозв’язок загального користування’;

QI – Quite interesting “Вельми цікаво” ;

UBD – User Brain Damage ‘аббревіатура, яка використовується для закриття звітів про проблеми, створених через непорозуміння неосвіченого користувача’;

FCDVD – Floppy Compact Digital Versatile Disk ‘компактний гнучкий диск’ ;

EGGS – Electronically Generated Groups and Situations ‘Електронно сформовані групи та ситуації’;

FLK – Funny Looking Kid ‘дитина, що виглядає кумедно’.

Неологізми, утворені способом аббревіації, також не є виключенням і в українській мові, наприклад:

1. Звуковий вид аббревіатур:

АДЛІБ – експромт, імпровізація ведучого на радіо;

ЄПРА – Європейська платформа регуляторних органів у сфері телерадіомовлення;

EOR (electronic educational resource) – інформаційний освітній ресурс;

БІ-БІ-СІ (BBC) – британська телерадіомовна корпорація;

Ем-ті-ві (MTV) – український музикальний телеканал;

2. Літерний вид аббревіатур:

ІКТ (Information & communication technologies) – сукупність методів і засобів збору, обробки, зберігання і розповсюдження звуковий, графічної, текстової та цифрової інформації в інтересах користувачів;

ЛНР – ‘фіктивне квазідержавне терористичне утворення, самоназва маріонеткового режиму, встановленого Російською Федерацією на окупованій нею території окремих районів Луганської області України’;

ДНР – ‘терористичне квазідержавне утворення, самоназва маріонеткового режиму, встановленого Російською Федерацією на окупованій нею території окремих районів Донецької області України’;

ППО – ‘протипутінська оборона’;

ГКС – ‘генератор кольорових смуг’

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її конституують, встановлено, що в англійській мові аббревіація є малопродуктивним морфологічним способом творення, займає п’яте місце та складає 10 одиниць (2,5%), наприклад: *BAV, EGGS, QI, FLK, SKOS, Slotus, FCDVD, FUBAR, GOL, UBD*. Так само як і в англійській мові, в українській аббревіація є мало продуктивним способом творення слів, займає восьме місце та складає 10 одиниць (2,5%), наприклад: *АДЛІБ, ЄПРА, БІ-БІ-СІ, Ем-ті-ві, ЕОР, ІКТ, ГКС, ЛНР, ДНР, ППО*.

2.6 Комбінований спосіб творення

Наступний спосіб словотворення в межах чинного етапу аналізу – комбінований. Комбінований спосіб словотворення – це поєднання декількох морфологічних способів для утворення складних слів від більш простих твірних слів [65].

Для висвітлення цього способу словотворення доцільно навести приклади з англійськомовного фактичного матеріалу представленого дослідження:

1. Основоскладання плюс суфіксація [65]:

blame + storm + ing ‘метод колективного пошуку винного у помилці’;

ego + surf + er ‘той, хто постійно гуглить своє ім’я’;

crowd + fund + ing ‘збір коштів’;

data + cast + ing ‘розповсюдження даних’;

bollock + mong + er 'дурник';

holly + mong + er 'холімонгер';

flash + mental + ist 'фанат програмування';

marco + polo + dotcom + ist 'той, хто хаотично вводить адреси сайтів'.

Також доцільно навести приклади комбінованого способу творення в українській мові:

1. Основоскладання плюс суфіксація [65]:

media + корпор + ація 'об'єднання кількох медіаканалів';

фіш + маркет + инг 'метод, за допомогою якого продавці складають електронну пошту чи інші повідомлення таким чином, що, здається, продають товар однієї компанії, коли в дусі фішинг-шахрайства його URL-адреси або QR-коди або інші директори відправляють клієнта до місця продажу абсолютно інший товар чи послуга іншої компанії';

україн + о + зневаж + ець 'людина, яка зневажає Україну';

україн + о + ненавис + ник 'людина, яка ненавидить Україну';

івент + менедж + ер 'професіонал, який займається організацією ділових, спортивних та розважальних заходів для різних компаній';

гугл + о + мовець 'мовець, який черпає інформацію з гугла';

біл + о + брат + чик 'член релігійної секти "Біле братство"';

media + лінгвіст + ика 'нова міжгалузева гуманітарна дисципліна, яка займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її конституують, встановлено, що в англійській мові комбінований спосіб творення є мало продуктивним морфологічним способом творення, займає шосте місце та складає 7 одиниць (2%), наприклад: *blamestorming*, *egosurfer*, *datacasting*, *marcopolodotcomist*, *bollockmonger*, *teleflector*, *hollymonger*. Так само як і в англійській мові, в українській комбінований спосіб творення є мало продуктивним способом творення слів (але більш продуктивним ніж в

англійській мові), займає шосте місце та складає 11 одиниць (3%), наприклад: *медіакорпорація, фішмаркетинг, медіалінгвістика, коронастрижка, жидобандерівці, українозневажець, україноненависник, івентменеджер, гугломовець, медфлюенсер, білобратчик.*

2.7 Словоскладання

У контексті такого способу словотворення, як словоскладання, відбувається продукування нових слів за допомогою поєднання кількох слів або словоформ. Цей вид словотвору відображає специфіку мови, тому що з-поміж загальних рис досліджуваної мови є і національні риси, характерні лише для цієї мови, що і становить відмінність між мовами [15, с. 21].

А.П.Загнітко вважає, що складання (словоскладання) є безафіксним способом словотвору, за якого твірними формантами виступають стійкий порядок компонентів і тенденція до єдиного наголосу [124, т. 3].

При використанні словоскладання складені слова, або композити, утворюються [124, т. 3]:

- а) шляхом об'єднання самостійних повнозначних слів без допомоги інтерфікса (словоскладання);
- б) через поєднання двох або більше основ із самостійним повнозначним словом (власне-складання);
- в) через поєднання самостійного слова з певним незмінюваним інтернаціональним зв'язаним компонентом.

Для висвітлення цього способу словотворення доцільно навести приклади:

1. Об'єднання самостійних повнозначних слів без допомоги інтерфікса в англійській мові [65]:

shit-ton 'дуже багато';

ego-out 'знання які втрачаються після смерті';

cappuslockus = *cappus* + *lockus* 'капуслокус';

sloppywords = *sloppy* + *words* 'неправильно записані слова в словнику';

nerdhero = *nerd* + *hero* 'герой-ботанік'.

Приклади словоскладання в українській мові:

1. Об'єднання самостійних повнозначних слів без допомоги інтерфікса в українській мові [65]:

бінго-карта 'розділ у виданні, що містить рекламу товару';

кукі-файл 'невеликі за обсягом файли, які зберігають інформацію та реєстрацію та вподобання користувача';

прес-кіт 'добірка цікавих для преси різножанрових текстів';

бліц-портрет 'інформаційний жанр медіа, що містить короткі відомості про людину з метою ознайомлення аудиторії з нею чи поглиблення фонових знань про неї';

крос-промоушн 'перехресне просування медіакомпанії, коли дві або більше медіакомпаній реалізують спільні програми, спрямовані на стимулювання збуту медіапродукції або підвищення обізнаності з ними';

правка-вчитка 'останній етап роботи над медійним текстом, що передує публікації твору';

правка-обробка 'спеціальний вид медійної правки, коли концептуально визначається необхідність інформації, що вимагає втручання редактора в композицію та мову тексту';

бліц-портрет 'інформаційний жанр медіа, що містить короткі відомості про людину з метою ознайомлення аудиторії з нею чи поглиблення фонових знань про неї';

інтерв'ю-факт 'різновид аналітичного інтерв'ю, в якому на перший план виходить інформація про фактаж, цифри та статистику щодо конкретного питання';

ехо-фраза 'вираз, що стоїть в кінці текстового рекламного звернення, яке повторює заголовок або основну тему звернення; ударна фраза тексту, що коментує та уточнює слоган';

тіток-війська 'війська кадировців, які викладали в соцмережах чимало "переможних" відео та світлин, але в реальній бій їти боялися';

русо-нацисто 'російські нацисти';

IT-армія 'спільнота українських IT-спеціалістів, що працюють для нейтралізації ворога в кіберпросторі під час російського вторгнення в Україну';

цигани-привиди 'українські цигани, які роззброюють окупантів';

шайтан-труба 'FGM-148 «Джавелін»';

прес-кліпінг 'відстеження й аналіз інформації, що з'являється в медіапросторі';

фраза-скріпа 'особливий елемент медіакомпозиції, який забезпечує внутрішній зв'язок підтем, абзаців та є смисловою ланкою, що сполучає частини тексту';

хард-ньюз 'об'єктивна інформація; новини, що підтверджуються відеокадрамию';

хедлайн-ньюз 'екстрені новини, сенсаційне повідомлення'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її конституують, встановлено, що в англійській мові словоскладання є мало продуктивним морфологічним способом творення, займає сьоме місце та складає 5 одиниць (1,5%), наприклад: *cappuslockus*, *shit-ton*, *sloppywords*, *ego-out*, *nerdhero*. На відміну від англійської мови, в українській словоскладання є більш продуктивним способом творення слів, займає п'яте місце та складає 30 одиниць (8,5%), наприклад: *ТБ- метр*, *бул-марк*, *бінго-карта*, *кукі-файл*, *прес-кіт*, *пуш-засоби*, *правка-вичитка*, *бліц-портрет*, *крос-промоушн*, *правка-обробка*, *веб-реклама*, *правка-скорочення*, *прес-кліпінг*, *фраза-скріпа*, *хард-ньюз*, *хедлайн-ньюз* та інші.

2.8 Конверсія

Також, аналізуючи лексичний склад новотворів медіа-площини крізь призму структурних особливостей, доцільно висвітлити ще один спосіб словотвору – конверсія [65].

Цей спосіб є типовим для англійської та української мов, однак частково продуктивним. Тож, конверсія – це спосіб словотворення, при якому

продукування нового слова відбувається без зміни основної форми похідного слова, без використання будь-яких словотвірних засобів, тобто застосовуючи перехід основної форми слова в іншу парадигму [31, с. 52].

Продуктивність цього способу полягає у тому, що англійська мова має аналітичну структуру та містить велику кількість однокладових слів. Процес використання цього способу полягає у деривації за допомогою нульової морфеми. Конверсія – морфологічна операція, за допомогою якої утворюються нові лексеми, яким властиві фонологічна форма, семантична місткість та морфосинтаксична категорія. Новотвори, що з'являються за допомогою цього способу, є контекстуальні, тобто їх тлумачення визначається, відповідно до контексту, у якому вони використовуються [21, с. 52].

Для висвітлення цього способу словотворення доцільно навести такі приклади:

to contradict ‘сперечатися’ – *contradict* ‘забіяка’;

to feed ‘годувати’ – *feed* ‘транслявання’.

Приклади конверсії в українськомовному фактичному матеріалі у межах цього дослідження:

імпровізувати ‘дієсл.’ – *імпровіза* ‘ім.’;

Тітушка ‘вл. ім’я’ – *тітушка* ‘заг. ім.’;

Петросян ‘вл. ім’я’ – *петросян* ‘заг. ім’.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові конверсія є найменш продуктивним морфологічним способом творення, займає восьме місце та складає 3 одиниці (1%), наприклад: *contradick*, *feed*, *blend*. Так само як і в англійській мові, в українській конверсія є найменш продуктивним способом творення слів, займає 8 місце та складає 2 одиниці (0,5%), наприклад: *імпровіза*, *петросян*.

2.9 Запозичення

Останній спосіб словотвору в сучасних англійській та українській мовах – запозичення. Таке явище, як запозичення, являється результатом активних

економічних, виробничих, культурних, політичних контактів англійськомовних чи українськомовних комунікативних спільнот з іншими народами та культурами. Запозичення як спосіб словотворення розширює і збагачує словниковий склад мови. В українській мові новоутворення, що формуються за допомогою запозичення, складають орієнтовно 10 відсотків лексики [124, т. 3].

Такі слова підпорядковані фонетичним, граматичним і словотвірним нормам мови-реципієнта, лише інколи запозичені лексеми залишаються незасвоєними. Зловживання словами, утвореними за допомогою запозичення, їх активне використання зумовлює засмічення літературної мови. Попри це повне уникання вжитку таких слів властиве максимальному вияву пуризму [124, т. 3].

Аналізуючи цей вид словотворення, доцільно навести приклади з української мови:

апгрейдинг ‘термін, що позначає істотну зміну інформаційних технологій’;

шейдинг ‘відеоефект, що полягає у поступовому затемненні’;

бампер ‘музична чи рекламна вставка’;

бекграундер ‘інформація у ЗМІ, що не є сенсацією’;

гармонайзер ‘пристрій для обробки звукового запису’;

просьюмер ‘той, хто однозначно виробляє та споживає медіатексти’;

чаттер ‘засіб обміну повідомленнями з комп’ютерної мережі’;

євроньюз;

ай-стопер ‘знак, який використовується у рекламі’.

аутсорсинг ‘здатність організації вирішати проблеми’.

ньюзрум ‘відділ у редакції де створюються та опрацьовуються новини’;

ньюзлетер ‘корпоративне періодичне видання, що публікує RP-тексти’;

гугл ‘приватна американська транснаціональна корпорація’;

туторіал ‘навчальний електронний матеріал’;

лук ‘образ, підібраний одяг’;

чіл ‘термін, який означає відпочинок у соц. мережі’;

неторіті 'міра сумнозвісної репутації в Інтернеті';
 фейспалм 'смайлик у соц.мережі Інстаграм';
 лід 'виділений перший абзац журналістського матеріалу';
 стайлфіл 'людина, яка одержима і завалена сучасною модою';
 сабмітікейшн 'надіслати запис до онлайн-словника чи іншої колекції в надії, що запис призведе до спілкування між автором і адміністраторами зазначеного веб-сайту';
 софт 'сукупність програм системи обробки інформації і програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм';
 лаунж 'легка фоновіа музика, призначена для створення невимушеної атмосфери';
 спендемік 'означає тенденцію несподівано витратити гроші під час кризи, особливо на якісь непотрібні речі';
 нерд 'людина, надзвичайно захоплена чимось, як правило, інтелектуальною діяльністю';
 клікбейт 'текстовий заголовок або графічне зображення, які привертають увагу до матеріалу';
 копілефт 'надання власником авторських прав дозволу на вільне використання, зміну і розповсюдження його твору за умови, що усі похідні твори будуть розповсюджуватись на тих же засадах';
 емодзі 'мова смайликів (емотиконів)';
 шоквейв 'технологія, що дозволяє розміщувати на веб-сторінках мультимедійні об'єкти'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні структурних особливостей лексичних одиниць, встановлено, що в англійській мові лексем-новотворів у сфері медіа за запозиченням не виявлено. У той час, як в українській мові запозичення є найбільш продуктивним (але менш продуктивним, ніж афіксація) способом творення, займає друге місце та складає 98 одиниць (28%), наприклад: *євроньюз, чаттер, Скайп, просьюмер, гармонайзер, форсинг, бампер, апгрейдинг, шейдинг, антрефіле, флекс, крінж, рофл, ньюзлетер, мікшермен, байлайнер, мейт, атетеза, гейт, гост, шоквейв,*

нюзрум, Гугл, шот, Рейтерс, лого, тьюторіал, пранк, лук, чіл, неторіті, троль, спендемік, зумпінг, віджей, клікбейт, копілефт, моддінг, нерд, хештег, бутстрепінг, зорбінг, квілінг, аутернет, екстранет, емодзі, чекін, вебліш, глобіш, нетспік, блекаут, булінг та інші.

Таблиця 1

Рейтинг структурних груп неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах

№	Анг. мова	Абсолют. кі лькість	Віднос на кількіс ть	Укр. мова	Абсолют.кі лькість	Віднос на кількіс ть
1.	Телескопія	149	43%	Афіксація	109	31%
2.	Афіксація	83	24%	Запозичення	98	28%
3.	Безафіксний	46	14%	Осново складання	54	15%
4.	Осново складання	41	12%	Телескопія	32	9%
5.	Абревіація	10	2,5%	Слово складання	30	8,5%
6.	Комбінований	7	2%	Комбінований	11	3%
7.	Слово складання	5	1,5%	Абревіація/ Безафіксний	10 10	2,5% 2,5%
8.	Конверсія	3	1%	Конверсія	2	0,5%
	Разом	344	100%		356	100%

Висновки до розділу 2

1) Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць (344 – англійська мова та 356 – українська мова) при визначенні структурних особливостей новотворів сфери медіа, які її формують, встановлено, що в англійській мові телескопія є найбільш продуктивним морфологічним способом творення та складає 149 одиниць (43%), наприклад: *broath, bridezilla, twintern, addadictomy, advomentary, againda, agreeance, alcoholologic, alcolean, alcotholic, americanese, benefriend, blaccent, blarg, bulshvic, capostrophe, cellfriend, comedicide, commucapitalist, communification, convercide, corporashun, covfefe, twirgin, teleputer, commentariat, twewbie, twittercide, celebtwit, bulltwitter, televiewer, blogebrity, splog, englishification, fauxfile, faxole, femail, fidiot, googru, conversiovie* та інші.

Натомість, в українській мові телескопія є менш продуктивним способом творення слів, займає четверте місце та складає 32 одиниці (9%), наприклад: *україножер, грошороб, прем'єріада, кнопкодав, рона, укри, антивакс, інфодемія, пуглерюгенд, хітсивня, терраша, пуглернет, каранте, ковідіот, ковідономіка, зепрезидент, коронойя, карантикули, нетикет, смартмоб, хітсивня* та інші.

2) Афіксація в англійській мові є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним ніж телескопія), займає друге місце та складає 83 одиниці (24%), наприклад: *abusement, accidentist, geobragging, errorist, adverteasement, alarmisist, tabloidization, ebanipper, splogger, virtualization, daggum, enterstainment, iconoblaster, lesbertizing, dyslection, bifocalitis, bleater, bouser, bumgavitis, bushism, digiocrity, cyberjournalism, cyberthriller, hyperdocumentation, cyberstalking, scrapper, shazwazzer, shitness* та інші.

Натомість, в українській мові афіксація є найбільш продуктивним способом творення слів, займає перше місце та складає 109 одиниць (31%), наприклад: *горище, графогенератор, іміджелогія, телекомінкація, гуглення, пранкер, прихватизатор, непідписант, азовець, ударівець, опоблоківець,*

тушка, піаніст, ватник, драйвер, європейськість, мітник, плотист, медіалогія, мініогляд, мінірецензія, підстиль, деміністифікація та інші.

3) Безафіксний спосіб в англійській мові є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним ніж телескопія та афіксація), займає третє місце та складає 46 одиниць (14%), наприклад: *aword, baboon, bitsipookem, bligeck, unagi, ack, cougar, spin, jolt, flak, gnilleps, dugit, schnibbel, scrith, shim, siris, skrilla, Smeed, boondongle, bozone, butterfickle, buzzack, cadudo, crows, dejaview, der, tizite, dribel, eripa, eufirstics, flake, gack, gah* та інші.

Натомість, в українській мові безафіксний спосіб є мало продуктивним способом творення слів, займає сьоме місце та складає 10 одиниць (2,5%), наприклад: *діра, стьоб, Березіль, піксель, приліт, няша, укроп, орк, накрут, екзил.*

4) Основоскладання в англійській мові є продуктивним морфологічним способом творення (але менш продуктивним ніж телескопія та афіксація та безафіксний спосіб), займає четверте місце та складає 41 одиницю (11%), наприклад: *infomoron, aftercpal, wingman, dotbomb, dotcommie, dotcomword, drunkword, blogmaster, audioblog, Westworld, Gogglebox, Mythbusters, shemale, siftware, Skinemax, snarkattack, solipsexual, Tangentman, tangentwoman, alphageek, bushspeak, treeware* та інші.

Натомість, в українській мові основоскладання є більш продуктивним способом творення слів, займає третє місце та складає 54 одиниці (15%), наприклад: *медіабізнес, медіаграмотність, медіаканал, медіакарта, баннеропоказ, медіамистецтво, медіаносій, медіаплан, медіапланування, медіапрезентація, медіапрогноз, медіапродукт, медіасистема, медіатоніка, медіаформат, радіочат, владовершитель, золотобатонник, байденоотерапія, фейсбук, відеоекологія, медіавимірювання* та інші.

5) Аббревіація в англійській мові є мало продуктивним морфологічним способом творення, займає п'яте місце та складає 10 одиниць (2,5%), наприклад: *BAV, EGGS, QI, FLK, SKOS, Slotus, FCDVD, FUBAR, GOL, UBD.*

Так само як і в англійській мові, в українській аббревіація є мало продуктивним способом творення слів, займає восьме місце та складає 10

одиниць (2,5%), наприклад: *АДЛІБ*, *ЄПРА*, *БІ-БІ-СІ*, *Ем-ті-ві*, *ЕОР*, *ІКТ*, *ГКС*, *ЛНР*, *ДНР*, *ППО*.

б) Комбінований спосіб творення в англійській мові є мало продуктивним морфологічним способом творення, займає шосте місце та складає 7 одиниць (2%), наприклад: *blamestorming*, *egosurfer*, *datacasting*, *marcopolodotcomist*, *bollockmonger*, *teleflector*, *hollymonger*.

Так само як і в англійській мові, в українській комбінований спосіб творення є мало продуктивним способом творення слів (але більш продуктивним ніж в англійській мові), займає шосте місце та складає 11 одиниць (3%), наприклад: *медіакорпорація*, *фішмаркетинг*, *медіалінгвістика*, *коронастрижка*, *жидобандерівці*, *українозневажаєць*, *україноненависник*, *івентменеджер*, *гугломовець*, *медфлюенсер*, *білобратчик*.

7) Словоскладання в англійській мові є мало продуктивним морфологічним способом творення, займає сьоме місце та складає 5 одиниць (1,5%), наприклад: *cappuslockus*, *shit-ton*, *sloppywords*, *ego-out*, *nerdhero*.

На відміну від англійської мови, в українській словоскладання є більш продуктивним способом творення слів, займає п'яте місце та складає 30 одиниць (8,5%), наприклад: *ТБ- метр*, *бул-марк*, *бінго-карта*, *кукі-файл*, *прес-кіт*, *пуш-засоби*, *правка-вичитка*, *бліц-портрет*, *крос-промоушн*, *правка-обробка*, *веб-реклама*, *правка-скорочення*, *прес-клінінг*, *фраза-скріпа*, *хард-ньюз*, *хедлайн-ньюз* та інші.

8) Конверсія в англійській мові є найменш продуктивним морфологічним способом творення, займає восьме місце та складає 3 одиниці (1%), наприклад: *contradick*, *feed*, *blend*.

Так само як і в англійській мові, в українській конверсія є менш продуктивним способом творення слів, займає 8 місце та складає 2 одиниці (0,5%), наприклад: *імпровіза*, *петросян*.

9) В англійській мові лексем-новотворів за запозиченням не виявлено. У той час, як в українській мові запозичення є найбільш продуктивним (але менш продуктивним ніж афіксація) способом творення, займає друге місце та складає 98 одиниць (28%), наприклад: *євроньюз*, *чаттер*, *Скайп*, *просьюмер*,

гармонайзер, форсинг, бампер, апгрейдинг, шейдинг, антрефіле, флекс, крінж, рофл, ньюзлетер, мікшермен, байлайнер, мейт, атетеза, гейт, гост, шоквейв, ньюзрум, Гугл, шот, Рейтерс, лого, тьюторіал, пранк, лук, чіл, неторіті, троль, спендемік, зумпінг, віджей, клікбейт, копілефт, моддінг, нерд, хештег, бутстрепінг, зорбінг, квілінг, аутернет, екстранет, емодзі, чекін, вебліш, глобиш, нетспік, блекаут, булінг та інші.



РОЗДІЛ 3

СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКСИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ МЕДІАСФЕРИ В СУЧАСНИХ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

3.1 ЛТГ «Неологізми інтернет-листування»

Розглянувши структурні особливості лексичних неологізмів медіасфери сучасної англійської та української мов, доцільно перейти до аналізу їх семантичних характеристик [65].

Тож, семантика являє собою розділ мовознавства, який є пов'язаним із лексикологією, а також вивчає значення слів і їх складових частин, словосполучень і фразеологізмів [41, с. 21].

Зазвичай, мовна одиниця має одне або декілька значень, змістів, тобто власну семантику. Семантика слова – співвіднесеність слова з певним явищем, яка була історично закріплена у свідомості народу [41, с. 22].

Саме лексичне значення слова відображає взаємозв'язок, встановлений мисленням індивіда між звуковою оболонкою слова та явищем дійсності. Але у власних та загальних назвах, цей зв'язок або співвідношення між звуковою оболонкою мовної одиниці та явищем дійсності відбувається інакше [41, с. 24].

Семема, або семантема – одиниця плану змісту мови, що існує у співвідношенні з морфемою як сукупність компонентів (сем) її змісту [39, с. 40]. Мінімальною одиницею системи змісту, яка співвідноситься з елементом системи вираження, є семантема [39, с. 41].

Утворення лексико-семантичної системи зумовлено наявністю сукупності слів у мові, чий зв'язок відображає спорідненість речей та явищ об'єктивної дійсності. Об'єднання таких семантичних класів, як: назви предметів, процесів, ознак та відношень, на яких ґрунтується формування частин мови, визначають лексико-семантичну систему мови. До цієї системи входять також семантичні поля. Вони виконують функцію мовних відображень певної ділянки об'єктивної дійсності [39, с. 46].

Комплекс лексем чи їх окремих значень, споріднених змістом і відображенням предметної або функціональної єдності явищ, що позначаються, утворює семантичне поле. Головна функція семантичного поля полягає у поєднанні мовних одиниць відповідно до їх семантичних значень, а не граматичних [39, с. 30].

Тож, варто зазначити, що, виконуючи свою головну функцію, семантичне поле містить декілька лексико-семантичних груп (ЛСГ), які є тісно об'єднаними семантичними зв'язками. Лексико-семантична група є сполученням семантичних значень слів, які відображають конкретні поняття, що можуть різнитися за ступенем виявлення якості, ознаки, дії і протиставленими якостями ознаки, дії, предмета та явища [33, с. 35]. Процес взаємодії лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників зумовлюють утворення ЛСГ. Спільні семантичні компоненти, семантичні деривати, семантичні сітки являються складовими ЛСГ [33, с. 35].

Для формування лексико-тематичної групи (ЛТГ) використовують об'єднання слів однією типовою ситуацією чи спільною темою, але також є можливість різної основної теми. Властивим для створення ЛТГ є те, що виокремлення відбувається шляхом логічного членування більш широкого поняття, або як саме відбувається членування та яка логіка мови, тобто які значення слова є наявними. ТГ наповнюються поза- та внутрішньомовні елементи, які виступають як внутрішньо- та власномовні елементи в семантичному аспекті, але мають різний ступінь конкретизації від певних предметів та явищ [33, с. 37].

Доцільно зазначити, що розмежувати ЛСГ та ЛТГ, як позамовні та мовні одиниці, не є релевантним, оскільки дослідження системних відношень у лексиці, яка позначає реалії, потребує виокремлення тематичних розрядів, що, своєю чергою, є основним аспектом під час студіювання внутрішньомовних зв'язків мовних одиниць [41, с. 45].

ЛТГ може містити кілька основних ЛСГ в певній тематичній площині, а їхні одиниці визначаються чітким розподілом ознак. Кожна група таких слів

об'єднана спільними ознаками значень, за якими ці слова пов'язуються як складники тематичної єдності [41, с. 50].

Об'єднання слів у групи за тематикою відбувається відповідно до подібності функцій предметів і процесів, які позначають мовні одиниці в одній чи декількох мовах. Студіювання ЛТГ обмежене специфічною інвентаризацією за тим типом, який здатний безумовно групувати певну систему термінів і тим самим не тільки не розкривати властивості смислової структури мови, а й внутрішні семантичні зв'язки між словами [40, с. 40].

В англійській мові ЛТГ «Неологізми інтернет-листування» є найбільш домінантною (81 од., 22%). Ця ЛТГ має п'ять ЛТПГ, тому доцільно навести такі приклади:

3.1.1 ЛТПГ «Номінації негативних емоцій-реакцій» (28 од., 7%), наприклад:

bulshvic 'дідько';
daggum 'дідько';
dugit 'дідько';
ack 'емоція злості';
e-nore 'інтернет-ігнор';
IMbiguity 'роздратованість';
schload 'дуже багато';
shit-ton 'дуже багато';
shitness 'найгірше, що може бути';
butterfickle 'чорт';
der 'збентеження';
disasterbacle 'катастрофа';
gack 'відчуття болю';
gah 'емоція розчарування';
garg 'вияв злості';
ghastipation 'відчуття приголомшення';
lostivity 'загубленість';
omniloathe 'почуття огиди'.

3.1.2 ЛТПГ «Методи листування з інтернет-користувачами» (22 од., 6%),
наприклад:

comatext 'коматекст';
capostrophe 'капострофа';
cappuslockus 'капуслокус';
e-touch 'інтернет-спілкування';
bushism 'бушизм';
convercide 'конверсайд';
ebenzy 'порозуміння';
comedicide 'знищити розмову';
snarkattack 'вербальний напад';
spammalogue 'листування «сам з собою»'.

3.1.3 ЛТПГ «Номінації онлайн-тексту» (16 од., 4,5%), наприклад:

drunkword 'нерозбірлеве слово';
gnilleps 'незрозуміле слово';
dotcomword 'слово-вихваляння';
sloppywords 'неправильно записані слова';
sniglet 'слово, якого немає в словнику';
snigletism 'слова –сніглетизм';
backronym 'бекронім'.

3.1.4 ЛТПГ «Номінації позитивних емоцій-реакцій» (13 од., 4%), наприклад:

bitsipooket 'любовні листи';
dignitude 'гідне відношення';
anticillation 'емоція захоплення';
awesomnity 'стан\ почуття прекрасності';
croms 'щось гарне';
tizite 'крутий';
funnity 'забава'.

3.1.5 ЛТПГ «Види онлайн-текстування» (2 од., 0,5%), наприклад:

horobvioscope 'зрозумілий гороскоп';
humography 'весела історія'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми інтернет-листування» займає перше місце та складає 81 одиницю (22%) лексичних неологізмів, має п'ять ЛТПГ, таких як: ЛТПГ «Номінації негативних емоцій-реакцій» (28 од., 7%), наприклад: *bulshvic* 'дідько', *daggum* 'дідько', *dugit* 'дідько', *ack* 'емоція злості', *e-nore* 'інтернет-ігнор', *IMbiguity* 'роздратованість', *schload* 'дуже багато', *shit-ton* 'дуже багато', *shitness* 'найгірше, що може бути', *butterfickle* 'чорт', *der* 'збентеження' та інші; ЛТПГ «Методи листування з інтернет-користувачами» (22 од., 6%), наприклад: *comatext* 'коматекст', *capostrophe* 'капострофа', *cappuslockus* 'капуслокус', *e-touch* 'інтернет-спілкування', *bushism* 'бушизм', *convercide* 'конверсайд', *ebenzu* 'порозуміння' та інші; ЛТПГ «Номінації онлайн-тексту» (16 од., 4,5%), наприклад: *drunkword* 'нерозбірливе слово', *gnilleps* 'незрозуміле слово', *dotcomword* 'слово-вихваляння', *sloppywords* 'неправильно записані слова', *sniglet* 'слово, якого немає в словнику' та інші; ЛТПГ «Номінації позитивних емоцій-реакцій» (13 од., 4%), наприклад: *bitsipooket* 'любовні листи', *dignitude* 'гідне відношення', *anticillation* 'емоція захоплення', *awesomnity* 'стан\ почуття прекрасності' та інші; ЛТПГ «Види онлайн-текстування» (2 од., 0,5%), наприклад: *horobvioscope* 'зрозумілий гороскоп', *humography* 'весела історія' та інші.

На відміну від англійської мови, в українській найбільшою ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу» (24%), яка складає 84 одиниці.

3.2 ЛТГ «Найменування користувачів інтернет- спілкування»

Другою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають друзів, або користувачів інтернет-спілкування з негативною та позитивною конотацією (76 од., 20%). Ця ЛТГ має чотири ЛТПГ. Доцільно навести наступні приклади:

3.2.1 ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з негативною конотацією».

Ця ЛТПГ є домінантною в ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування» (54 од., 13%), наприклад:

fidiot ‘дурень’;

errorist ‘той, хто робить помилки’;

commentariat ‘коментаріат’;

egosurfer ‘егоцнтрист’;

alarmisist ‘панікер’;

bleater ‘панікер’;

ebanatic ‘ібейнетік’;

ebanipper ‘ібейніпер’;

ebiot ‘дурень’;

googru ‘гуґлґру’;

iconoblaster ‘бунтар’;

marcopolodotcomist ‘маркополодоткоміст’;

contradick ‘противник’.

3.2.2 ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з позитивною конотацією» (13 од., 3%), наприклад:

bouser ‘книголюб’;

dotcommie ‘ультра-ліберальний блогер’;

flashmentalist ‘флешменталіст’;

snooder ‘снуд –геймер’;

tangentman ‘лідер розмови’.

3.2.3 ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з негативною конотацією» (5 од., 2%)

benefriend ‘вигідний друг’;

fauxfile ‘фейк’;

faxhole ‘факсувальник’.

3.2.4 ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з позитивною конотацією» (4 од., 2%)

dudette ‘подруга’;

blend ‘блогер-друг’;

ballsey ‘друг’;

Smeed ‘друг’.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування» займає друге місце та складає 76 одиниць (20%) лексичний неологізмів, має чотири ЛТПГ, таких як: ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з негативною конотацією», яка складає 54 одиниці (13%), наприклад: *fidiot* 'дурень', *errorist* 'той, хто робить помилки' *commentariat* 'коментаріат', *egosurfer* 'егоцентрист', *alarmisist* 'панікер', *bleater* 'панікер', *ebanatic* 'ібейнетик', *ebanipper* 'ібейніпер', *ebiot* 'дурень', *googru* 'гулгру', *iconoblaster* 'бунтар' та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з позитивною конотацією», яка складає 13 одиниць (3%), наприклад: *bouser* 'книголюб', *dotcommie* 'ультра-ліберальний блогер', *flashmentalist* 'флешменталіст', *snooder* 'снуд-геймер', *tangentman* 'лідер розмови', *tangentwoman* 'лідерка розмови' та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з негативною конотацією», яка складає 5 одиниць (2%), наприклад: *benefriend* 'вигідний друг', *fauxfile* 'фейк', *faxole* 'факсувальник', *smiddy* 'друг принеси-подай' та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з позитивною конотацією», яка складає 4 одиниці (2%), наприклад: *dudette* 'подруга', *blend* 'блогер-друг', *ballsey* 'друг' та інші.

На відміну від англійської мови, в українській другою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу», яка складає 32 одиниць (10%).

3.3 ЛТГ «Неологізми сфери реклами»

Третьою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають рекламні процеси та види реклами (24 од., 6,5%). Ця ЛТГ має дві ЛТПГ, тому доцільно навести наступні приклади:

3.3.1 ЛТПГ «Рекламні процеси».

Ця ЛТПГ є домінантною в ЛТГ «Неологізми сфери реклами» (13 од., 4%), наприклад:

agreeance 'домовленість';

applicating 'приймання заявки';

virtualization 'віртуалізація';

seductivity 'здатність спокушати';

spellilepsy 'спеліленсі';

foreploy 'брехня'.

3.3.2 ЛТПГ «Види реклами» (11 од., 2,5%):

abusement 'образлива реклама';

adverteasement 'приваблююча реклама';

blamestorming 'блеймстормінг';

deadvertisement 'смертельна реклама';

dreadvertise 'брудна реклама'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТПГ «Неологізми сфери реклами» займає третє місце та складає 24 одиниці (6,5%) лексичних неологізмів, має дві ЛТПГ, таких як: ЛТПГ «Рекламні процеси», яка складає 13 одиниць (4%), наприклад: *agreeance* 'домовленість', *applicating* 'приймання заявки', *virtualization* 'віртуалізація', *seductivity* 'здатність спокушати', *spellilepsy* 'спеліленсі', *foreploy* 'брехня', *ideality* 'ідеальність', *intpossibility* 'можливість в інтернеті', *manscape* 'менскейн', *outsourcery* 'аутсорсері', *pairification* 'об'єднання ідей\об'єктів', *gagreement* 'згода'; ЛТПГ «Види реклами», яка складає 11 одиниць (2,5%), наприклад: *abusement* 'образлива реклама', *adverteasement* 'приваблююча реклама', *blamestorming* 'блеймстормінг', *deadvertisement* 'смертельна реклама', *dreadvertise* 'брудна реклама', *infomoron* 'інфоморон', *lesbertizing* 'лезбертайзинг', *dreadvertisement* 'огидна реклама', *shemail* 'снам – реклама', *smutvertising* 'неправдива реклама', *Godvertising* 'рекламування віри в бога'.

На відміну від англійської мови, в українській третьою за кількістю ЛТПГ є ЛТПГ «Медійні явища/засоби створення медіа-інформації», яка складає 30 одиниць (8,5%).

3.4 ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»

Четвертою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають новотвори в медичних передачах (18 од., 6%). Доцільно навести наступні приклади:

ambulant 'страх сирени';
accidentist 'поганий дантист';
bumgavitis 'бумгавітіс';
dietribe 'лекція з дієтології';
clicklexia 'кліклексія';
ego-out 'знання які втрачаються після смерті';
habitosi 'хебітозис'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач» займає четверте місце та складає 18 одиниць (6%) лексичних неологізмів: *ambulant* 'страх сирени', *accidentist* 'поганий дантист', *bumgavitis* 'бумгавітіс', *dietribe* 'лекція з дієтології', *clicklexia* 'кліклексія', *ego-out* 'знання які втрачаються після смерті', *habitosi* 'хебітозис', *heredstupidity* 'успадкована дурість', *hepatitis* 'хіпатит', *hypnoxia* 'дратівливість як захворювання', *pinjury* 'травма при виконанні прийому', *sarafinitis* 'нездатність друкувати, коли говориш', *gamovation* 'рефлекторні фізичні рухи', *addadictomy* 'зміна статі', *alcotholic* 'алктолік', *alcolean* 'алколін', *alcoholologic* 'алкологіка'.

У той час як в українській мові четвертою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери журналістики», яка складає 30 одиниць (8,5%).

3.5 ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі»

П'ятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають методи ведення соц.мереж з негативною конотацією,

інтернет-хештеги, варіації відносин у соц.мережах (15 од., 5%). Ця ЛТГ має три ЛТПГ, тому доцільно навести наступні приклади:

3.5.1 ЛТПГ «Методи ведення соц. мереж з негативною конотацією» є домінантною у цій ЛТГ (7 од., 2,5%), наприклад:

geobragging 'негативно вихвалялись статусом';
cyberstalking 'інтернет-прислідування';
spin 'превернення уваги негативним шляхом';
servelence 'раптове затишшя в розмові'.

3.5.2 ЛТПГ «Інтернет-хештеги» (4 од., 1,5%), наприклад:

BAV 'погане відео', *FLK* 'весела дитина';
GOL 'голосно реготати';
UBD 'проблема користувача'.

3.5.3 ЛТПГ «Варіації відносин у соц.мережах» (3 од., 1%), наприклад:

broath 'чоловіча дружба';
cougar 'жінка, що шукає відносин';
latersohinip 'змішані відносини'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі» займає п'яте місце та складає 15 одиниць (5%) лексичних неологізмів, має три ЛТПГ, таких як: ЛТПГ «Методи ведення соц.мереж з негативною конотацією», яка складає 7 одиниць (2,5%), наприклад: *geobragging* 'негативно вихвалялись статусом', *cyberstalking* 'інтернет-прислідування', *spin* 'превернення уваги негативним шляхом', *servelence* 'раптове затишшя в розмові', *flake* 'підробка', *phishmarketing* 'фішмаркетинг', *bowbaktry* 'схилялись перед усіма'; *anchority енхоріті*; ЛТПГ «Інтернет-хештеги», яка складає 4 одиниці (1,5%), наприклад: *BAV* 'погане відео', *FLK* 'весела дитина', *GOL* 'голосно реготати', *UBD* 'проблема користувача'; ЛТПГ «Варіації відносин у соц.мережах», яка складає 3 одиниці (1%), наприклад: *broath* 'чоловіча дружба', *cougar* 'жінка, що шукає відносин', *latersohinip* 'змішані відносини'.

У той час як в українській мові п'ятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми воєнної сфери», яка складає 27 одиниць (7,5%).

3.6 ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»

Шостою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають явища та процеси у сфері журналістики (14 од., 4%). Доцільно навести наступні приклади:

tabloidization 'таблоїдизація';
hyperdocumentation 'гіпер-документація';
bias 'упередженість';
flak 'натиск';
covfefe 'мега-сенсації';
cowversation 'застаріла тема';
teamlet 'маленька команда';
cell-hell 'місце, де поганий зв'язок';
eripa 'уявна оцінка подій';
fanaddict 'залежний фанат';
notoriety 'сумнозвісна репутація'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми сфери журналістики» займає шосте місце та складає 14 одиниць (4%) лексичних неологізмів: *tabloidization* 'таблоїдизація', *hyperdocumentation* 'гіпер-документація', *bias* 'упередженість', *flak* 'натиск', *covfefe* 'мега-сенсації', *cowversation* 'застаріла тема', *teamlet* 'маленька команда', *cell-hell* 'місце, де поганий зв'язок', *eripa* 'уявна оцінка подій', *fanaddict* 'залежний фанат', *notoriety* 'сумнозвісна репутація', *obituary* 'всесвітнє висвітлення смерті людини', *psychoaxis* 'головна тема'; *cyberjournalism* 'кібержурналістика'.

Натомість в українській мові шостою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі», яка складає 20 одиниць (5,5%).

3.7 ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища»

Сьомою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають явища та процеси у сфері телебачення (14 од., 4%). Доцільно навести наступні приклади:

anaseption 'енесептин, або ходіння перед телевізором';

digiocrity 'цифровізація';

datacasting 'розповсюдження даних';

feed 'транслявання';

enterstainment 'огидна розвага';

Skinemax 'кабельний кнал'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища» займає сьоме місце та складає 14 одиниць (4%) лексичних неологізмів: *anaseption* 'енесептин, або ходіння перед телевізором', *digiocrity* 'цифровізація', *datacasting* 'розповсюдження даних', *feed* 'транслявання', *enterstainment* 'огидна розвага', *Skinemax* 'кабельний кнал', *spanktervision* 'нічне телебачення', *telebility* 'телечуткість', *telecrastination* 'телескрутинація', *dejaview* 'дежв'ю при перегляді телевізора', *teleflector* 'теле- дзеркало', *neutronpeas* 'нютроніз', *plothole* 'недолуге місце в сюжеті', *televiwer* 'телеглядач'.

Натомість в українській мові сьомою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій», яка складає 17 одиниць (5%).

3.8 ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери»

Восьмою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають позитивно-(негативно-)конотативні номінації користувачів блогу та номінації нових користувачів блогу (13 од., 4%). Ця ЛТГ має три ЛТПГ, тому доцільно навести наступні приклади:

3.8.1 ЛТПГ «Позитивно-конотативні номінації користувачів блогу» (6 од., 2%)

blogmaster 'блог-мастер';
blogocracy 'блогоаристократія';
twintern 'смищик';
celebtwit 'знаменитість'.

3.8.2 ЛТПГ «Негативно-конотативні номінації користувачів блогу» (4 од., 1%)

twamer 'скандаліст';
bulltwitter 'брехун'.

3.8.3 ЛТПГ «Номінації нових користувачів блогу» (3 од., 1%)

twinfancy 'новачок';
twirgin 'новачок'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери» займає восьме місце та складає 13 одиниць (4%) лексичних неологізмів, має три ЛТПГ, таких як: ЛТПГ «Позитивно-конотативні номінації користувачів блогу», яка складає 6 одиниць (2%), наприклад: *blogmaster* 'блог-мастер', *blogocracy* 'блогоаристократія', *twintern* 'смищик', *celebtwit* 'знаменитість', *blogebrity* 'знаменитість', *Orlandite* 'фанат Орlando Блума'; ЛТПГ «Негативно-конотативні номінації користувачів блогу», яка складає 4 одиниць (1%), наприклад: *twamer* 'скандаліст', *bulltwitter* 'брехун', *attwacker* 'цуквальник', *splogger* 'сплогер'; ЛТПГ «Номінації нових користувачів блогу», яка складає 3 одиниць (1%), наприклад: *twinfancy* 'новачок', *twirgin* 'новачок', *twewbie* 'новачок'.

У той час як в українській мові, восьмою за кількістю ЛТГ є схожа за тематикою ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи», яка складає 16 одиниць (4,5%).

3.9 ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу»

Дев'ятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають явища та процеси у сфері блогу (13 од., 4%). Доцільно навести наступні приклади:

bifocalitis 'біфокелетіс';

twittercide 'видалення';

anchority 'енхорімі';

dotbomb 'провальна справа';

EGGS 'засіб інтернет продажів';

snigletization 'сніглетизації';

snigletology 'сніглетологія'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу» займає дев'яте місце та складає 13 одиниць (4%) лексичних неологізмів: *bifocalitis* 'біфокелетіс', *twittercide* 'видалення', *anchority* 'енхорімі', *dotbomb* 'провальна справа', *EGGS* 'засіб інтернет продажів', *snigletization* 'сніглетизації', *snigletology* 'сніглетологія', *snigology* 'скорочення від «сніглетологія»', *cadudo* 'що небудь', *scarcasm* 'сарказм, який справді робить боляче', *sarchasm* 'непорозуміння', *inspiration* 'сна-ідея', *intinternet* 'інтернет такий як має бути'.

Натомість в українській мові дев'ятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери», яка складає 14 одиниць (4,5%).

3.10 ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»

Десятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають явища та процеси у політичній сфері (9 од., 2,5%). Доцільно навести наступні приклади:

commucapitalist 'комуніст-капіталіст';

dementocracy 'дементократія';

dyslection 'дислелекція';

slotus, gongshow 'безглузда ситуація';

gongflap 'переломний момент'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми сфери політичних токсую» займає десяте місце та складає 9 одиниць (2,5%) лексичних неологізмів: *commucapitalist* 'комуніст-капіталіст', *dementocracy* 'дементократія', *dyslection* 'дислелекція', *slotus*, *gongshow* 'безглузда ситуація', *gongflap* 'переломний момент', *heroicism* 'недогероїзм', *mediocracy* 'уряд, як правило, опосередковано, через популярні ЗМІ', *poftlet* 'волосся, що піднімається вгору'.

Натомість в українській мові десятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Рекламні засоби», яка складає 13 одиниць (3,5%).

3.11 ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»

Одинадцятю за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають мовні тенденції в інтернет-спілкуванні (8 од., 2,5%). Доцільно навести наступні приклади:

americanese 'китайський американський';

ameriglish 'американська англійська';

amglish 'американська-англійська';

englishification 'англізація';

shazwazzer 'австралійський сленг американців';

bushspeak 'стиль мови Джорджа Буша';

inebrionics 'нестандартна американська англійська'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні» займає одинадцяте місце та складає 8 одиниць (2,5%) лексичних неологізмів: *americanese* 'китайський американський', *ameriglish* 'американська англійська', *amglish* 'американська-англійська', *englishification* 'англізація', *shazwazzer* 'австралійський сленг американців', *bushspeak* 'стиль мови Джорджа Буша', *inebrionics* 'нестандартна американська англійська', *Jarlish* 'неправильний переклад японських слів або фраз англійською мовою'.

Натомість в українській мові одинадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ», яка складає 12 одиниць (3,5%).

3.12 ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»»

Дванадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають неологічні утворення серіалу «Друзі» (6 од., 2%). Доцільно навести наступні приклади:

Unagi 'унагі';

aword 'літературний приз';

baboon 'бабун'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»» займає дванадцяте місце та складає 6 одиниць (2%) лексичних неологізмів: *Unagi* 'унагі', *aword* 'літературний приз', *baboon* 'бабун', *scribline* 'місце для підпису на картці', *fornicorium* 'апартаменти холостяка', *frumptage* 'гумка старого олівця'.

Натомість в українській мові дванадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери телебачення», яка складає 11 одиниць (3%).

3.13 ЛТГ «Жанри та види медіатворів»

Тринадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають жанри та види медіатворів (5 од., 2%). Доцільно навести наступні приклади:

advomentary 'адвоментарі';

cyberthriller 'кібертрилер'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Жанри та види медіатворів» займає

тринадцяте місце та складає 5 одиниць (2%) лексичних неологізмів: *advomentary* 'адвоментарі', *cyberthriller* 'кібертрилер', *series* 'фільм, знятий по серіалу', *docudrama* 'документальна драма', *conversionie* 'фільм, що містить сцени насилля'.

Натомість в українській мові тринадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Номінації на позначення суспільних тенденцій та явищ», яка складає 11 одиниць (3%).

3.14 ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали»

Чотирнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають назви британських та американських телепередач та серіалів (4 од., 1,5%). Доцільно навести наступні приклади:

Westworld «Світ Дикого Заходу»;

Gogglebox «Ящик»;

Mythbusters «Руйнівники Міфів»;

QI «Вельми цікаво».

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали» займає чотирнадцяте місце та складає 4 одиниці (1,5%) лексичних неологізмів: *Westworld* «Світ Дикого Заходу», *Gogglebox* «Ящик», *Mythbusters* «Руйнівники Міфів», *QI* «Вельми цікаво».

Натомість в українській мові чотирнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі», яка складає 10 одиниць (2,5%).

3.15 ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації»

П'ятнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають гендерні ознаки та орієнтації (4 од., 1,5%). Доцільно навести наступні приклади:

shemale 'людина, стать якої практично неможливо визначити зовнішньо';

shim 'чоловік вдягнений як жінка';

solipsexual 'той, хто приваблює сам себе';

gaylias 'гомосексуальне альтер его'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації» займає п'ятнадцяте місце та складає 4 одиниці (1,5%) лексичних неологізмів: *shemale* 'людина, стать якої практично неможливо визначити зовнішньо', *shim* 'чоловік вдягнений як жінка', *solipsexual* 'той, хто приваблює сам себе', *gaylias* 'гомосексуальне альтер его'.

Натомість в українській мові п'ятнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Найменування користувачів соц. мережі», яка складає 6 одиниць (1,5%).

3.16 ЛТГ «Номінації на позначення видів страху»

Шістнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають види страху (4 од., 1,5%). Доцільно навести наступні приклади:

spatanoia 'страх спаму';

clapperphobia 'страх оплесків';

docuphobia 'страх документів';

ineptiphobia 'страх бути недолугим'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Номінації на позначення видів страху» займає шістнадцяте місце та складає 4 одиниці (1,5%) лексичних неологізмів: *spatanoia* 'страх спаму', *clapperphobia* 'страх оплесків', *docuphobia* 'страх документів', *ineptiphobia* 'страх бути недолугим'.

Натомість в українській мові шістнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу», яка складає 4 одиниці (1%).

3.17 ЛТГ «Часові одиниці та періоди»

Сімнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають часові одиниці та періоди (4 од., 1,5%). Доцільно навести наступні приклади:

cellapse 'час без зв'язку';

onosecond 'період часу між надсиланням та усвідомленням, що не слід надсилати повідомлення';

lasterday 'вчора';

rebootilence 'період перезавантаження комп'ютера'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Часові одиниці та періоди» займає сімнадцяте місце та складає 4 одиниці (1,5%) лексичних неологізмів: *cellapse* 'час без зв'язку', *onosecond* 'період часу між надсиланням та усвідомленням, що не слід надсилати повідомлення', *lasterday* 'вчора', *rebootilence* 'період перезавантаження комп'ютера'.

У той час як в українській мові сімнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom», яка складає 4 одиниці (1%).

3.18 ЛТГ «Неологізми кіномистецтва»

Вісімнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають новоутворення у сфері кіно (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

bactor 'поганий актор';

bactress 'погана акторка';

siris 'акторка-спокусниця'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми кіномистецтва» займає вісімнадцяте місце та складає 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *bactor* 'поганий актор', *bactress* 'погана акторка', *siris* 'акторка-спокусниця'.

У той час як в українській мові вісімнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Жанри та види медіатворів», яка складає 3 одиниці (0,5%).

3.19 ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації»

Дев'ятнадцятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають засоби або шляхи розповсюдження інформації в медіа (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

technomedia 'техномедія';

jolt 'потрясіння';

giraffiti 'високо намальоване графіті'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації» займає дев'ятнадцяте місце та складає 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *technomedia* 'техномедія', *jolt* 'потрясіння', *giraffiti* 'високо намальоване графіті'.

У той час як в українській мові дев'ятнадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення», яка складає 3 одиниці (0,5%).

3.20 ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів»

Двадцятотою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають паперових матеріалів (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

schnibbel 'шматочок паперу';

scrith 'вузькі шматки паперу';

treeware 'надрукована документація'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів» займає двадцяте місце та складає 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *sch nibbel* 'шматочок паперу', *scrith* 'вузькі шматки паперу', *treeware* 'надрукована документація'.

У той час як в українській мові двадцятою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні», яка складає 3 одиниці (0,5%).

3.21 ЛТГ «Номінації на позначення професій»

Двадцять першою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають сучасні професії (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

scrapper 'дезайнер альбомів для вирізання';
snigletist 'той, хто утворює сніглету';
laminites 'люди на фото в нових гаманцях'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Номінації на позначення професій» займає двадцять перше місце та складає 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *scrapper* 'дезайнер альбомів для вирізання', *snigletist* 'той, хто утворює сніглету', *laminites* 'люди на фото в нових гаманцях'.

У той час як в українській мові двадцять першою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми музичної сфери», яка складає 2 одиниці (0,5%).

3.22 ЛТГ «Жанри блогу»

Двадцять другою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають жанри блогу (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

blarg 'онлайн журнал';

audioblog 'аудіоблог';

splog 'сплог'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Жанри блогу» займає двадцять друге місце та складає всього лиш 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *blarg* 'онлайн журнал', *audioblog* 'аудіоблог', *splog* 'сплог'.

У той час як в українській мові двадцять другою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Види інтернет-з'єднання», яка складає 2 одиниці (0,5%).

3.23 ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»

Двадцять третьою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають технічні засоби та пристрої для роботи в медіасередовищі (3 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

teleputer 'теле -комп'ютер',

FCDVD 'Компактний гнучкий диск',

boondongle 'безглузда річ'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі» займає двадцять третє місце та складає всього лиш 3 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *teleputer* 'теле -комп'ютер', *FCDVD* 'Компактний гнучкий диск', *boondongle* 'безглузда річ'.

У той час як в українській мові двадцять третьою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач», яка складає 1 одиницю (0,25%).

3.24 ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць»

Двадцять четвотою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають грошові одиниці (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

skrilla 'гроші';

fundage 'гроші'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць» займає двадцять четверте місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *skrilla* 'гроші', *fundage* 'гроші'.

У той час як в українській мові двадцять четвотою за кількістю ЛТГ є ЛТГ «Неологізми в сфері релігії», яка складає 1 одиницю (0,25%) та є найменшою за кількістю.

3.25 ЛТГ «Неологізми сфери ІТ»

Двадцять п'ятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають процесита явища в сфері ІТ (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

siftware 'некорисні програми';

postalport 'надоїдлеве віконце'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми сфери ІТ» займає двадцять п'яте місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *siftware* 'некорисні програми', *postalport* 'надоїдлеве віконце'.

3.26 ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання»

Двадцять шостою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають одиниці вимірювання (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

decidribel 'децибел, який вимірює тупість';

dribel 'дрібел'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання» займає двадцять шосте місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *decidribel* 'децибел, який вимірює тупість', *dribel* 'дрібел'.

3.27 ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією»

Двадцять сьомою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають джерел з негативною конотацією (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

fibliography 'неправдива бібліографія',

fictionary 'фейковий словник'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією» займає двадцять сьоме місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *fibliography* 'неправдива бібліографія', *fictionary* 'фейковий словник'.

3.28 ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі»

Двадцять восьмою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають прийоми їжі (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

linner 'лінер';

lupper 'лапер'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі» займає двадцять восьме місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *linner* 'лінер', *lupper* 'лапер'.

3.29 ЛТГ «Неологізми музичної сфери»

Двадцять дев'ятою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають явища в сфері музики (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

jamrage 'шалена джем-сесія';

jazams 'музична композиція'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми музичної сфери» займає двадцять дев'яте місце та складає всього лиш 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *jamrage* 'шалена джем-сесія', *jazams* 'музична композиція'.

3.30 ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»

Тридцятьою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають новотвори воєної тематики (1 од., 0,25%). Доцільно навести наступні приклад:

strategery 'перемога використовуючи велику кількість бомб, боєприпасів або інших вибухових речовин чи снарядів'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми музичної сфери» займає тридцятье місце, є найменшою за кількістю та складає всього лиш 1 одиницю (0,25%) лексичних неологізмів: *strategery* 'перемога використовуючи велику кількість бомб, боєприпасів або інших вибухових речовин чи снарядів'.

3.31 ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»

Тридцять першою за чисельністю ЛТГ в англійській мові є ЛТГ, яка складається зі слів, що позначають новотвори в сфері релігії (1 од., 0,25%). Доцільно навести наступні приклад:

Jesi 'Icusi'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в англійській мові ЛТГ «Неологізми в сфері релігії» займає тридцять перше місце, є найменшою за кількістю та складає всього лиш 1 одиницю (0,25%) лексичних неологізмів: *Jesi 'Icusi'.*

3.32 ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»

Першою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ та процесів в сфері політики (84 од., 24%). Ця ЛТГ є домінантною серед ЛТГ, які були сформовані в українській мові, тому доцільно навести наступні приклади:

україножер 'той, хто ненавидить все українське й намагається його знищити';

прихвизатор 'людина, що, зловживаючи службовим становищем, використовує приватизацію як засіб особистого збагачення';

грошороб 'той, хто любить збагачуватись та робить все лише заради цього';

україно-виховання 'процес систематичного і цілеспрямованого формування особи патріота-українця';

владоверишитель 'той, хто має владу';

золотобатонник 'той, хто наживається на людях';

деолігархізація 'явище, що означає усунення від влади олігархічної системи';

тушка 'термін, на ознаку, коли народний депутат ВР України переходить від однієї політичної сили, від якої він балотувався, до іншої';

піаніст 'нардеп, що займається голосуванням в темну, заочним голосуванням тощо';

байденотерапія 'промова Джона Байдена';

прем'єріада 'процес політичних торгів щодо призначення нового прем'єр-міністра та формування нового уряду';

непідписант 'урядовець, який не підписує папери';

ударівець 'депутати партії «Удар»';

опоблоківець 'депутати Опозиційної партії';

тітушка 'термін з'явився у травні 2013 року й походить від прізвища спортсмена Вадима Тітушка';

кнопкодав 'народні депутати, котрі на пленарних засіданнях Верховної Ради голосують чужою карткою';

кіборг 'український боєць, що брав участь у захисті Донецького аеропорту';

ватник 'малоосвічена особа, для якої характерні ностальгія за СРСР';

діра 'недоліки законодавства чи управління, які окремі особи можуть використати у власних цілях';

драйвер 'особа чи явище, яке запускає, прискорює, визначає напрям певного суспільного процесу';

європейськість 'європейський спосіб життя, ментальність';

жидобандерівці 'інтернет-мем, який виник 2006 року в українській блогосфері як пародіювання стилю висловлювань російських шовіністів-українофобів'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери політичних токсичних шоу» займає перше місце та складає 84 одиниці (24%) лексичних неологізмів: *україножер, прихватизатор, грошороб, україно-виховання, владовершитель,*

золотобатонник, деолігархізація, тушка, піаніст, байденоотерапія, прем'єріада, непідписант, ударівець, опоблоківець, тітушка, кнопкодав, кіборг, ватник, діра, драйвер, медіакратія, європейськість, жидобандерівці, беркутята, няша, укри, укроп, постправа, вагнергейт, зепрезидент, українозневажець, україноненависник, недопатріот, нонконформізм, аналоговнєт, бавовна, мордор, ерефія, пуглерюгенд, блєдіна, орк, затридіні, ЗСУісти, дебахнулько, арестовлення, натівець, рашисти, терраша, потерьнєт, пуглернет, свинособаки, ванька, з-окупанти, з-трофеї, русонацисто, пушкініст, пуглер, пуглеровці, чмоня, донат, ЛНР, ДНР та інші.

3.33 ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу»

Другою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ та процесів пов'язаних з епідемією коронавірусу (32 од., 10%). Доцільно навести наступні приклади:

- коронаабсурд 'коли хтось поводитьсь безглуздо під час пандемії';*
- коронакома 'нескінченний період часу в локдауні';*
- коронастрижка 'стрижка зроблена на карантині';*
- рона 'коронавірус';*
- коронаскептик 'людину, яка не вірить в існування коронавірусу і скептично ставиться до всіх обмежувальних заходів, пов'язаних з пандемією';*
- дистанційка 'скорочення від «дистанційне навчання» або «дистанційна робота»';*
- чипування 'так іронічно називають вакцинацію від Covid-19';*
- антивакс 'скорочення від антивакцинатор – людина, яка не бажає вакцинуватися від коронавірусу';*
- ковідка 'лікарка, які працюють із ковідними пацієнтами'.*

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу» займає друге місце та складає 32 одиниці (10%) лексичних

неологізмів: *коронаабсурд, коронакома, коронастрижка, рона, коронаскептик, дистанційка, чипування, антивакс, каранте, ковідка, ковідіот, ковіденоміка, карантіні, макаронівірус, гречкохайп, карантьє, короноія, карантикули, короноїнали, маскошок, ковігіст, ковідіворс, граундинг, ковід-дисиденти, ковідятко, ковідло, коронафобія, локдець, расхламінго, карантець, бейбі-бум.*

3.34 ЛТГ «Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації»

Третьою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в медіа та засобів створення медіа-інформації (30 од., 8,5%). Доцільно навести наступні приклади:

медіамистецтво 'вид мистецтва, що створюється та репрезентується за допомогою сучасних інформаційнокомунікаційних';
медіаносій 'носій, що використовується для передачі інформації';
медіаплан 'документ, який передбачає певний розрахунок щодо забезпечення, наповнення інформаційного потоку';
медіапрогноз 'інформація, попередньо передбачена засобами масової інформації';
медіапродукт 'те, що виробляє медіа';
медіасистема 'комплекс медіаканалів, медіапродуктів і медіаносіїв';
медіатопіка 'актуальна тематика'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації» займає третє місце та складає 30 одиниць (8,5%) лексичних неологізмів: *медіамистецтво, медіаносій, медіаплан, медіапланування, медіапрезентація, медіапрогноз, медіапродукт, медіасистема, медіатопіка, медіаформат, крос-промоушн, медіабізнес, медіакарта, медіаграмотність, медіакорпорація, медіалінгвістика, медіалогія, підстиль, правка-вичитка, правка-обробка, правка-скорочення, прес-кліпінг, фраза-скріпа, відеоекологія, шот, медіавимірювання, смішинг, меседж, скрін, медіа – сейфті.*

3.35 ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»

Четвертою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення новоутворень в сфері журналістики, а саме: види/жанри медіа-журналістики, медіазасоби сфери журналістики, явища медіа-журналістики та назви професій в сфері журналістики (30 од., 8,5%). Доцільно навести наступні приклади:

3.35.1 ЛТПГ « Види/жанри медіа-журналістики» (15 од., 5%), наприклад:

Байлайнер 'присвячена новинній події стаття від першого імені організації';

горище текстовий матеріал, зверстаний у верхній частині газетної полоси у декілька колонок,

лід 'виділений перший абзац журналістського матеріалу';

ньюзлетер 'корпоративне періодичне видання, що публікує RP-тексти';

прес-кіт 'добірка цікавих для преси різножанрових текстів';

бекграунд 'офіційна інформація, що передує додатковій';

антрефіле 'коротка газетна замітка, подібна до репліки чи коментаря';

бліц-портрет 'інформаційний жанр медіа, що містить короткі відомості про людину з метою ознайомлення аудиторії з нею чи поглиблення фонових знань про неї';

3.35.2 ЛТПГ «Явища медіа-журналістики» (6 од., 2%)

бумвініл 'матеріал, який використовують для оправки журналів та книг';

ньюзрум 'відділ у редакції де створюються та опрацьовуються новини';

думскролінг 'надмірна кількість екранного часу, присвяченого читанню або дивитися погані новини'.

3.35.3 ЛТПГ «Медіазасоби сфери журналістики» (5 од., 1%)

Атетеза 'доказ необґрунтованого приписування авторства твору іншій особі';

деміністифікація 'право кожного на реінтерпретацію будь-яких інформаційних матеріалів пошуках плюралізму можливих для них значень або на критику символів (міфів), що претендують на абсолютні та універсальні'.

3.35.4 ЛТПГ «Назви професій в сфері журналістики» (4 од., 0,5%)

Мітник 'людина, яка насолоджується зустрічами та іншими адміністративними заходами та намагається відвідати якомога більше їх';

Віджей 'людина, яка в реальному часі при допомозі спеціального обладнання і на основі заздалегідь підготованих відеофрагментів створює візуальні ефекти під відтворювану музику'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери журналістики» займає четверте місце та складає 30 одиниць (8,5%) лексичних неологізмів, має чотири ЛТПГ, а саме: ЛТПГ «Види/жанри медіа-журналістики», яка складає 15 одиниць (5%): *байлайнер, горище, лід, ньюзлетер, прес-кіт, бекграунд, антрефіле, блиц-портрет, хард-ньюз, хедлайн-ньюз, мініісторія, фейк-ньюз, фейкомет, дезінфодемія, інтерв'ю-факт*; ЛТПГ «Явища медіа-журналістики», яка складає 6 одиниць (2%): *бумвініл, ньюзрум, думскролінг, інфодемія, дінфейк, білінг*; ЛТПГ «Медіазасоби сфери журналістики», яка складає 5 одиниць (1%): *атетеза, деміністифікація, бекграунд, стрім, постінг*; ЛТПГ «Назви професій в сфері журналістики», яка складає 4 одиниці (0,5%): *мітник; віджей, кліпмейкер, ньюсмейкер*.

3.36 ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»

П'ятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ та процесів у воєнній сфері (27 од., 7,5%). Доцільно навести наступні приклади:

хлопок 'вибух у росії, білорусі чи на території, яку тимчасово контролюють окупанти';

приліт 'влучання ворожої ракети чи снаряда у що-небуд';
азовець 'той, хто героїчно тримає оборону Маріуполя та
"Азовсталі"';
зеленка 'лісосмуга чи будь-яка інша лісиста місцевість, де
розташувались військові підрозділи';
мультик 'сучасний військовий одяг';
птічка 'дрон';
тіток – війська 'війська кадировців, які викладали в соцмережах
чимало "переможних" відео та світлин, але в реальний бій їти
боялися';
термоточка 'пожежа в росії';
бандеромобілі 'бойові автомобілі ЗСУ, що мають підвищену
прохідність, вони оснащені великокаліберним стрілецьким озброєнням і
мінометами'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми воєнної сфери» займає п'яте місце та складає 27 одиниць (7,5%) лексичних неологізмів: *хлопок, піксель, приліт, азовець, зеленка, мультик, птічка, ночніки, передок, літакопад, тіток – війська, термоточка, бандеромобілі, кіберкозаки, кіберпартизани, шайтан-труба, it- армія, цигани – привиди, чорнобаївка, оборонка, ппо, джавелін, силовик, гуманітарка, дискотека, град.*

3.37 ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі»

Шостою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ та процесів у сфері соціальних мереж (20 од., 5,5%). Доцільно навести наступні приклади:

пранк 'телефонне хуліганство, телефонний розіграш';
туторіал 'навчальний електронний матеріал';
флекс 'вихваляння, вважати себе кращими за інших, показувати своє
самолюбство';

крінж 'все, що в ваших очах виглядає вкрай ганебно';

рофл 'слово, яке найчастіше вживається в контексті глузування й тролінгу';

форсинг 'сильне акцентування уваги на чомусь новому, незвичному, яскравому';

хоумпейдж 'поширена назва для персонального сайту';

неторіті 'міра сумнозвісної репутації в Інтернеті'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі» займає шосте місце та складає 20 одиниць (5,5%) лексичних неологізмів: *пранк*, *туторіал*, *флекс*, *крінж*, *рофл*, *форсинг*, *хоумпейдж*, *неторіті*, *ноусеконд*, *лук*, *фангрупа*, *чіл*, *фейспалм*, *тристаграм*, *емодзі*, *чекін*, *булінг*, *інфоманія*, *епікфейл*, *вайб*.

3.38 ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій»

Сьомою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення назв друкованих видань та корпорацій, організацій (17 од., 5%). Доцільно навести наступні приклади:

«Євроњюз» європейський щоденний цілодобовий інформаційний телеканал, що поєднує відеохроніку світових подій та аудіокоментарі одинадцятьма мовами, зокрема українською

«Березіль» 'український літературо-художній та громадсько-політичний щомісячний журнал';

«БІ-БІ-СІ» 'британська телерадіомовна корпорація';

«Гардіан» 'щоденна загальнонаціональна британська газета';

«Дукля» 'україномовний літературно-мистецький та публіцистичний журнал, що випускається у Словаччині';

«Ейдж» 'австралійська щоденна газета';

«Експрес» 'українська суспільно-політична газета, видається у Львові';

«Ельта» 'литовська агенція новин'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій» займає сьоме місце та складає 17 одиниць (5%) лексичних неологізмів: «Європьюз», «Березіль», «БІ-БІ-СІ», «Гардіан», «Дукля», «Ейдж», «Експрес», «Ельта», «Ем-ті-ві», «Іконеміст», «Індепендент», «ЄПРА», «Гугл», «Рейтерс», «Ю-Ес-Ей-Тудей», «Уолл-стріт-джорнел», «Фейсбук».

3.39 ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи»

Восьмою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення новоутворень у сфері блогу та веб-платформи (16 од., 4,5%). Доцільно навести наступні приклади:

гост 'мережевий сервер, що дозволяє користувачам читати веб-сайти та дописувати їх';

гостинг 'послуга гостинг-провайдерів, що пропонують своїм користувачам простір на своїх серверах для розміщення веб-сайтів';

кукі-файл 'невеликі за обсягом файли, які зберігають інформацію та реєстрацію та вподобання користувача';

шоквейв 'технологія, що дозволяє розміщувати на веб-сторінках мультимедійні об'єкти';

аккаунт 'запис при реєстрації Інтернет-ресурсу; реєстраційний запис у мережі Інтернет';

«Скайп» 'програма, розроблена компанією Skype Limited, що дозволяє спілкуватися з усім світом через мережу Інтернет за допомогою веб-камери в режимі реального часу';

метметчінг 'зведення та знайомство людей через інтернет';

хештег 'слово або фраза, яким передуює символ «#»'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи» займає восьме місце та складає 16 одиниць (4,5%) лексичних неологізмів: *гост, гостинг, кукі-файл, шоквейв, аккаунт, «Скайп», метметчінг, гонконг, хештег, гугліж, гуглізми, інфóрмер, нетикет, копінаст, сабмітікейшн, «Гугл»*.

3.40 ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери»

Дев'ятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явища, процеси та професії в сфері інформаційних технологій (14 од., 4,5%). Доцільно навести наступні приклади:

3.40.1 ЛТПГ «Професії в сфері інформаційних технологій» (10 од., 4%) , наприклад:

*тьютор 'наставник, репетитор';
ейчар 'фахівець, який, в залежності від правил компанії, займається підбором, адаптацією, звільненням і навіть розвитком персоналу';
івентменеджер 'професіонал, який займається організацією ділових, спортивних та розважальних заходів для різних компаній';
девелопер 'розробник програмного забезпечення';
хедхантер 'займається пошуком і переманювання в компанію замовника топ-менеджерів і керівників вищої ланки'.*

3.40.2 ЛТПГ «Явища та процеси в сфері ІТ» (4 од., 0,5%), наприклад:

*софт 'сукупність програм системи обробки інформації і програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм';
копілефт 'надання власником авторських прав дозволу на вільне використання, зміну і розповсюдження його твору за умови, що усі похідні твори будуть розповсюджуватись на тих же засадах';
моддінг 'зміна конструкції і дизайну електронних, як правило комп'ютерних, пристроїв з метою покращення їх стилістичних і технічних характеристик'.*

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують,

встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери журналістики» займає дев'яте місце та складає 14 одиниць (4,5%) лексичних неологізмів, має дві ЛТПГ, а саме: ЛТПГ «Професії в сфері інформаційних технологій», яка складає 10 одиниць (4%): *тьютор, ейчар, івентменеджер, девелопер, хедхантер, кіберпрофайлер, хедлайнер, хендмейкер, спічрайтер, плеймейкер*; ЛТПГ «Явища та процеси в сфері ІТ», яка складає 4 одиниці (0,5%): *софт, кпілефт, моддінг, гроуз-хакінг*.

3.41 ЛТГ «Рекламні засоби»

Десятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення рекламних засобів (13 од., 3,5%). Доцільно навести наступні приклади:

ай – стопер 'знак, який використовується у рекламі для привернення уваги';

бампер 'музична чи рекламна вставка у телевізійній передачі';

бінго-карта 'розділ у виданні, що містить рекламу товару';

бул-марк 'яскрава картка з вкладеною інформацією';

веб-реклама 'вид реклами, що здійснюється в режимі онлайн та є розповсюдженим в Інтернет-сфері';

ехо-фраза 'вираз, що стоїть в кінці текстового рекламного звернення, яке повторює (дослівно або за змістом) заголовок або основну тему звернення';

баннеропоказ 'фактичний показ (презентація) баннера; включає мову, графічний, аудіо- та відеоряди'

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Рекламні засоби» займає десяте місце та складає 13 одиниць (3,5%) лексичних неологізмів: *ай – стопер, бампер, бінго-карта, бул-марк, веб-реклама, ехо-фраза, баннеропоказ, іміджелогія, консьюмеризм, ктематонім, лого, клікбейт, іміджборд*.

3.42 ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ»

Одинадцятьою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення користувачів блогу та інтернет-платформ (12 од., 3,5%). Доцільно навести наступні приклади:

чаттер 'засіб обміну повідомленнями з комп'ютерної мережі в режимі реального часу';

троль 'суб'єкт розміщення на віртуальних комунікативних ресурсах провокаційних повідомлень для нагнітання конфлікту шляхом порушення правил етичного кодексу Інтернет-взаємодії';

петросян 'суспільна негативна оцінка, що надає реченню критичного забарвлення';

гугленята 'люди, які часто використовують пошукову систему Гугл';

гуглань 'людина, яка не вміє користуватися пошуковою системою';

гуглюк 'людина, яка не вміє користуватися пошуковою системою';

гугломовець 'мовець, який черпає інформацію з гугла'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ» займає одинадцяте місце та складає 12 одиниць (3,5%) лексичних неологізмів: *чаттер*, *троль*, *петросян*, *гугленята*, *гуглань*, *гуглюк*, *гугломовець*, *гугляр*, *емодзист*, *нетизянин*, *юзер*, *нерд*.

3.43 ЛТГ «Неологізми сфери телебачення»

Дванадцятьою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явища, засоби передачі інформації в сфері телебачення, засоби мовленнєвого відтворення інформації та телевізійні процеси відтворення інформації (11 од., 3%). Доцільно навести наступні приклади:

3.43.1 ЛТПГ «Телевізійні явища/засоби передачі інформації» (8 од., 2%), наприклад:

бліц-ролик 'короткий телевізійний ролик';

бобслей 'нарізка коротких динамічних кадрів';

морфінг 'відеоефект, що створює ілюзію поступового перетворення певного об'єкта в інший';

шейдинг 'відеоефект, що полягає у поступовому затемненні чи висвітленні окремих ділянок зображення';

3.43.2 ЛТПГ «Засоби мовленнєвого відтворення інформації» (2 од., 0,5%),
наприклад:

стьоб 'іронічно-насмішкуватий стиль ведучих телепередач'.

імпровіза 'імпровізувати'.

3.43.3 ЛТПГ «Телевізійні процеси відтворення інформації» (1 од., 0,5%),
наприклад:

дигіталізація 'перетворення інформації в цифрову форму'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери телебачення» займає дванадцять місце та складає 11 одиниць (3%) лексичних неологізмів, має три ЛТПГ, а саме: ЛТПГ «Телевізійні явища/засоби передачі інформації», яка складає 8 (2%) одиниць: *бліц-ролик, бобслей, морфінг, шейдинг, телекомінкація, глокалізація, ковідео, бумсплейн*; ЛТПГ «Засоби мовленнєвого відтворення інформації», яка складає 2 одиниці (0,5%): *стьоб, імпровіза*; ЛТПГ «Телевізійні процеси відтворення інформації», яка складає 1 одиницю (0,5%): *дигіталізація*.

3.44 ЛТГ «Номінації на позначення суспільних тенденцій та явищ»

Тринадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення суспільних тенденцій та явищ (11 од., 3%). Доцільно навести наступні приклади:

спендемік 'означає тенденцію несподівано витратити гроші під час кризи, особливо на якісь непотрібні речі';

хітсивня 'сполучення слів "хітс"(електронні сигарети) та "гривня"';

накрут 'характеризують маятникові настрої, чергування стану напруження, посилення тривоги, хвилювання';

розкрут 'оптимізм, віра у світле, спад психологічного тиску або виведення вас із такого стану';

зорбінг 'різновид активного відпочинку чи спорт, що полягає в спуску людини у круглій прозорій полімерній кулі';

блекаут 'відключення електроенергії';

хронолідерство 'спосіб організації робочого часу, за якого ти працюєш в той час доби, коли за своїми біоритмами відчуваєшся найбільш бадьорим і працездатним'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Номінації на позначення суспільних тенденцій та явищ» займає тринадцяте місце та складає 11 одиниць (3%) лексичних неологізмів: *спендемік, хітсивня, накрут, розкрут, зорбінг, квілінг, блекаут, хронолідерство, фанта, техно-оптимізм, шузня*.

3.45 ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»

Чотирнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення технічних засобів та пристроїв для роботи в медіасередовищі (10 од., 2,5%). Доцільно навести наступні приклади:

ЕОР 'інформаційний освітній ресурс, зберігається і передається в електронній формі, найбільш загальне поняття, що відноситься до електронного інформаційного об'єкту, призначеному для використання в освіті';

ІКТ 'сукупність методів і засобів збору, обробки, зберігання і розповсюдження звуковий, графічної, текстової та цифрової інформації в інтересах користувачів';

телеміст 'сукупність технічних й організаційних заходів, спрямованих на забезпечення двостороннього аудіо- та відеозв'язку між двома й більше віддаленими об'єктами';

телеприсутність 'набір технологій, що дозволяє користувачеві, зокрема за допомогою спеціальних пристроїв, отримати враження від того, що він знаходиться і / або впливає на події';

ай-повідомлення 'служба обміну миттєвими текстовими повідомленнями'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі» займає чотирнадцяте місце та складає 10 одиниць (2,5%) лексичних неологізмів: *ЕОР, ІКТ, телеміст, телеприсутність, ГКС, ай-повідомлення, графогенератор, пуш-засоби, гармонайзер, гейт*.

3.46 ЛТГ «Найменування користувачів соц.мережі»

П'ятнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення користувачів соціальних мереж (6 од., 1,5%). Доцільно навести наступні приклади:

пранкер 'той хто займається телефонним хуліганством, телефонним розіграшем';

камберфан 'фанати британського актора Бенедикта Камбербетча';

мейт 'об'єкт, до якого людина відчуває особливо теплі почуття';

стайлфіл 'людина, яка одержима і завалена сучасною модою';

інфлюенсер 'людина, яка впливає на думки і погляди суспільства через соціальні мережі'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Найменування користувачів соц.мережі» займає п'ятнадцяте місце та складає 6 одиниць (1,5%) лексичних неологізмів: *пранкер, камберфан, мейт, стайлфіл, інфлюенсер, смартфонозомбі*.

3.47 ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу»

Шістнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в сфері маркетингу (4 од., 1%).

Доцільно навести наступні приклади:

фішмаркетинг 'метод, за допомогою якого продавці складають електронну 'пошту чи інші повідомлення таким чином, що, здається, продають товар однієї компанії, коли в душі фішинг-шахрайства його URL-адреси або QR-коди або інші директори відправляють клієнта до місця продажу абсолютно інший товар чи послуга іншої компанії';

амбасадор 'людина, найнята організацією або компанією, щоб представляти бренд в позитивному світлі';

бутстрепінг 'інвестиційна стратегія бізнесу, яка передбачає створення проєкту власними коштами, без залучення зовнішніх інвесторів';

мерч 'продукція з символікою певної особи, гри, фільму, серіалу'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу» займає шістнадцяте місце та складає 4 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *фішмаркетинг, амбасадор, мерч, бутстрепінг*.

3.48 ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom»

Сімнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ пов'язаних із програмою Zoom (4 од., 1%). Доцільно навести наступні приклади:

зумпінг 'розлучення з хлопцем або дівчиною за допомогою відеозв'язку';

зумозалежність 'віддалений процес навчання за допомогою Zoom';

зумбі 'люди, які проводять багато часу в Zoom'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою

Zoom» займає сімнадцяте місце та складає 4 одиниці (1%) лексичних неологізмів: *зумпінг, зумозалежність, зумбі, зумбомбінг*.

3.49 ЛТГ «Жанри та види медіаторів»

Вісімнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення жанрів та видів медіаторів (3 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

мініісторія 'медійний жанр, тип замітки, що широко представлений у сучасних виданнях, призначених для сімейного читання';

мініогляд 'особливий тип форматування інформаційного матеріалу, або т. зв. фактологічна замітка';

мінірецензія 'інформаційний жанр, який синонімізовано з оцінною заміткою щодо конкретної події чи інформаційного явища (книга, кінофільм, п'єса та ін.)'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Жанри та види медіаторів» займає вісімнадцяте місце та складає 3 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *мініісторія, мініогляд, мінірецензія*.

3.50 ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення»

Дев'ятнадцятою за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в сфері радіомовлення (3 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

АДЛІБ 'експромт, імпровізація ведучого на радіо';

радіочат 'чат, що використовується в радійному мовленні, в онлайн-режимі та полягає у спілкуванні з радіослухачами засобами мобільного зв'язку в форматі «ді-джей / радіослухач»;

транкінг 'призначений для забезпечення голосового зв'язку між великою кількістю рухомих абонентів при обмеженій кількості радіоканалів'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення» займає дев'ятнадцяте місце та складає 3 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *АДЛБ, радіочат, транкінг*.

3.51 ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»

Двадцятью за чисельністю ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення мовних тенденцій в інтернет-спілкуванні (3 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

вебліш 'специфічна англійська мова, характерна для інтернет-висловів, написання всіх літер у малому регістрі, відсутність розділових знаків, орфографічні, пунктуаційні та граматичні помилки, нелітературний, навіть неформальний стиль';

глобіш 'спрощена англійська мова, якою спілкуються представники неангломовних країн';

нетспік 'специфічний, проміжний між усним та письмовим вид мовлення, що виник у спілкуванні через Інтернет'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні» займає двадцяте місце та складає 3 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *вебліш, глобіш, нетспік*.

3.52 ЛТГ «Неологізми музичної сфери»

Двадцять першою ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в сфері музики (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

лаунж 'легка фоновіа музика, призначена для створення невимушеної атмосфери';

сейшен 'неформальна музична подія, процес чи діяльність, коли музиканти, зазвичай інструменталісти, грають імпровізовані соло на мелодії, пісні та акордові послідовності'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми музичної сфери» займає двадцять перше місце та складає 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *лаунж, сейшен*.

3.53 ЛТГ «Види інтернет-з'єднання»

Двадцять другою ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення видів інтернет-з'єднання (2 од., 0,5%). Доцільно навести наступні приклади:

аутернет 'альтернатива Інтернету, його гігантський за рівнем охоплення аналог, який нью-йоркська некомерційна компанія MDIF (Media Development Investment Fund) планує запустити до літа 2015 року';

екстранет 'комп'ютерна мережа, що з'єднує певну фірму з клієнтами, постачальниками'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Види інтернет-з'єднання» займає двадцять друге місце та складає 2 одиниці (0,5%) лексичних неологізмів: *аутернет, екстранет*.

3.54 ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»

Двадцять третьою ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в сфері медичних телепередач та є найменшою серед ЛТГ в українській мові (1 од., 0,25%). Доцільно навести наступні приклади:

медфлюенсер 'лікар, який у соцмережах ділиться порадами та рекомендаціям і пояснює незрозумілі речі простою мовою'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач» займає двадцять третє місце та складає всього лише 1 одиницю (0,25%) лексичних неологізмів: *медфлюенсер*.

3.55 ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»

Двадцять четвертою ЛТГ в українській мові є ЛТГ, яка складається із новотворів на позначення явищ в сфері релігії та є найменшою серед ЛТГ в українській мові (1 од., 0,25%). Доцільно навести наступний приклад:

білобратчик 'член релігійної секти "Біле братство"'.

Отже, в межах сформованої вибірки у 700 лексичних одиниць при визначенні семантичних особливостей лексичних одиниць, які її формують, встановлено, що в українській мові ЛТГ «Неологізми в сфері релігії» займає двадцять четверте місце та складає всього лише 1 одиницю (0,25%) лексичних неологізмів: *білобратчик*.

Таблиця 2

Рейтинг ЛТГ неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах

№	Назви груп/підгруп в англ. мові	Абсолют. кількість	Відносна кількість	Назви груп/підгруп в укр. мові	Абсолют. кількість	Відносна кількість
1.	ЛТГ «Неологізми інтернет-листування»	81	22%	ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	84	24%
2.	ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування»	76	20%	ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу»	32	10%

3.	ЛТГ «Неологізми сфери реклами»	24	6,5%	ЛТГ «Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації» ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	30 30	8,5% 8,5%
4.	ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	18	6%	ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»	27	7,5%
5.	ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі»	15	5%	ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі»	20	5,5%
6.	ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	14	4%	ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/ організацій»	17	5%
	ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/ явища»	14	4%	ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи»	16	4,5%
7.	ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери»	13	4%	ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери»	14	4,5%
	ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу»	13	4%	ЛТГ «Рекламні засоби»	13	3,5%
8.	ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	9	2,5%	ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ»	12	%
9.	ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»	8	2,5%	ЛТГ «Неологізми сфери телебачення»	11	3%
				ЛТГ «Номінації на позначення суспільних тенденцій та явищ»	11	3%
10.	ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»»	6	2%	ЛТГ «Технічні засоби/ пристрої для роботи в медіасередовищі»	10	2,5%
11.	ЛТГ «Жанри та види медіаторів»	5	2%	ЛТГ «Найменування користувачів соц. мережі»	6	1,5%
12.	ЛТГ «Британські та американські телепередачі/	4	1,5%	ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу»	4	1%
				ЛТГ «Неологізми	4	1%

	серіали» ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації»	4	1,5%	пов'язані із програмою Zoom»		
	ЛТГ «Номінації на позначення видів страху»	4	1,5%			
	ЛТГ «Часові одиниці та періоди»	4	1,5%			
13.	ЛТГ «Неологізми кіномистецтва»	3	1%	ЛТГ «Жанри та види медіатворів»	3	0,5%
	ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації»	3	1%	ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення»	3	0,5%
	ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів»	3	1%	ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»	3	0,5%
	ЛТГ «Номінації на позначення професій»	3	1%			
	ЛТГ «Жанри блогу»	3	1%			
	ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»	3	1%			
14.	ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць»	2	0,5%	ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	2	0,5%
	ЛТГ «Неологізми сфери ІТ»	2	0,5%	ЛТГ «Види інтернет-з'єднання»	2	0,5%
	ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання»	2	0,5%			
	ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією»	2	0,5%			
	ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі»	2	0,5%			
	ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	2	0,5%			
15.	ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»	1	0,25%	ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	1	0,25%

	ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	1	0,25%	ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	1	0,25%
--	----------------------------------	---	-------	----------------------------------	---	-------



Висновки до розділу 3

За підсумками аналізу лексичних неологізмів медіасфери в сучасних англійській та українській мовах (700 лексичних одиниць) крізь призму семантичної площини сформовано такий рейтинг виокремлених ЛТГ, як :

1) На першому місці в англійській мові ЛТГ «Неологізми інтернет-листування» (81 од., 22%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Номінації негативних емоцій-реакцій» (28 од., 7 %): *bulshvic* 'дідько', *daggum* 'дідько', *dugit* 'дідько', *ack* 'емоція злості', *e-nore* 'інтернет-ігнор', *IMbiguity* 'роздратованість', *schload* 'дуже багато', *shit-ton* 'дуже багато', *shitness* 'найгірше, що може бути', *butterfickle* 'чорт', *der* 'збентеження', *disasterbacle* 'катастрофа' та інші; ЛТПГ «Методи листування з інтернет-користувачами» (22 од., 6%), наприклад: *comatext* 'коматекст', *sarostrophe* 'канострофа', *sappuslockus* 'кануслокус', *e-touch* 'інтернет-спілкування', *bushism* 'бушизм', *convercide* 'конверсайд', *ebenzy* 'порозуміння' та інші; ЛТПГ «Номінації онлайн-тексту» (16 од., 4,5%), до якої належать такі неологізми, як: *drunkword* 'нерозбірлеве слово', *gnilleps* 'незрозуміле слово', *dotcomword* 'слововихваляння', *sloppuwords* 'неправильно записані слова', *sniglet* 'слово, якого немає в словнику' та інші; ЛТПГ «Номінації позитивних емоцій-реакцій» (13 од., 4%), до якої належать такі неологізми, як: *bitsipooket* 'любовні листи', *dignitude* 'гідне відношення', *anticillation* 'емоція захоплення', *awesomnity* 'стан\ почуття прекрасності', *croms* 'щось гарне'; ЛТПГ «Види онлайн-текстування» (2 од., 0,5%), до якої належать такі неологізми, як: *horobvioscope* 'зрозумілий гороскоп', *humography* 'весела історія' та інші.

В українській мові на першому місці ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу» (84 од., 24%), до якої належать такі неологізми, як: *прихватизатор*, *грошороб*, *україно-виховання*, *владовершитель*, *золотобатонник*, *деолігархізація*, *тушка*, *піаніст*, *байденотерапія*, *прем'єріада*, *непідписант*, *ударівець*, *опоблоківець*, *тітушка*, *кнопкодав*, *кіборг*, *ватник*, *діра*, *драйвер*, *медіакратія*, *європейськість*, *жидобандерівці*, *беркутята*, *няша*, *укри*, *укроп*,

постправа, вагнергейт, зепрезидент, українозневажаєць, україноненависник та інші.

2) На другому місці в англійській мові ЛТГ «Найменування користувачів інтернет-спілкування» (76 од., 20%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з негативною конотацією» (54 од., 13%) ,до якої належать такі неологізми, як: *fidiot* ‘дурень’, *errorist* ‘той, хто робить помилки’ *commentariat* ‘коментаріам’, *egosurfer* ‘егоцнтрист’, *alarmisist* ‘панікер’, *bleater* ‘панікер’, *ebanatic* ‘ібейнемік’, *ebanipper* ‘ібейніпер’, *ebiot* ‘дурень’, *googru* ‘гулгру’, *iconoblaster* ‘бунтар’ та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з позитивною конотацією» (13 од., 3%), до якої належать такі неологізми, як: *bouser* ‘книголюб’, *dotcommie* ‘ультра-ліберальний блогер’, *flashmentalist* ‘флешменталіст’, *snooder* ‘снуд –геймер’, *tangentman* ‘лідер розмови’, *tangentwoman* ‘лідерка розмови’, *alphageek* ‘найбільш обізнана, технічно досвідчена людина’ та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з негативною конотацією» (5 од., 2 %), до якої належать такі неологізми, як: *frenemy* ‘друг-ворог’, *benefriend* ‘вигідний друг’, *fauxfile* ‘фейк’ та інші; ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з позитивною конотацією» (4 од., 2%), до якої належать такі неологізми, як: *dudette* ‘подруга’, *blend* ‘блогер-друг’ та інші.

В українській мові на другому місці ЛТГ «Номінації пов’язані з епідемією коронавірусу» (32 од., 10%), до якої належать такі неологізми, як: *коронаабсурд*, *коронакома*, *коронастрижка*, *рона*, *коронаскептик*, *дистанційка*, *чипування*, *антивакс*, *каранте*, *ковідка*, *ковідіот*, *ковідономіка*, *карантіні*, *макароновірус* та інші.

3) Третє місце в англійській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери реклами» (24 од., 6,5%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Рекламні процеси» (13 од., 4%), до якої належать такі неологізми, як: *agreeance* ‘домовленість’, *applicating* ‘приймання заявки’, *virtualization* ‘віртуалізація’, *seductivity* ‘здатність спокушати’, *spellilepsy* ‘спеліленсі’, *foreploy* ‘брехня’ та інші; ЛТПГ «Види реклами» (11 од., 2,5%), до якої належать такі неологізми, як: *abusement* ‘образлива реклама’, *advertesement* ‘приваблююча реклама’, *blamestorming*

‘блеймстормінг’, *deadvertisement* ‘смертельна реклама’, *dreadvertise* ‘брудна реклама’ та інші.

Третє місце в українській мові займає ЛТГ «Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації» (30 од., 8,5%), до якої належать такі неологізми, як: *медіамистецтво*, *медіаносій*, *медіаплан*, *медіапланування*, *медіапрезентація*, *медіапрогноз*, *медіапродукт*, *медіасистема*, *медіатоніка*, *медіаформат*, *крос-промоушн*, *медіабізнес*, *медіакарта*, *медіаграмотність* та ЛТПГ «Неологізми сфери журналістики» (30 од., 8,5%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Види/жанри медіа-журналістики» (15 од., 5%), до якої належать такі неологізми, як: *байлайнер*, *горище*, *лід*, *нюзлетер*, *прес-кіт*, *бекграунд*, *антрефіле*, *бліц-портрет*, *хард-нюз*, *хедлайн-нюз*, *мініісторія* та інші; ЛТПГ «Явища медіа-журналістики» (6 од., 2%), до якої належать такі неологізми, як: *бумвініл*, *нюзрум*, *думскролінг*, *інфодемія*, *дінфейк*, *білінг*; ЛТПГ «Медіазасоби сфери журналістики» (5 од., 1%), до якої належать такі неологізми, як: *атетеза*, *деміністифікація*, *бекграунд*, *стрім*, *постінг*; ЛТПГ «Назви професій в сфері журналістики» (4 од., 0,5%), до якої належать такі неологізми, як: *мітник*; *віджей*, *кліпмейкер*, *нюсмейкер*.

4) Четверте місце в англійській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач» (18 од., 6%), до якої належать такі неологізми, як: *ambulant* ‘страх сирени’, *accidentist* ‘поганий дантист’, *bumgavitis* ‘бумгавітіс’, *dietribe* ‘лекція з дієтології’, *clicklexia* ‘кліклексія’, *ego-out* ‘знання які втрачаються після смерті’, *habitosi* ‘хебітозис’, *heredstupidity* ‘успадкована дурість’, *hepatitis* ‘хіпатит’, *hurnoxia* ‘драмівливість як захворювання’, *pinjury* ‘травма при виконанні прийому’, *sarafinitis* ‘нездатність друкувати, коли говориш», *gamovation* ‘рефлекторні фізичні рухи’, *addadictomy* ‘зміна статі’, *alcotholic* ‘алктолик’, *alcolean* ‘алколін’, *alcoholologic* ‘алкологіка’.

Четверте місце в українській мові займає ЛТГ «Неологізми воєнної сфери» (27 од., 7,5%), до якої належать такі неологізми, як: *хлопок*, *піксель*, *приліт*, *азовець*, *зеленка*, *мультик*, *птічка*, *ночніки*, *передок*, *літакопад*, *тікток* – *війська*, *термоточка*, *бандеромобілі*, *кіберкозаки*, *кіберпартизани*, *шайтан-*

труба, it-армія, цигани – привиди, чорнобаївка, оборонка, ппо, джавелін, силовик, гуманітарка, дискотека, град.

5) П'яте місце в англійській мові ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі» (15 од., 5%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Методи ведення соц.мереж з негативною конотацією» (7 од., 2,5%), до якої належать такі неологізми, як: *geobragging* 'негативно вихвалялись статусом', *cyberstalking* 'інтернет-прислідування', *spin* 'превернення уваги негативним шляхом', *servelence* 'рантове затишшя в розмові', *flake* 'підробка', *phishmarketing* 'фішмаркетинг', *bowbaktry* 'схилялись перед усіма'; *anchority* 'енхорімі'; ЛТПГ «Інтернет-хештеги» (4 од., 1,5%), до якої належать такі неологізми, як: *BAV* 'погане відео', *FLK* 'весела дитина', *GOL* 'голосно реготати', *UBD* 'проблема користувача'; ЛТПГ «Варіації відносин у соц.мережах» (3 од., 1%), до якої належать такі неологізми, як: *broath* 'чоловіча дружба', *cougar* 'жінка, що шукає відносин', *latersohinip* 'змішані відносини'.

П'яте місце в українській мові займає ЛТГ «Процеси та явища сфери соц. мережі» (20 од., 5,5%), до якої входять такі неологізми, як: *пранк*, *туторіал*, *флекс*, *крінж*, *рофл*, *форсинг*, *хоумпейдж*, *неторіті*, *ноусеконд*, *лук*, *фангрупа*, *чіл*, *фейспалм*, *тристаграм*, *емодзі*, *чекін*, *булінг*, *інфоманія*, *епікфейл*, *вайб*.

6) Шосте місце в англійській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери журналістики» (14 од., 4%), до якої входять такі неологізми, як: *tabloidization* 'таблоїдизація', *hyperdocumentation* 'гіпер-документація', *bias* 'упередженість', *flak* 'натиск', *covfefe* 'мега-сенсації', *cowversation* 'застаріла тема', *teamlet* 'маленька команда', *cell-hell* 'місце, де поганий зв'язок', *eripa* 'уявна оцінка подій', *fanaddict* 'залежний фанат', *notoriety* 'сумнозвісна репутація', *obituary* 'всесвітнє висвітлення смерті людини', *psychoaxis* 'головна тема'; *cyberjournalism* 'кібержурналістика'. Теж саме місце займає ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища» (14 од., 4%), до якої входять такі неологізми, як: *anaseption* 'енесептин, або ходіння перед телевізором', *digiocrity* 'цифровізація', *datacasting* 'розповсюдження даних', *feed* 'транслявання', *enterstainment* 'огидна розвага', *Skinemax* 'кабельний кнал', *spanktervision* 'нічне

телебачення', *telebility* 'телечуткість', *telecrastination* 'телескрутинація', *dejaview* 'дежв'ю при перегляді телевізора', *teleflector* 'теле- дзеркало', *neutronpeas* 'нютроніз', *plothole* 'недолуге місце в сюжеті'; *televiwer* 'телеглядач'.

Шосте місце в українській мові займає ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій» (17 од., 5%), до якої входять такі неологізми, як: «Євроньюз», «Березіль», «БІ-БІ-СІ», «Гардіан», «Дукля», «Ейдж», «Експрес», «Ельта», «Ем-ті-ві», «Іконеміст», «Індепендент», «ЄПРА», «Гугл», «Рейтерс», «Ю-Ес-Ей-Тудей», «Уолл-стріт-джорнел», «Фейсбук» та ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи» (16 од., 4,5%), до якої входять такі неологізми, як: *гост*, *гостинг*, *кукі-файл*, *шоквейв*, *аккаунт*, «*скайп*», *метметчінг*, *гонконг*, *хештег*, *гугліж*, *гуглізми*, *інфóрмер*, *нетикет*, *копінаст*, *сабмітікейшн*, *гугл*.

7) Сьоме місце в англійській мові займає ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери» (13 од., 4%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Позитивно-конотативні номінації користувачів блогу» (6 од., 2%), до якої належать такі неологізми, як: *blogmaster* 'блог- мастер', *blogocracy* 'блогоаристократія', *twintern* 'смішник', *celebtwit* 'знаменитість', *blodgebrity* 'знаменитість', *Orlandite* 'фанат Орlando Блума'; ЛТПГ «Негативно-конотативні номінації користувачів блогу» (4 од., 1%), до якої належать такі неологізми, як: *twamer* 'скандаліст', *bulltwitter* 'брехун', *attwacker* 'цькувальник', *splogger* 'сплогер'; ЛТПГ «Номінації нових користувачів блогу» (3 од., 1%), до якої належать такі неологізми, як: *twinfancy* 'новачок', *twirgin* 'новачок', *twewbie* 'новачок'. Теж саме місце займає ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу» (13 од., 4%), до якої входять такі неологізми, як: *bifocalitis* 'біфокелемія', *twittercide* 'видалення', *anchority* 'енхорімі', *dotbomb* 'провальна справа', *EGGS* 'засіб інтернет продажів', *snigletization* 'сніглетизація', *snigletology* 'сніглетологія', *snigology* 'скорочення від «сніглетологія»', *cadudo* 'що небудь', *scarcasm* 'сарказм, який справді робить боляче', *sarchasm* 'непорозуміння', *inspiration* 'сна-ідея', *inteternet* 'інтернет такий як має бути'.

Сьоме місце в українській мові займає ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери» (14 од., 4,5%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Професії в сфері інформаційних технологій» (10 од., 4%), до якої належать такі неологізми, як: *тьютор, ейчар, івентменеджер, девелопер, хедхантер, кіберпрофайлер, хедлайнер, хендмейкер, спічрайтер, плеймейкер*; ЛТПГ «Явища та процеси в сфері ІТ» (4 од., 0,5%), до якої належать такі неологізми, як: *софт, кпілефт, моддінг, гроуз-хакінг* та ЛТГ «Рекламні засоби» (13 од., 3,5%), до якої входять такі неологізми, як: *ай – стопер, бампер, бінго-карта, бул-марк, веб-реклама, ехо-фраза, баннеропоказ, іміджелогія, консьюмеризм, ктематонім, лого, клікбейт, іміджборд*.

8) Восьме місце в англійській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу» (9 од., 2,5%), до якої входять такі неологізми, як: *commucapitalist* 'комуніст-капіталіст', *dementocracy* 'дементократія', *dyslection* 'дислелекшн', *slotus, gongshow* 'безглузда ситуація', *gongflap* 'переломний момент', *heroicism* 'недогероїзм', *mediocrasy* 'уряд, як правило, опосередковано, через популярні ЗМІ', *poflet* 'волосся, що піднімається вгору'.

Восьме місце в українській мові займає ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ» (12 од., 3,5%), до якої входять такі неологізми, як: *чаттер, троль, петросян, гугленята, гуглань, гуглюк, гугломовець, гугляр, емодзист, нетизянин, юзер, нерд*.

9) Дев'яте місце в англійській мові займає ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні» (8 од., 2,5%), до якої входять такі неологізми, як: *americanese* 'китайський американський', *ameriglish* 'американська англійська', *amglish* 'американська-англійська', *englishification* 'англізація', *shazwazzer* 'австралійський сленг американців', *bushspeak* 'стиль мови Джорджа Буша', *inebrionics* 'нестандартна американська англійська', *Japlish* 'неправильний переклад японських слів або фраз англійською мовою'.

Дев'яте місце в українській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери телебачення» (11 од., 3%), до якої входять такі ЛТПГ, як: ЛТПГ «Телевізійні явища/засоби передачі інформації» (8 од., 2%) ,до якої належать такі неологізми, як: *бліц-ролик, бобслей, морфінг, шейдинг, телекомінкація, глокалізація, ковідео, бумсплейн*; ЛТПГ «Засоби мовленнєвого відтворення

інформації» (2 од., 0,5%), до якої належать такі неологізми, як: *стьоб*, *імпровіза*; ЛТПГ «Телевізійні процеси відтворення інформації» (1 од., 0,5%), до якої належать такі неологізми, як: *дигіталізація* та ЛТГ «Номінації на позначення супільних тенденцій та явищ» (11 од., 3%), до якої входять такі неологізми, як: *спендемік*, *хітсивня*, *накрут*, *розкрут*, *зорбінг*, *квілінг*, *блекаут*, *хронолідерство*, *фанта*, *техно-оптимізм*, *шузня*

10) Десяте місце в англійській мові займають ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»» (6 од., 2%), до якої входять такі неологізми, як: *unagi* 'унагі', *aword* 'літературний приз', *baboon* 'бабун', *scribline* 'місце для підпису на картці', *fornicorium* 'апартаменти холостяка', *frumptage* 'гумка старого олівця'.

Десяте місце в українській мові займає ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі» (10 од., 2,5%), до якої входять такі неологізми, як: *ЕОР*, *ІКТ*, *телеміст*, *телеприсутність*, *ГКС*, *ай-повідомлення*, *графогенератор*, *пуш-засоби*, *гармонайзер*, *гейт*.

11) Одиннадцяту позицію у рейтингу в англійській мові посідають ЛТГ «Жанри та види медіатворів» (5 од., 2%), до якої входять такі неологізми, як: *advomentary* 'адвоментарі', *cyberthriller* 'кібертрилер', *series* 'фільм, знятий по серіалу', *docudrama* 'документальна драма', *conversiovie* 'фільм, що містить сцени насилля'.

Одиннадцяту позицію у рейтингу в українській мові займає ЛТГ «Найменування користувачів соц. мережі» (6 од., 1,5%), до якої входять такі неологізми, як: *пранкер*, *камберфан*, *мейт*, *стайлфіл*, *інфлюенсер*, *смартфонозомбі*.

12) Дваннадцяте місце в англійській мові займають ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали» (4 од., 1,5%), до якої входять такі неологізми, як: *Westworld* «Світ Дикого Заходу», *Gogglebox* «Ящик», *Mythbusters* «Руйнівники Міфів», *QI* «Вельми цікаво»; ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації» (4 од., 1,5%), до якої входять такі неологізми, як: *shemale* 'людина, стать якої практично неможливо визначити зовнішньо', *shim* 'чоловік вдягнений як жінка', *solipsexual* 'той, хто приваблює сам себе', *gaylias* 'гомосексуальне альтер его'; ЛТГ «Номінації на позначення

видів страху» (4 од., 1,5%), до якої входять такі неологізми, як: *srapanoia* 'страх спаму', *clapperphobia* 'страх оплесків', *docuphobia* 'страх документів', *inertiphobia* 'страх бути недолугим' та ЛТГ «Часові одиниці та періоди» (4 од., 1,5%), до якої входять такі неологізми, як: *cellapse* 'час без зв'язку', *onosecond* 'період часу між надсиланням та усвідомленням, що не слід надсилати повідомлення', *lasterday* 'вчора', *rebootilence* 'період перезавантаження комп'ютера'.

Дванадцяте місце у рейтингу в українській мові займає ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу» (4 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *фішмаркетинг*, *амбасадор*, *мерч*, *бутстрепінг*; ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom» (4 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *зумпінг*, *зумозалежність*, *зумбі*, *зумбомбінг*.

13) Тринадцяту позицію в англійській мові займають ЛТГ «Неологізми кіномистецтва» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *bactor* 'поганий актор', *bactress* 'погана акторка', *sisis* 'акторка-спокусниця'; ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *technomedia* 'техномедія', *jolt* 'потрясіння', *giraffiti* 'високо намальоване графіті'; ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *schnibbel* 'шматочок паперу', *scrith* 'вузькі шматки паперу', *treeware* 'надрукована документація'; ЛТГ «Номінації на позначення професій» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *scrapper* 'дизайнер альбомів для вирізання', *snigletist* 'той, хто утворює сніглетти', *laminites* 'люди на фото в нових гаманцях'; ЛТГ «Жанри блогу» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *blarg* 'онлайн журнал', *audioblog* 'аудіоблог', *splog* 'сплог' та ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі» (3 од., 1%), до якої входять такі неологізми, як: *teleputer* 'теле-комп'ютер', *FCDVD* 'Компактний гнучкий диск', *boondongle* 'безглузда річ'.

Тринадцяту позицію у рейтингу в українській мові займає ЛТГ «Жанри та види медіаторів» (3 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *мініісторія*, *мініюгляд*, *мінірецензія*; ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення» (3

од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *АДЛІБ, радіочат, транкінг*; ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні» (3 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *вебліш, глобіш, нетспік*.

14) Чотирнадцяту позицію займають в англійській мові займають ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *skrilla 'гроші', fundage 'гроші'*; ЛТГ «Неологізми сфери ІТ» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *siftware 'некорисні програми', postalport 'надоїдлеве віконце'*; ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання» (2 од., 0,5 %), до якої входять такі неологізми, як: *decidribel 'децибел, який вимірює тупість', dribel 'дрібел'*; ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *fibliography 'неправдива бібліографія', fictionary 'фейковий словник'*; ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *linner 'лінер', lupper 'лапер'* та ЛТГ «Неологізми музичної сфери» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *jatpage 'шалена джем-сесія', jazats 'музична композиція'*.

Чотирнадцяту позицію у рейтингу в українській мові займає ЛТГ «Неологізми музичної сфери» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *лаунж, сейшен*; ЛТГ «Види інтернет-з'єднання» (2 од., 0,5%), до якої входять такі неологізми, як: *аутернет, екстранет*.

15) Найменшими за кількістю в англійській мові виявились ЛТГ «Неологізми воєнної сфери» (1 од., 0,25%), до якої входять такі неологізми, як: *strategery 'перемога використовуючи велику кількість бомб, боєприпасів або інших вибухових речовин чи снарядів'* та ЛТГ «Неологізми в сфері релігії» (1 од., 0,25%), до якої входять такі неологізми, як: *Jesi 'Ісуси'*.

Натомість, найменші за кількістю в українській мові виявились ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач» (1 од., 0,25%), до якої входять такі неологізми, як: *медфлюенсер* та ЛТГ «Неологізми в сфері релігії» (1 од., 0,25%), до якої входять такі неологізми, як: *білобратчик*.

ВИСНОВКИ

Активне утворення нових лексем в різних сферах життя змінює світогляд людей та впливає на їх думку, при цьому створюючи новий лексичний фонд мови, розвиваючи та збагачуючи набутий лексичний фонд зміною значень номінацій, запозиченнями або ж іншими словотворчими способами. Сучасні ЗМІ поповнюються новими ознаками та характеристиками, що зумовлено слідуванням зміни «стилю життя» та актуальності. Багатогранна діяльність ЗМІ ґрунтується на отриманні та засвоєнні нової інформації носієм мови, що створює вагомий внесок у лінгвокультурні процеси.

Новоутворення з'являється, активно використовується носіями за допомогою комунікації, з часом призвичаюється і переходить у повсякденний узус. Такий шлях переходу новоутворення до звичайного слова свідчить про те, що неологізми тісно пов'язані з комунікацією та діяльністю людей. Системний підхід до вивчення лексичного фонду мови є провідним та найбільш дієвим. В основі цього підходу лежить взаємозв'язок між словами, які належать до спільного поля значення. Системний підхід відноситься до різних рівнів мови, тому контекст відіграє головну роль у вивченні лексики на текстуальному рівні. За допомогою цього підходу утворюється ієрархія зв'язків між словами та їх угруповання.

Сучасні різновиди медіа ресурсів прогресують та набувають ширшого використання, що зумовлено розвитком інформаційних технологій. За підсумками аналізу інформаційного узусу України, США та Великої Британії з'ясовано, що ці країни мають розвинене інформаційне забезпечення носіїв мови. В Україні почали розвиватись інтернет-медіа, що стали превалювати в зв'язку із суспільно-політичними змінами у суспільстві. У зв'язку із повномасштабним вторгненням Російської Федерації на територію України діяльність масмедіа усіх країн була спрямована на висвітлення актуальної інформації. Головним американським джерелом інформації про події в Україні є Інститут вивчення війни, у той час, як служба BBC – основний новинний медіа-ресурс для британського суспільства. В Україні був створений телемарафон для покращення інформаційної обізнаності громадян.

На сучасному етапі провідним аспектом медіасфери є інтернет-простір, розвиток та популяризація якого призвела до появи нової лексики, яка активно використовується носіями і тим самим набуває глобального значення. Англійськомовні та українськомовні ЗМІ, особливо телебачення та інтернет-видання, активно поповнюють мову воєнними та політичними неологізмами. Причиною цієї тенденції стала російська повномасштабна збройна агресія проти України, яка почалася 24 лютого 2022 року.

У результаті проведеного дослідження з'ясовано, що найбільш продуктивним словотвірним способом лексичних неологізмів медіасфери виявились для англійської мови – телескопія, а для української – афіксація. У той же час для англійської та української мов найменш продуктивним словотвірним способом лексичних неологізмів медіасфери виявилась конверсія.

У результаті проведення аналізу емпіричного матеріалу за семантичними ознаками, було виявлено, що найбільшою за чисельністю лексико-тематичною групою в англійській мові є ЛТГ «Неологізми інтернет-листування», а в українській – ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу», у той час як найменшою лексико-тематичною групою в англійській та українській мовах є ЛТГ «Неологізми в сфері релігії».

Одержані результати дослідження свідчать про те, що поява неологізмів на пряму пов'язана із подіями, що відбуваються у всіх аспектах життя людей. Англійськомовна комунікативна спільнота переповнена неологізмами інтернет дискурсу через його потужне використання, в той час як українськомовний соціум поповнюється політичними неологізмами через воєнну агресію з боку Російської Федерації.

Результати кваліфікаційної роботи є перспективними для подальших досліджень неологічної лексики сфери медіа в площині її структурних, семантичних, функційних, стилістичних, комунікативно-прагматичних аспектів не лише в англійській та українській, а й із залученням подібного фактичного матеріалу інших комунікативних спільнот.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу. *Проблеми романо-германської філології*. Ужгород : Патент, 2002. 274 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М. : Просвещение, 1990. 301 с.
3. Артамонова І. М. Медіатекст сучасних ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Харків, 2007. № 766. Вип. 51. С. 120–124.
4. Азарова Л. Є., П'яст Н. Й. Складання як один із способів словотвору. М. : УНІВЕРСУМ. Вінниця, 2005. 123 с.
5. Афанасьєва К. Правове врегулювання діяльності інтернет-ЗМІ. *Медіа критика* 2009. URL: <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/pravove-vrehulyuvannya> (дата звернення : 15.10.2019).
6. Батаєва К. В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність. Київ: Кондор-Видавництво, 2017. 344 с.
7. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. М. : ВШ, 1990. 176 с.
8. Вердиева З. Н. Семантические поля в современном английском языке. М. : ВШ, 1986. 120 с.
9. Виноградов В. В. Избранные труды: лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977. 312 с.
10. Волошин Ю. К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка: авто- реф. дис. канд. филол. наук : 10.02.1968. М., 1971. 16 с.
11. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 459 с.
12. Гарус А. Вокс Україна. Глобальна криза медіа та нові можливості. URL : <https://voxukraine.org/globalna-kriza-media-ta-novi-mozhливosti/> (дата звернення : 11.05.2022).

13. Голец В. А. Неологизмы в современной англоязычной молодежной прессе (1990-2014 гг.): дис. кандидата филол. наук : 10.02.04. Пятигорск, 2015. 192 с.
14. Головка О. М. Типологічна характеристика англомовних неологізмів. *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки.* № 6, 2009. С. 235–239.
15. Голуб О. В., Бондаренко О. Г. Висвітлення особливостей словоскладання в англійській та українських мовах. *Мовознавчий вісник.* Київ, 2013. Вип. 16-17. С. 133–140.
16. Григоренко Н. М. Основні напрями зіставних досліджень з лексичної семантики на початку ХХІ століття. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка,* 2009. Вип. 81 (1). С. 67–72.
17. Грищенко О. М., Шкляр В. І. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. К. : Ін-т журналістики КНУ, 2000. 82 с.
18. Гугунава Д. В. Актуальные области исследования в неологии. URL : <https://www.proza.ru/2002/12/18-52> (дата звернення : 12.10.2019).
19. Данилова З. В. Поняття системності лексики, лексичних угруповань у мові та мовленні. Львів, 2013. 156 с.
20. Дедюхина А. Д. Развитие и функционирование структуры медиасистемы и ее влияние на содержание печатных СМИ: дис. ... кандидата филол. наук :10.01.10. Москва, 2009. 208 с.
21. Дзюбіна О. І. Типологічні принципи класифікації неологізмів у сучасній англійській мові. *Вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка,* 2018. № 33. С. 38–40
22. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. М. : УРСС Эдиториал, 2005. 288 с.
23. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. Москва : Наука, 2008. 264 с.

24. Єнікєєва С. М. Неологізми в сучасній англійській мові. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. URL :<https://naukaonline.com/ua/publications/filologiya/2018/1/neologizmi-v-suchasnij-anglijskij-movi/> (дата звернення : 10.09.2019)
25. Железняк. Е. В. Особливості формування та функціонування ініціальних аббревіатур у сучасній англійській мові. *Наукові записки*. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. Випуск 89 (4). С. 25–31.
26. Жлуктенко Ю. О. Контрастивний аналіз як прийом мовного дослідження. *Нариси з контрастивної лінгвістики*. К., 1979. С. 6–7.
27. Заботкина В. И. Когнитивно-прагматический подход к изучению английской неологии. *Проблемы английской неологии* : материалы науч. конф. М. : МГЛУ, 2002. С. 11–20.
28. Загнітко А. П. Лінгвокультурологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів 3-є вид., перероб. і доп. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с.
29. Загнітко А. П. Сучасна лінгвістика: погляди та оцінки: науково-аналітичне видання. Донецьк : ДонНУ, 2014. 464 с.
30. Загнітко А. П. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка*. Донецьк, 2007. Т. 16. С. 5–19.
31. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови. Морфологія. Донецьк : ДонДУ, 1996. 437 с.
32. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Навч. посіб. Запорізький Національний Університет. Запоріжжя, 2001. 158с.
33. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 1998. 431 с.
34. Зацний Ю. В. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.
35. Звегинцев В. А. Семасиология. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1987. 322 с.

36. Інститут масової інформації. Напівсвітло, напівтемрява: (не)прозорість власності інтернет-ЗМІ – дослідження ІМІ (оновлено). URL : <https://imi.org.ua/monitorings/napivsvitlo-napivtemriava-ne-prozorist-vlasnosti-internet-zmi-doslidzhennia-imi-i28327> (дата звернення : 20.05.2022).

37. Кандиба І. Что такое новые медиа? URL : <http://moreintelligentweb.net/post/200> (дата звернення : 20.05.2019).

38. Канонік Н., Шкаровецька А. Наукові підходи до вивчення лексико-семантичних полів у лексико-семантичній системі сучасної англійської мови. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 4 (41). С. 187–193.

39. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : Учеб. пособие. М. : Эдиториал УРСС, 2000. 352 с.

40. Кобозева И. В. Лингвопрагматический аспект анализа языка: URL: <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm> (дата звернення : 18.06.2019).

41. Ковалів Ю. І. Семантика. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. К. : Видавництво «Академія», 2007. Т. 2. 376 с.

42. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. *Научные ведомости*. Серия: Гуманитарные науки. № 12 (83). Вып. 6, 2010. С. 13–21.

43. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології. *Вісник Запорізького державного університету*, 2002. № 3. С. 20–24.

44. Конкурент. Найбагатший українець Рінат Ахметов передає всі свої телеканали державі (відео). URL : <https://konkurent.ua/publication/100083/naybagatshiy-ukrainets-rinat-ahmetov-peredae-vsi-svoi-telekanali-derzhavi-video/> (дата звернення : 20.07.2022).

45. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : Підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 464 с.

46. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства. К. : Академія, 2006. 424 с.

47. Кремінь Т. Новітні сленгізми-неологізми – мовне віддзеркалення війни. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490258-novitni->

slengizmineologizmi-movne-viddzerkalenna-vijni.html (дата звернення : 20.05.2022).

48. Кубрякова Е. С. Неология: проблемы и перспективы. Материалы научной конференции "Проблемы английской неологии". М. : МГЛУ, 2002. С. 5–11.

49. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації. Суми : Університетська книга, 2010. 304 с.

50. Кузьменко В. Н. Утворення неологізмів та їх використання у засобах масової інформації. В.Н. Кузьменко. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. : Філологія. №31. т.3, 2017. С. 129–131.

51. Кулаева Е. В. Особенности рекламной неологии. Материалы научной конференции. Проблемы английской неологии. М. : МГЛУ, 2002. С. 60–65.

52. Куц Ю. Національна свідомість і самосвідомість у етнополітиці й державотворенні. *Актуальні проблеми державного управління*: Наук. зб. Х.: Харк. філ. УАДУ, 2000. № 2(7). С. 45–52.

53. Левицкий А. Е. Актуальные проблемы развития неологии (на материале английской лексики). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. № 23 , 2005. С. 16–19.

54. Левицкий А. Е., Славова Л. Л. Сравнительная типология русской и английской лексики. Учеб. пособие. Житомир : Вид-во ЖДУ, 2005. 204 с.

55. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М. : Советская энциклопедия, 1990. 685 с.

56. Линь Е., Кошкарлова С. В. Прагматические функции неологизмов в современных СМИ. *Вестник ТГУ*. Сер. Гуманитарные науки. 2015. Т. 20. Вып. 1 (151). С. 193–196.

57. Любимов Б. И. Великобритания и глобализация мирового теле- и радиовещания (коммерциализация телевидения – дорога к глобализации). *Вестник МГУ*. Серия 10. Журналистика. 1999. № 6. С. 6–112.

58. Маркелов К. В. Информационная политика и общественный идеал. М., 2005. 357 с.

59. Медникова Э.М. Значение слова и методы его описания. Учеб. пособие. М. : ВШ, 1974. 202 с.
60. Муругова Е. В. Словообразовательное поле неологизмов британского и американского вариантов современного английского языка. *Личность, речь и юридическая практика*. Ростов на Дону. Вып. 6, 2003. С. 143–148.
61. Наумова М. Ю. Нові медіа та традиційні ЗМІ: моделі співіснування. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017. С. 86–91.
62. Неологізми війни: слова, що з'явилися за останні пів року. Варіанти. URL: <https://varianty.lviv.ua/89865-neolohizmy-viiny-slova-shcho-ziavylysia-za-ostanni-piv-roku> (дата звернення : 23.08.2022)
63. Нестерович В. Ф. Іноземне мовлення США у системі американської публічної дипломатії. *Віче*. № 7-8, 2016. С. 32–36.
64. Омельченко Л. Ф. Телескопійні слова сучасної англійської мови та їх структурно-семантична характеристика. *Збірник Львівського університету. Іноземна філологія*. Л., 2003. Вип. С. 15–54.
65. Орищук В. С. Лексичні неологізми медіасфери в сучасних англійській та українській мовах: структурний та семантичний аспекти. Вінниця : ДонНУ, 2020. 116 с.
66. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2020. № 3. С. 156–160.
67. Пашинська Л. М. Особливості творення й функціонування неофразем у сучасному українському мас-медійному дискурсі. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. Том 19. № 1. 2016. С. 95–100.
68. Підкамінна Л. В. Неологізми в сучасному українському медіадискурсі : особливості виникнення та функціонування. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова* : Зб. наук. праць. К., 2017. № 8. Вип. 9. С. 95–100.
69. Попович М. В., Єрмоленко А. М., Фадєєв В. Б. та ін. Національна ідея і соціальні трансформації в Україні. За ред. М. В. Поповича. К. : УІЦДК, 2005. 328 с.

70. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики. К. : Наук. думка, 1988. 326 с.
71. Семенюк Г. Нові медіа: сутність, перспективи та загрози. URL : <http://www.newmedia.univ.kiev.ua/2010-11-02-12-33-08/40-2010-11-27-22-10-58/32-> (дата звернення : 03.09.2019).
72. Сибірякова О. В. Телевізійна та радіожурналістика, 2017. Вип. 16. С. 227– 235.
73. Сизонов Д. Ю. Медична термінологія в українських ЗМІ : словник\ За ред. Л.І. Шевченко. К. : ВПЦ "Київський університет", 2012. 335 с.
74. Силкин В. В. Информация и коммуникация в системе государственной службы. Саратов, 2006. 452 с.
75. Солганик Г. Я., Милых М. К., Вомперский В. П. и др. Стилистика газетных жанров. М. : Изд-во МГУ, 1981. 229 с.
76. Солнцев В. М. Язык как системно-структурное образование. М. : Наука, 1971. 294 с.
77. Ставицька Л. О. Сучасний український інтержаргон: проблеми й аспекти вивчення. Мовознавство : Доп. та повідомл. IV Міжнар. конгресу українців. Відп. ред. Німчук В. В. К. : Пульсари, 2002. С. 213–216.
78. Телесторія: як починалося українське TV. URL : <https://telekritika.ua/uk/telestorija-jak-pochinalosja-ukrainske-tv-2/> (дата звернення : 10.06.2019).
79. Телесторія: перші проєкти власного виробництва на українському TV. URL : <https://telekritika.ua/uk/telestorija-pervye-proekty-sobstvennogo-proizvodstva-na-ukrainskom-tv/> (дата звернення : 19.06.2019).
80. 76% українців довіряють спільному телемарафону українських каналів «Єдині новини». Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL : <https://www.nrada.gov.ua/76-ukrayintsiv-doviryayut-spilnomu-telemarafonu-ukrayinskyh-kanaliv-yedyni-novyny/> (дата звернення : 09.08.2022).

81. Худолій А. О. Динаміка функціональний змін у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття: Автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 . Київськ. нац. лінгв. ун-т. К., 2004. 20 с.
82. Шалина Л.В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике. Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2007. №8. С. 73–77.
83. Шаповалова Г. В. Інноваційні процеси в сучасному медіатексті (функціональнолінгвістичні аспекти): автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 2008. Журналістика. К., 2003. 20 с.
84. Шумілін О. Українська правда. У Ахметова розкрили деталі відмови від медіабізнесу. URL : <https://www.pravda.com.ua/news/2022/07/12/7357711/> (дата звернення : 21.07.2022).
85. Aitchison J. D. Lewis New Media Language .Routledge, 2003. URL : <http://listserv.linguistlist.org/cgiin/wa?A2=ind0504a&L=linguist&P=18349> (дата звернення : 14.07.2019).
86. Bae S. The Factors Affecting the Korean EFL Learners' English Article Use. Language and Linguistics, 2018. P. 63–98.
87. BBC News. URL : <https://www.bbc.com/news/> (дата звернення : 11.07.2022).
88. Bell A. The Language of News Media. Oxford : Blackwell, 1991. 277 p.
89. Bhatnagar G. Introduction to Multimedia Systems. N.Y. : Academic Press, 2002. 207 p.
90. Blumler J. G. and Katz's. The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage, 1974. 318 p.
91. Chappell B. The war in Ukraine has reintroduced these words and phrases into our vocabulary. NPR. URL : <https://www.npr.org/2022/03/21/1086709135/russia-ukraine-war-military-terms-lingo-phrases> (дата звернення : 20.08.2022).
92. Croteau D., Hoynes W. Media/Society: Industries, Images, and Audiences. Pine Forge Press, 2003. P. 6–7.
93. Crystal D. Language and Internet. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007. 318 p.

94. Direct Broadcast Satellite Television. News Corporation : journal, 2008. 113 p.
95. Goddard A. The Language of Advertising. London-New York : Routledge, 1998. 134 p.
96. Guardian. URL : <https://www.theguardian.com/us> (дата звернення : 11.09.2019).
97. Independent News. URL: <https://www.independent.co.uk/> (дата звернення : 20.07.2019).
98. Jensen J. British Voices on the Eve of Revolution. Journal of speech, 1997. 63 p.
99. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. New Media: A Critical Introduction. N.Y. : Taylor & Francis, 2009. 446 p.
100. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Routledge, 2001. 396 p.
101. McQuail. D. Mass Communication Theory. London : Sage Publications, 1996. 345 p.
102. Nations Statistics. Internet Service Providers (ISPs) - The World Factbook - CIA, Country Comparison. URL : www.nationsencyclopedia.com (дата звернення : 28.07.2022).
103. Pásztor-kicsi M. Regionality – Language – Internet. University of Novi Sad (Serbia) Department of Hungarian Studies. Acta Universitatis Sapientiae, 2016. P. 35–47.
104. Pew Research Center for the People & the Press. URL : <http://people-press.org/report/479/internet-overtakes> (дата звернення : 18.05.2019).
105. Publishing. News Corporation : journal. 2008, 145 p.
106. Reah D. The Language of Newspapers. London : Routledge, 2002. 126 p.
107. Rey A. The Concept of Neologism and the Evaluation of Terminologies in Individual Languages. John Benjamins Press, 1995. 124 p.
108. Shahram. International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology. Media Linguistics and Its Role in The Language of Modern

Mass Media, 2022. URL : <https://www.ijraset.com/research-paper/media-linguistics-and-its-role-in-the-language-of-modern-mass-media> (дата звернення : 20.05.2022).

109. SimilarWeb. Top Ranking Websites in United Kingdom. URL : <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/united-kingdom/> (дата звернення : 22.07.2022).

110. SimilarWeb. Top Sites in Ukraine. URL : <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/ukraine/category/news-and-media/> (дата звернення : 21.07.2022).

111. Sornig, K. Lexical Innovation; A Study of Slang, Colloquialisms, and Casual Speech. Amsterdam : John Benjamins, 1995. 117 p.

112. Statista. Internet usage in the United States. URL : <https://www.statista.com/topics/2237/internet-usage-in-the-united-states/> (дата звернення : 24.07.2022).

113. Statista. Number of internet users in the United States 2022. URL : <https://www.statista.com/statistics/276445/number-of-internet-users-in-the-united-states/> (дата звернення : 22.06.2022).

114. Statista. Total number of TV households in the United Kingdom from 2013 to 2021. URL : <https://www.statista.com/statistics/269969/number-of-tv-households-in-the-uk/> (дата звернення : 24.06.2022).

115. Szymanek B. The latest trends in English word-formation. Springer, 2005. P. 429–448.

116. The Global Economy. Internet bandwidth by country, around the world. URL : https://www.theglobaleconomy.com/rankings/Internet_bandwidth/ (дата звернення : 16.07.2022).

117. Times . URL : <http://www.thetimes.co.uk> (дата звернення : 08.09.2019).

118. U.S. Federal Communications Commission. National Broadband Maps. Wireline broadband availability by maximum advertised speed tier, showing advertised download speeds of ≥ 3 Mbps, 2012. URL : <https://www.fcc.gov/reports-research/maps/wireline-maximum-advertised-download-speed/> (дата звернення : 20.05.2022).

119. Visionary BusinessPerson. A Complete Guide To Different Types Of Mass Media. URL : <https://visionarybusinessperson.com/types-of-mass-media/> (дата звернення : 15.05.2022).

120. Volker G. Contrastive Linguistics: Theories and Methods. Dictionaries of Linguistics and Communication Science: Linguistic theory and methodology, 2012. P. 2–10

121. Williams D. British cities: A look at the life of the largest cities in England, Scotland, Wales and Northern Ireland. Eastbourne : Gardners Books, 2010. 145 p.

122. Wright R. A case study in American propaganda. Responsible Statecraft. URL : <https://responsiblestatecraft.org/2022/06/12/a-case-study-in-american-propaganda/> (дата звернення : 12.08.2022).

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

123. Дергач Д. В. Словник онімів українських мас-медіа. За ред. Л. І. Шевченко. К. : ВПЦ "Київський університет", 2009. 175 с.

124. Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять. За ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид. випр. і доп. К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. 380 с.

125. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2013. Т. 1. 402 с. Т. 2. 350 с. Т. 3. 426 с. Т. 4. 388 с.

126. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.

127. Князева О. "Энциклопедический словарь СМИ". 2002. 253 с.

128. Семотюк О.П. Сучасний словник іншомовних слів. Х. : Ранок, 2017. 688 с.

129. Словарь медиатерминов. Медиа Ресурс Менеджмент. Москва, 2009. 158 с.

130. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. М-во освіти і науки України, Ужгород. нац. ун-т / авт.-уклад. : Ю. М. Бідзіля (відп. ред.) та ін. Ужгород : Закарпаття, 2007. 220 с.

131. Український словник-довідник екранних медіа / Уклад. і голов. ред. О. Рутковський. К. : Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського, 2007. 304 с.

132. Oxford Dictionary of English. Great Clarendon Street, UK: Oxford University press, 2003. 21728 p.

133. Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang. Thorne T. & C. Black; London, 2006. P. 5.

134. Unwords.com. URL: <http://unwords.com/alpha/ALL/0.html> (дата звернення: 10.05.2022).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. АрміяInform. URL : <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення : 12.05.2022).
2. Варіанти. URL : <https://varianty.lviv.ua/> (дата звернення : 10.05.2022).
3. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/> (дата звернення : 10.05.2022).
4. Освіторія. URL : <https://osvitoria.media/> (дата звернення : 11.05.2022).
5. Суспільне Культура. URL : <https://suspilne.media/culture/> (дата звернення : 15.05.2022).
6. Телекритика. URL : <https://telekritika.ua/> (дата звернення : [09.06.2019](https://telekritika.ua/)).
7. Український Тиждень. URL : <https://tyzhden.ua/> (дата звернення : 09.06.2019).
8. Укрінформ. URL : <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення : 14.05.2022).
9. Читомо. URL : <https://chytomo.com/> (дата звернення : 11.04.2022).
10. Guardian. URL : <https://www.theguardian.com/us> (дата звернення : 17.05.2019).
11. Independent News. URL: <https://www.independent.co.uk/> (дата звернення : 16.05.2019).
12. Times. URL : <http://www.thetimes.co.uk> (дата звернення : 19.07.2019).
13. Viva. URL : <https://viva.ua/> (дата звернення : 23.05.2019).

14. VSN. URL : <https://vsni.in.ua/> (дата звернення : 04.04.2022).





ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

1. Hiberdating	ignore friends in favor of your boyfriend or girlfriend	хайбердетінг;
2. Broath	is an oath between two friends, which, according to Barney, is the highest oath of all	присяга друзів;
3. Bridezilla	a friend who helps to get acquainted with the person of the opposite sex	звідник;
4. Schload	a large quantity	дуже багато;
5. Schmuckspert	one who is considered an expert on clumsy or stupid people.	експерт у виявленні тупих людей;
6. Schnibbel	any tiny piece of paper that is lying on the ground.	шматочок паперу;
7. Scrapper	someone who designs scrapbooks	дизайнер альбомів для вирізання;
8. Scribline	the blank area on the back of credit cards where one's signature goes.	місце для підпису на картці;
9. Twintern	SMM, a person (intern) who was hired by the company exclusively to work with SMM	працівник СММ;
10. Addadictomy	medical procedure for changing a patient's sex from female to male	зміна статі;
11. Advomentary	advocacy documentary motion picture. An advomentary uses documentary production styles to promote a specific opinion or "spin"	адвокатська документація;
12. Againda	resubmitting of an agenda that was refused at least once before	відхилений порядок денний;
13. Agreeance	state of agreement; when two or more people possess the same opinions or ideas	домовленість;
14. Alcohologic	things that seem logical only after consuming large amounts of alcohol	алкологіка;
15. Alcolean	the angle of a drunk's body before they go into stagger mode	алконахил;
16. Alcotholic	one who uses alcohol to excess to escape his rigid Catholic upbringing	алкотолик;
17. Americanese	language spoken by the majority of the American people according to much of Eastern Asia.	американо-китайська;
18. Benefriend	so-called friend with whom one partakes in devious activities, often stereotyped as sexually immoral acts, without fear of ruining the friendship and without any commitment	псевдодруг;
19. Blaccent	manner of speaking in which one sounds like an African-American from "da hood	афро-американська манера спілкування;
20. Blarg	online journal, like a blog (web log), that is mostly full of blah and argumentative discussion	онлайн-журнал;
21. Scrith	The narrow lengths of paper one discards after removing the tear-offs of a package	вузькі шматки паперу;

	or envelope. Likewise, the edges torn off computer paper after discharge from a continuous feed printer.	
22. Bulshvic	word one says in cases of pain. Used instead of 'damn it'. Is very rarely used in the sense of 'Bull s**t'	дідько;
23. Capostrophe	use of disastrous punctuation	капостроф;
24. Cellfriend	girl or guy friend who only exists through the texts and/or phone calls one receives on their cellphone.	телефонний друг;
25. Comedicide	telling of a terrible joke which incorporates elements of a recently told good joke, or example of wit.	комігубство;
26. Commucapitalist	political affiliation that crosses between a communist and a capitalist ideal	комукапіталіст;
27. Communication	make communicating effective, pleasurable, and easy	покращення спілкування;
28. Convercide	act of killing of a conversation with a terrible comment	конверсайд;
29. Corporashun	variation on a company or product name created with the intent to mock or shun it	принизлива назва;
30. Covfefe	a small amount of coverage, like in small hands across a large screen, leading one to poop all over the news	викриття;
31. Cowversation	a topic one continues to milk over and over because they've run out of other things to say.	застаріла розмова;
32. Deadvertisement	advertise and promote political causes by death.	політично-вбивча реклама;
33. Dementocracy	society in which the most demented members rise to the top.	дементократія;
34. Dietribe	irate sermon or lecture on healthy eating.	лекція про дієту;
35. Dignitude	dignified attitude.	гідне відношення;
36. Dreadvertisement	to advertise by using dreadful tactics; to engage in military propaganda.	огидна реклама;
37. E-barrassment	feeling of embarrassment resulting from things such as unflattering pictures or text about oneself posted on the Internet.	інтернет-заздрість;
38. E-nore	someone ignores one's e-mail.	е-ігнор;
39. E-touch	method of staying in contact with friends by e-mail or other electronic devices	е-контакт;
40. Ebanatic	an online bidder who bids relentlessly on an item until he wins without regard to the actual cost - Almost always bidding more than retail.	ібейнетік;
41. Ebenzy	a situation brought about by, or activity experienced by, a group of online bidders who, in a frenzied state, needlessly drive up the price of an auction item	ібейнзі;
42. Ebiot	an online winning bidder who pays in excess of retail on a completely worthless item.	дурень-акціонер;
43. Dudette	a female dude.	подруга;

44. Technomedia	media that are directly related to modern technology special periodicals, radio and television programs	техномедія;
45. Seductivity	A further measurement of ones ability to entice another by physical, logical, or other unregistered means.	здатність спокушати когось;
46. Blogocracy	popular bloggers	блогоаристократія;
47. Twinfancy	newbie on Twitter	новачок;
48. Twirgin	one who is new to the microblogging site Twitter;	новачок;
49. Teleputer	is a handheld device always connected to an infinite computing cloud network for which telephone conversations are merely one of an ever-growing number of applications	теле-комп'ютер;
50. Commentariat	members of the news media considered as a class;	коментаріат;
51. Twewbie	someone new to Twitter	новачок;
52. Twittercide	deleting everything on your Twitter page, effectively committing social networking suicide on Twitter	видалитись;
53. Servelence	The sudden lull in conversation that occurs at a table of diners when the food is served.	раптове затишшя в розмові;
54.celebtwit	a famous person who actively uses Twitter	знаменитість;
55. Bulltwitter	user who is lying, nonsense	брехун;
56. Televiewer	a person who watches television	телеглядач;
57.blogebrity	a well-known or popular blogger	знаменитість;
58.splog	a fake blog created solely to promote affiliated Web sites, with the intent of skewing search results and artificially boosting traffic	сплог;
59. Shazwazzer	Australian slang for the modern American	австралійський сленг американців;
60. Shemail	The spam received promising larger breasts after one fills out an online form identifying oneself as female.	спам – реклама про збільшення грудей;
61. Englishification	the alteration, while speaking a language other than English, of an English word to make it sound like a word in the language one is speaking, or attempting to speak	англізація;
62. Fauxfile	a profile on any of the internet dating sites with alluring content detailing a non-existent person to target a response from a specific or non-specific user	псевдоаккаунт;
63. Faxole	one who gets a new fax machine and insists on sending practice faxes to any friend with a fax machine	факсол;
64. Femail	nagging mail or email reminders.	набридливий імейл;
65. Fidiot	a very foolish person. Not to be confused with idiot, a foolish person	дурень;
66. Shemale	A person whose gender is nearly	людина, стать якої

	impossible to work out based on their physical appearance. One must admit defeat and ask, or sit in viewing distance of both entrances to a public bathroom.	практично неможливо визначити зовнішньо;
67. Googru	one who is considered an oracle or seer purely because they are good at getting answers from Google(tm), which is sometimes considered their deity	гуглер;
68. Conversiovie	a movie in which the protagonist is forced into a radical transformation by threat of violence.	фільм, що містить сцени насильства;
69. IMbiguity	ambiguity caused by the nature of instant messaging and its lack of tone, context, or other visual expressions	неоднозначність під час текстування;
70. Shim	A man dressed as a woman.	чоловік вдягнений як жінка;
71. Abusement	abusive entertainment. A contraction of abuse and entertainment	принизлива розвага;
72. Accidentist	a dentist known for making mistakes	поганий дантист;
73. Geobragging	social media status, which indicates a location whose purpose is to make people jealous of you	гео-статус;
74. Errorist	one who often makes mistakes or is always wrong	ероріст; той, хто робить помилки;
75. Adverteasement	any sexual representation used for the purpose of obtaining an individual or group's attention. Often used in media outlets	реклама сексуального підтексту;
76. Alarmisist	a person who causes by direct conflict or by interjecting false conflict in a situation to purposely cause alarm in others. Also known as an Eeyorist, akin to Winnie the Pooh's friend Eeyore	панікер;
77. Ambulament	the excitement men experience when they hear a siren. Often triggering hopes of a chaotic scene	ембюлемент;
78. Ameriglish	the language spoken by the majority of the United States of America. Often considered close to the original form of the English language	американський варіант англійської;
79. Amglish	the language spoken by the majority of people in the United States of America, and indeed some young people in the United Kingdom	американський варіант англійської;
80. Anaception	the body's ability to actually affect television reception by moving about the room	енесептіон;
81 . Anchority	a group's final, hard-fought decision on what toppings to order on a pizza	енхоріті;
82. Applicating	the act of submitting applications.	прийом за'явки;
83. Bactor	a bad actor	поганий актор;
84. Bactress	a bad actress.	погана акторка;
86. Ballsey	slang. Mate. Buddy.	друже;

87. Twamer	twitter user provoking scandals	скандаліст;
88. Attwacker	a user who verbally abuses another user on Twitter	цькувальник;
89. Shit-ton	An extremely huge unit of measure, or very large quantity of something.	дуже багато;
90. Tabloidization	change in emphasis from the factual to the sensational, especially in television news: the tabloidization of the nightly news during sweeps week	таблоїдизація;
91. Shitness	The worst things could possibly get	найгірше, що може бути;
92. Ebanipper	an online bidder whose bid is accepted at the last second of an auction; thus, depriving other bidders of their highly sought-after "beanie-baby" (or other ridiculous fad-of-the-month).	інтернет-учасник аукціону;
93. Splogger	Bloggers who either write very little content on their blog or have it full of extremely controversial topics to try to increase traffic, then add tons of banner ads and other types of advertisements	сплогер;
94. Sftware	A multitude of programs found on a magazine cover disk, often found to be completely useless.	некорисні програми;
95. Siris	A temptress; a beautiful woman, often an actress, who likely dates so many men that she randomly marries one and divorces within a few months of marriage.	акторка-спокусниця;
96. Skiffy	A somewhat less derogatory way of referring to someone who the mainstream would refer to as a "sci-fi geek." Origins: Sci-Fi is to skiffy as SCSI is to scuzzy.	тупий;
97. Skinemax	Any premium cable television station that is open to airing erotica among other less provocative material.	скінмакс, кабельний кнал;
98. SKOS	A person with no common sense; a special kind of stupid.	тупий;
99. Skrilla	Money; cash to be spent freely, not saved.	гроші;
100. Virtualization	something which is a representation rather than the real thing. In advertising, the word "virtually" means "almost"	віртуалізація;
101. Daggum	exclamatory word used to show intense emotion. Also used as a substitution for the word "damn".	дідько;
102. Enterstainment	dubious, dreadful entertainment which leaves one feeling stained	жахлива розвага;
103. Iconoblaster	one who iconoblasts on a frequent basis	бунтар;
104. Lesbertizing	a notice or announcement in a public medium, meant to appeal to lascivious males, which uses two or more young women in a sexually suggestive pose to promote a product, service, or event.	лезбертайзинг;
105. Dyslection	an election stricken with a case of dyslexia, often referring to the infamous	дислексія;

	mix-up in the Presidential Election of 2000. One might say the Y2K bug actually happened in this case	
106. Bifocalitis	a condition that afflicts wearers of bifocals that causes them to think they are reading a line of text or row of data straight across, when in actuality they are seeing a different line or row or a combination of different lines or rows	біфокелітіс;
107. Bleater	a person who complains excessively when in a difficult situation, often disturbing others who are attempting to resolve the issue	панікер;
108. Bouser	someone who is a consumer of literature, preferably books	боузер; книголюб;
109. Bumgavitis	a disease that includes symptoms such as itchiness and escalating to full fledged teeth growing around the posterior area	бамгейвітіс;
110. Bushism	the combining of words into an unword that displays the user's attempt at verbal prowess.	бушизм;
111. Digiocrity	The culture of replacing high quality analog systems with lower quality but more convenient digital systems.	цифровізація;
112. Aword	a prize given in a writing or other literary competition.	нагорода;
113. Baboon	possibly the highest state of being drunk one can achieve	бабун;
114. Sloppywords	Words coined and submitted to an online dictionary in such a manner that resulted in poor spelling or research of the very word one was submitting.	неправильно записані слова в словнику;
115. Bitsipookem	an affectionate term used to address a loved one, usually a significant other use that this word offers	любівні листи;
116. Blend	a friend made through mutual adoration of each other's blogs.	бленд;
117. Bligeck	an expression of disgust	блайджек;
118. Smeed	Right-hand man	друг;
119. Smiddy	The name of a small, annoying, often gnome-like character with the importance and intellectual capacity below that of a small grapefruit. Often picked as a hero's sidekick for their extreme loyalty.	друг принеси-подай;
120. Unagi	full awareness of the art of dueling. Once you reach "unagi" you are ready for any danger at any moment.	унагі;
121. Smutvertising	The use, falsely or otherwise, of sexually arousing video or imagery to gain interest from parties who would otherwise ignore one's offerings.	неправдива реклама;
122. Ack	an exclamation used when one is angry, upset, or choked up (literally or	викрик;

	figuratively).	
123. Cougar	a middle-aged woman seeking a romantic relationship with a young man	жінка, що шукає відносини;
124. Spin	presentation of information with the intent to manipulate the opinion of viewers or readers.	презентація;
125. Snarkattack	A person under verbal attack from someone that is snarky.	вербальний напад;
126. Jolt	moment in a media text that is generated by a broad comedy, a violent act, movement within a frame, a loud noise, rapid editing, a profanity or a sexually explicit representation, all of which are calculated to engage an audience's excitement	потрясіння;
127. Sereis	a film based on the series	фільм, знятий по серіалу;
128. Sniglet	Any word that doesn't appear in the dictionary, but should.	слово, якого немає в словнику;
129. Flak	an organized attempt to influence media content, which can take the form of letters, phone calls, petitions, lawsuits and legislation	натиск;
130. Gnilleps	an incorrectly spelled word; any malformation of words with letters in an unaccepted order.	гнілепс;
131. Dugit	used to express anger, irritation, disappointment, or dissatisfaction. Dammit	дідько;
132. Blamestorming	method of collectively finding one to blame for a mistake no one is willing to confess to	блеймстормінг;
133. Infomoron	an infomercial stand-in specialized in the task of showing the audience just how difficult commonplace tools or equipment can be to use, giving them ample reason to buy the new product	інфоморон;
134. Snigletism	A word that has been partially or unofficially accepted as a sniglet or unword.	слова-сніглетизм;
135. Comatext	Text that pleases the person who wrote it, but puts the reader into a coma	коматекст;
136. Egosurfer	a person who increases his self-esteem by googling his name	егосерфер;
137. Aftercpal	the man who claps last when everyone else is done. What often happens to die-hard fans or parents when their child performs at a school performance	афтерклеп;
138. Wingman	a friend who helps to get acquainted with the person of the opposite sex	звідник;
139. Snigletist	one who is a professional at making up sniglets, or simply enjoys making up sniglets.	той, хто утворює сніглети;

140. Snigletization	the process of snigletizing	процес сніглетизації;
141. Cyberstalking	virtual harassment or monitoring of someone	кіберрозмови;
142. Dotbomb	an internet venture doomed to failure.	дотбомб;
143. Dotcommie	any ultra-liberal anti-American blogger	доткомі;
144. Dotcomword	any word made up in attempts to rank higher for the term which it was made to describe, and to steal traffic from the websites to which it was submitted	доткомворд;
145. Drunkword	any unword that is submitted to a unword website by an inebriated person	дранкворд;
146. Blogmaster	one who maintains or works on the upkeep of a blog	блог-мастер;
147. Datacasting	a general indication of the transmission of any digital network information	розповсюдження даних;
148. Audioblog	a blog that includes audio clips in MP3, AAC or other audio format with brief text descriptions of their content	аудіоблог;
149. Westworld	HBO's American science fiction series, set in the futuristic West World amusement park, turned out to be second most popular on Sky Atlantic	“Світ Дикого Заходу”;
150. Gogglebox	reality show about people who just sit and watch TV, commenting on what they show	“Ящик”;
151. Mythbusters	american popular science television program on Discovery Channel	“Руйнівники Міфів”;
152. Snigletology	the study of sniglets	сніглетологія;
153. Flashmentalizer	someone who is obsessed with creating and programming websites using Macromedia Flash software.	флешменталіст;
154. Marcopolodotcomist	a person who is so bored they type random words in the url bar of a browser to find new sites	маркополодотко-міст;
155. BAV	(acro.) Bad Action Video	відео поганої якості;
156. EGGS	Electronically Generated Groups and Situations, such as smart mobs or bookcrossing groups, that use the web to foment their social bonds in real space and time	ЕЗГС;
157. Snigology	shorter form of snigletology, the study of sniglets	скорочення від «сніглетологія»;
158. Snooder	one who is addicted to the internet game of Snood	снуд-геймер;
159. Slotus	second lady of the United States	перша леді;
160. QI	intellectual and comedy British game. The principle of talk shows is to answer the largest number of questions and earn points	“Вельми цікаво”;
161. Solanist	A woman who hates men. The opposite of a misogynist.	чоловіко-ненависниця;
162. FLK	Funny Looking Kid	веселе дитя;
163. Cappuslockus	a dreaded affliction that causes one's	капуслокус;

	capital lock to come on without their knowledge and stay on, causing people in a chat to think they are yelling at them for some time before the person realizes that their capital lock is on	
164. Solipsexual	one who is attracted to him or herself; A sexual orientation wherein a person is only attracted to self. This is the highest form of narcissism	той, хто приваблює сам себе;
165. Feed	broadcast distributed by a satellite or network from a central source to a large number of radio or television stations: a satellite feed from Washington	транслявання;
166. Cyberjournalism	journalism with wide use of modern technology	кібержурналістика;
167. Spamanoia	An abnormal fear of spam, either through email or as processed canned meat.	страх спаму;
168. Spammalogue	An unsolicited, unwanted, and one-sided series of emails, usually concerning romantic hopes or business pursuits. Most common in cases of heartbreak.	листування «сам з собою»;
169. Cyberthriller	a thriller whose plot hinges on cyberspace	кібертрилер;
170. Hyperdocumentation	accumulation of detailed information that relating to a particular topic or subject narrows into a “large accumulation the amount of comprehensive and detailed information about events in a person's life, especially when shared on social networks and media	гіпер -документація;
171. Spanktervision	Raunchy television that normally airs after midnight on cable networks. X-rated pay-per-view and cable television.	нічне телебачення;
172. Tangentman	Any individual prone to suddenly change the current subject of discussion without either warning or due cause. This is usually done to bring the discussion to a subject either close to the tangentman's heart, or to make the tangentman the centre of the discussion.	лідер розмови;
173. Tangentwoman	Any individual prone to suddenly change the current subject of discussion without either warning or due cause. This is usually done to bring the discussion to a subject either close to the tangentman's heart, or to make the tangentman the centre of the discussion.	лідерка розмови;
174. Teamlet	A team within a larger team. Consisting of as few as one member, teamlets can research topics of great importance and report back to a team or larger teamlet which reports to an even larger team.	маленька команда;
175. Alphageek	The most knowledgeable, technically proficient person in an office or work group. Often found shunning lesser geeks in their cubicles.	найбільш обізнана, технічно досвідчена людина;

176. Anticillation	A feeling of anticipated superficial stimulation while waiting for something exciting to happen.	емоція захоплення;
177. Arbitrator	A mediator who suddenly takes sides in a dispute.	посередник, що стає на чийось сторону;
178. Athupendecimal	Possessing a "know-all" personality.	всезнайка;
179. Awesomnity	The quantity or condition of being awesome.	стан\ почуття прекрасності;
180. Backronym	An acronym that was clearly thought of first, and the (usually dull minded) phrase was secondarily crafted to fit it.	бекронім;
181. Bollockmonger	One who deals in the commodity of absolute bollocks. Characterised by the constant stream of nonsense and ill-begotten opinion that pours from his mouth, all of which the bollockmonger himself firmly believes. They can never understand why people place no worth on a word they says. We all know one, or two.	дурник;
182. Boondongle	An unnecessary or wasteful peripheral device	безглузда річ;
183. Teenanswer	Any answer to a question that doesn't properly address the question, like those of a teenager.	нерелевантна відповідь;
184. Bowbaktry	The practice of bowing just to make the person bow back. A practice often taken advantage of in Asian countries; similar to the practice of salbaktry.	звичка схилятися пере усіма, як в азіатських країнах;
185. Bozone	the area around stupid people which prevents creative ideas from penetrating. unfortunatelly, the bozone shows no sign of disintegration in the near future.	зона тупості;
186. Bushspeak	Language spoken by George W. Bush. Words used by an individual that are similar to the style of speech used by George W. Bush.	стиль мови Джорджа Буша;
187. Butterfickle	an interjection used in the same fashion as "darn it".	чорт;
188. Buzzack	a person in a phone mart who walks around picking up display phones and listening for dial tone even when they know the phones are not connected.	той, хто перевіряє гудок телефону в магазині; дивак;
189. Cadudo	a general use term that comes to mean anything that one wants it to mean.	що небудь;
190. Cell-Hell	the place where a cell phone turns one's calls off due to bad reception. such places include tunnels, overpasses, and the mcdonald's drive-thru.	місце, де поганий зв'язок;
191. Cellapse	an elapse of time in which there is no cellphone reception.	час без зв'язку;
192. Clapperphobia	an abnormal fear of clapping one's hands at concerts, events, or other gatherings when around a large number of people. often attributed to the fear of drawing attention by a potentially loud clap.	страх оплесків;
193. Clicklexia	a computer-related disorder one suffers	кліклексія;

	from in which they have a tendency to double-click on items which only require one click, often resulting in two items opening instead of just one. This disorder is more often found in novices and aged computer users.	
194. Clicklinger	anyone who holds the mouse button down, instead of just clicking it regularly, in hopes that it will give the computer time to realize something has been selected.	кліклінгер;
195. Contradick	one who gainsays another person (contradicts them) primarily to make them look foolish, unwise, uncool, or otherwise bad.	противник;
196. Corporashun	any variation on a company or product name created with the intent to mock or shun it	насмішливі назви компанії;
197. Telebility	having the ability to tell if a television is on by hearing a high pitched ringing in one's ear from around the corner, or anywhere in the house.	телечуткість;
198. Crows	something well-formed; this is an attribute of words.	щось гарне;
199. Telecrastination	the act of always letting the phone ring at least twice before you pick it up, even when you're only six inches away	телескрутинація;
200. Decidribel	a unit used to measure the stupidity of a speech.	децибел, який вимірює тупість;
201. Dejaview	a phenomenon that occurs after one watches a television show for the first time, then doesn't watch it again for a while. When they watch the show again later, the station happens to be re-airing the one episode they had already seen.	дежв'ю при перегляді телевізора;
202. Teleflector	the television, in its off state, used as a mirror	теле-дзеркало;
203. Der	used to express confusion, interrogation, surprise; "huh?"	збентеження;
204. Tizite	cool; awesome;	крутий;
205. Disasterbacle	an event or procedure that has gone terribly wrong	катастрофа;
206. Distashion	someone's poor fashion sense	хтось з поганим смаком;
207. Docuphobia	the fear of using documentation, usually resulting from some previous traumatic event such as programming a VCR	страх документів;
208. Dribel	a unit used to express relative difference in power or intensity between two stupid or childish speeches, often relating to drunken speech	дрібел;
209. Touron	a very annoying and possibly stupid tourist in the internet.	надоїдливий користувач;
210. Ego-out	the quantity of information, knowledge and wisdom lost by the death of an individual	знання які втрачаються після смерті;
211. Spellilepsy	an event in which the brain omits particular letters from words,	спелілепсі;

	intermittently throughout the day, that is mostly caused by staring blankly at objects on a computer screen for too long	
212. Eripa	the collected mental assessment of an event, place, person or otherwise through research, word of mouth, or the like prior to reaching the destination or meeting in question	уявна оцінка подій;
213. Eufirstics	two people waiting on the phone for the other to hang up first	двоє людей чекають на телефоні, поки інший першим покладе трубку;
214. Treeware	documentation or other printed material	надрукована документація;
215. Fibliography	the sources one cites on a research paper for which one did no research at all	неправдива бібліографія;
216. Fictionary	a fictitious dictionary	фейковий словник;
217. Fanaddict	a regular viewer of any celebrity news television syndication	залежний фанат;
218. FCDVD	Floppy Compact Digital Versatile Disk; a small, square, bendable disk holding the same amount of data as a DVD.	компактний гнучкий диск;
219. Flake	a knock-off production or product made to appear as good as the superior work or product from which it came	підробка;
220. Flakespeare	a person who thinks they are qualified to rewrite someone's work	псевдокваліфікована людина;
221. Foreploy	any misrepresentation about yourself for the purpose of obtaining sex	брехня ;
222. Fornicorium	a single man's apartment or house	апартаменти холостяка;
223. Foxymoron	a member of the opposite sex blessed with beauty and cursed with stupidity, whose presence causes contradictory feelings of attraction and repulsion	красивий і тупий одночасно;
224. Fretard	describing a very retarded person	дуже відстала людина;
225. Frienemy	a person who acts as though they are one's friend so as to gain information for use against one	френемі;
226. Frogwash	balderdash; ridiculous or valueless communication	безглузда розмова;
227. Frumptage	the hard crust that forms on old pencil erasers	гумка старого олівця;
228. FUBAR	F-ed Up Beyond All Recognition. This is generally considered to be a military term. This is the epitome of all things wrong.	неправильний;
229. Fundage	money; funds	гроші;
230. Funnity	great fun	забава;
231. Fuzzword	a word, usually a buzzword, which has no precise meaning even in context	слово без сенсу;
232. Gack	an expression of pain, uncomfortableness or revulsion	відчуття болю;
233. Gafillion	a lot of something	дуже багато;
234. Gagreement	a situation where all parties involved reach a mutual consensus not to divulge any details of a particular matter	згода;
235. Gah	used to express a frustration, dissonance or dislike for a situation	емоція розчарування;
236. Gallivantation	the pursuit of pleasure by means of adventuring; a trip taken to avoid serious	відчуття позитиву перед поїздкою;

	matters; any excursion undertaken in the name of fun	
237. Gamovation	the tendency to play a game, more frequently involving car racing, and physically move the way the car is moving on the television screen	рух під час гри;
238. Garg	expression of anger or intense emotion	вияв злості;
239. Gaylias	one's homosexual alter ego	гомосексуальне альтер его;
240. Generiatric	the behaviors and shopping habits of an elderly person who, due to living on a fixed income, can no longer afford to buy name-brand merchandise	відчуття меншовартості;
241. Ghastipation	the state or feeling of being ghasstipated	відчуття приголомшення;
242. Gibbonism	a word or phrase said, heard, or otherwise related to the character, peter gibbons, from the hit movie, office space	гібонізм;
243. Giraffiti	any graffiti drawn in a very, very high place, such as the famous "Surrender Dorothy" on the Beltway overpass	високо намальоване графіті;
244. Glibido	all talk and no action	той, хто тільки говорить;
245. Globberstack	a stack of useless things	непотріб;
246. Trubbleyu	www; three w	трубел'ю;
247. Godvertising	any state sanctioned public display intended to sell the idea of a supreme or omnipresent being	рекламування віри в бога;
248. GOL	to giggle out loud	голосно реготати;
249. Gongshow	a state of affairs or event that is unravelling or has unraveled into a uncontrolled dynamic free-for-all that in some aspect is thought of as ludicrous in situation or cricumstance	безглузда ситуація;
250. Gongflap	the specific action or nodal point of a situation that provides the tipping point that spirals a situation into an utter and complete gongshow	переломний момент ;
251.gratisfaction	the state of being simultaneously gratified and satisfied	емоція задоволення;
252. Graveorism	an aphorism that has passed away as truth and is now reborn as metaphor	грейверизм;
253. Spendorphine	the substance generated by the brain that improves mood or reduces depression when one self-medicates by going shopping	спендорфін;
254. Habitosis	a disease affecting those who continually form habits out of every aspect of their life; the condition of making every action into a habit	хебітозис;
255. Hannibull	big, fat, mean, human-eating machine	ханібул;
256. Heredstupidity	inherited stupidity	успадкована дурість;
257. Heroicism	conduct or behavior relating to heroism; a lesser form of heroism	недогероїзм;
258. Hipatitis	a terminal coolness contracted by a person that is described as being so cool, he/she would die if left untreated	хіпатит;
259. Hippocritamus	one who performs great acts of hypocrisy.	лицемір;
260. Hobnoblin	an obnoxious or mischievous, and overly familiar acquaintance.	огидний знайомий;

261. Hollymonger	a person who forcibly insists that others participate in festivities and/or holiday activities.	холімонгер;
262. Horobvioscope	a horoscope prediction that is entirely obvious to the reader without needing to be told.	зрозумілий гороскоп;
263. Humography	a funny story that is only funny to those who were there. if told anywhere else, or at a different time, it becomes dull.	весела історія;
264. Humy	abbreviated and affectionate name of a human, implying smallness; a human being as a partner or a pet of creatures with artificial intelligence.	людинка;
265. Hypnoxia	a condition described as having extremely irritating qualities	дратівливість як захворювання;
266. Hypothecary	a person, usually a college professor, so convinced of his or her own intellectual superiority that he or she feels things like the truth are beneath them	гіпотекар;
267. Ideality	a dimension only spoken of in textbooks and lectures, and yet, while greatly desired, never seems to be the case	ідеальність;
268. Ifnik	any person whose life, habits and thinking are constructed conditionally	іфнік;
269. Spyawn	any instance of talking and yawning simultaneously	говорити і позіхати одночасно;
270. Ignorement	the act or process of ignoring.	ігнор;
271. Illigence	the opposite of intelligence. the inability to comprehend.	тупість;
272. Illiteration	any scattering of similiar sounds in sentences which are nonsensical, hence making them seem illiterate.	іллітерація;
273. Ima	I am going to.	я збираюсь;
274. Strategy	to defeat an enemy through the use of a large amount of bombs, munitions, or other explosives or projectiles.	щоб перемогти ворога, використовуючи велику кількість бомб, боєприпасів або інших вибухових речовин чи снарядів;
275. Inebrionics	a nonstandard form of american english spoken by individuals under the extreme influence of mind altering chemicals, usually indigenous to certain stretches of sidewalks and public establishments	нестандартна американська англійська;
276. Ineptiphobia	an abnormal fear of being inept	страх бути недолугим;
277. Insinnuendo	an innuendo that has been insinuated, or suggested	натяк;
278. Insparation	thinking up a great idea while sitting in a spa or sauna	спа-ідея;
279. Inteninternet	what the Internet was intended to be	інтернет такий як має бути;
280. Interrobang	a combination of a question mark and an exclamation point or the appearance of both right next to each other	знак питання та оклику разом;
281. Intpossibility	something that is a possible to do over the internet	те, що можна зробити в інтернеті;
282. Jampage	a jamming session that is rampageous enough to make the listener believe that	шалена джем-сесія;

	the musician is crazy	
283. Japlish	the mistranslation of Japanese words or phrases into English	неправильний переклад японських слів або фраз англійською мовою;
284. Jazams	a music composition	музична композиція;
285. Jesi	more than one Jesus	ісуси;
286. Josbe	the name given to the second male Latino found next to, or immediately after, the first male Latino whose name is Jose; typically used in a crowd	рандомне латино-американське ім'я; дружбан;
287. Kidiot	a stupid child	дурна дитина;
288. Kookookachoo	a phrase used to express happiness, or when an event happens that seems completely random, and one desires to be obnoxious, they may find it is fun to yell out this interjection	вираз щастя;
289. Lamien	a person purported to be evil and frightening, but who is simply lame	псевдозла людина;
290. Laminites	those strange people who show up in the photo sections of brand-new wallets	люди на фото в нових гаманцях;
291. Stylephile	a person who is obsessive and inundated with current fashions	залежний від моди;
292. Lasterday	the day prior to the present day	вчора;
293. Latersohinip	a mixed-up relationship	змішані відносини;
294. Submitication	to submit an entry to an online dictionary or other collection in hopes that one's entry will result in a communication between the submitter and the administrators of said website	сабмітйкейшн;
295. UBD	User Brain Damage; an abbreviation used to close out trouble reports originally created because of a clueless user's misunderstanding	проблема користувача;
296. Lingoist	an individual who is considered an expert in foreign language, in discussing a particular field of interest, or who speaks in eccentricities	ексцентрична людина;
297. Linner	a meal eaten late in the day, but early in the evening as a combination of lunch and dinner	лінер;
298. Lostivity	state of being lost	загубленість;
299. Lovedom	the realm of love, the totality of loving emotions and attitudes	емоції любові;
300. Lupper	a meal taken between lunch and supper	лапер;
301. Manimal	any person who resembles any such animal, preferably a monkey or gorilla. officially, a manimal must display the facial features and animal habits of the related creature	людна-тварина;
302. Manscape	a term of admiration towards members of the male gender, especially in reference to a group of males	менскейп;
303. Meandrathal	any person in an exhausted state of mind in which they wander aimlessly, sometimes with low blood-sugar, in a shopping mall, video store or the like	будь-яка людина у виснаженому психічному стані;
304. Mediocracy	government, usually indirectly, by the	уряд, як правило,

	popular media; a system in which politicians stop thinking and begin listening exclusively to the media regarding what the important issues are and what they should do about them	опосередковано, через популярні змі;
305. Meetnik	a person who enjoys meetings and other administrative events and tries to attend as many of them as possible	мітнік;
306. Mentoree	one having a mentor; the beneficiary of a mentorship	той, хто має ментора;
307. Minion	a person or thing that annoys or aggravates someone	людина, яка дратує;
308.miserability	the measurement of how miserable one is at any given moment; the maximum level of one's ability to be miserable	мізерність;
309. Moronasaurus	someone whose stupidity has, or should have, caused them to become extinct	дурний;
310. Mousecurse	a curse afflicting a user whose mouse pointer deliberately overshoots its intended target as many as a dozen times in a row	злість через непопадання курсором;
311.nerdhero	any nerd-core artist or enthusiast who pretends to have mad skills with a guitar by displaying his/her guitar hero guitar controller during concert, or by demonstrating his excellence in game	герой-ботанік;
312. Netoriety	a measure of one's notorious reputation throughout the internet	сумнозвісна репутація;
313. Neutronpeas	tiny green objects in tv dinners that remain frozen even when the rest of the food has been microwaved beyond recognition	нютропіз;
314. Ninjury	an injury, usually a pulled groin muscle, sustained while trying to show off a cool martial arts move	травма при виконанні прийому;
315. Noflet	the upward swirl of hair found on certain individuals such as Ronald Reagan and Big Boy	волосся, що піднімається вгору;
316. Noggalien	one who frequently makes total misstatements in a different language	той, хто робить помилки при говоріння іноземною мовою;
317. Obeseist	anyone who is discriminatory or acts disrespectfully towards somebody because of their extreme overweight appearance	той, хто дискримінує когось через його надмірну вагу;
318. Obnoxion	someone or something that is considered obnoxious	щось огидне;
319. Obvium	something that is obvious	щось очевидне;
320. Omniloathe	an all-encompassing feeling of disgust or repugnance toward a subject	почуття огиди;
321. Onosecond	the period of time one spends between pressing the send button and then realizing that they really shouldnt have sent that e-mail message	період часу між надсиленням та усвідомленням, що не слід надсилати повідомлення ;
322. Orbuary	worldwide coverage of a person's death	всесвітнє висвітлення смерті людини;

323. Orlandite	one who is insanely obsessed with Orlando Bloom.	фанат Орландо Блума;
324. Outsourcerer	one who propagates and promotes the belief in outsourcing, often for their own personal gain	пропагандист аутсорсингу;
325. Outsourcery	the ability, whether true or misconceived, of an organization or individual to make a business' problems magically vanish through the provision of outsource solutions	аутсорсері;
326. Pairification	the coupling of two objects, ideas or elements in a particular course of study	об'єднання ідей\об'єктів і тд.;
327. Sudoopoo	a super duper pooper; extremely downhearted feelings	супер-дупер;
328. Phishmarketing	a method in which salespeople compile email or other communications in a way that appears to sell one company's product, when, in the spirit of phishing scams, its URLs or QR codes or other directors send the customer to a place selling a completely different product or service from a different company	фішмаркетинг;
329. Plothole	a rough spot in a storyline; a storyline that doesn't quite work, like a pothole is to a road	недолуге місце в сюжеті;
330. Possessment	the act of possessing a speech that makes people feel strangely closer to the speaker	промова, яка мушує людей почуватися ближче до мовця;
331. Postalport	the annoying window in an envelope that rarely lines up with the address	надоїдливе віконце;
332. Postend	in reference to instant messaging, the window that pops up after one has already closed the conversation, because one assumed the conversation was over 20 minutes ago	миттєвий обмін повідомленнями;
333. Prunk	an unword word mistakenly substituted for another (often similar) word in conversation	незрозуміле слово;
334. Psychoaxis	the central topic or idea around which a set of complementary ideas revolve, essentially the main point	головна тема;
335. Psychophant	one who attempts to curry favor by flattering influential people, but does so to a psychotic, often violent degree	підлесник;
336. Pulpid	a kid who enjoys the carton more than the item that came in it	дитина, яка радіє коробці, а не наповненню; тупенький;
337. Queuestion	a rapid series of questions, posed one right after the other in as few sentences as possible, prompting a lengthy set of responses	потік запитань;
338. Quotimer	one who insists on quoting from other instant messenger conversations to make a joke in another	той, хто бере цитати з інших розмов у месенджері;
339. Rebootilence	an uncomfortable amount of time one has to wait while rebooting their computer	період перезавантаження комп'ютера;
340. Repihumoror	one who tells the same joke repeatedly to	той, хто розповідає один

	the same people without realizing it, thinking the joke will be funny, again	жарт багато разів;
341. Sandler syndrome	one who is fond of saying quoted lines in adam sandler movies and doesn't get sick of saying them in life	той, хто використовує цитати адама сендлера в листування;
342. Sarafinitis	to be unable to type correctly when attempting to speak. advanced symptoms have been known to cause this condition to worsen as time goes on; there is no known cure	нездатність друкувати, коли говориш;
343. Sarcasm	the abyss between the creator of witticisms and the intended recipient who does not find the humor in it	прірва між творцем дотепів і адресатом;
344. Scarcasm	sarcasm that really, really hurts	сарказм, який справді робить боляче.
345. АДЛІБ	експромт, імпровізація ведучого на радіо.	
346. СПРА	Європейська платформа регуляторних органів у сфері телерадіомовлення.	
347. БІ-БІ-СІ	британська телерадіомовна корпорація.	
348. Ем-ті-ві	український музикальний телеканал.	
349. ЕОР (electronic educational resource)	інформаційний освітній ресурс, призначеному для використання в освіті.	
350. ІКТ (Information & communication technologies)	сукупність супутніх комунікаційних коштів.	
351. ГКС	генератор кольорових смуг.	
352. Стайлфіл	людина, яка одержима і завалена сучасною модою.	
353. Веб-реклама	вид реклами, що здійснюється онлайн та є розповсюдженим в сфері Інтернет.	
354. ТБ – метр	пристрій для визначення уподобань та смаків глядачів.	
355. Бул-марк	яскрава картка з вкладеною інформацією.	
356. Бінго-карта	розділ у виданні, що містить рекламу товару.	
357. Куки-файл	невеликі за обсягом файли, які зберігають інформацію\реєстрацію та вподобання користувача.	
358. Сабмітікейшн	надіслати запис до онлайн-словника чи іншої колекції в надії, що запис призведе до спілкування між автором і адміністраторами зазначеного веб-сайту.	
359. Прес-кіт	добірка цікавих для преси різножанрових текстів.	
360. Пуш-засоби	технології надсилання даних клієнтам.	
361. Бекграунд	офіційна інформація, що передує додатковій; є обов'язковим елементом інформаційних жанрів у друкованих та електронних ЗМІ, в новинах на радіо та телебаченні.	
362. Термоточка	пожежа в росії.	
363. Бліц-портрет	інформаційний жанр медіа; короткі відомості про людину.	
364. Крос-промоушн (англ. cross-promotion)	перехресне просування медіапродукції, коли дві або більше медіакомпаній реалізують спільні програми.	
365. Правка-вичитка	останній етап роботи над медійним текстом, що передує публікації твору (тексту).	
366. Правка-обробка	вид медійної правки, де концептуально визначається необхідність інформації, що вимагає втручання редактора в композицію та мову тексту.	
367. Правка-скорочення	вид медійної правки, коли зменшується обсяг тексту.	
368. Аналоговнет	щось, вигадане в росії.	

369. Прес-кліпінг	відстеження й аналіз інформації, що з'являється в медіапросторі.
370. Хлопок	вибух у росії, білорусі чи на території, яку тимчасово контролюють окупанти.
371. Бавовна	вибух у росії.
372. Фраза-скріпа	особливий елемент медіакомпозиції, який забезпечує внутрішній зв'язок підтем, абзаців та є смисловою ланкою, що сполучає частини тексту.
373. Хард-ньюз (англ. Hardnews)	об'єктивна інформація; новини, що підтверджуються відеокадрами.
374. Хедлайн-ньюз	екстрені новини, сенсаційне повідомлення.
375. Ю-Ес-Ей-Тудей	перша загальнонаціональна щоденна газета США.
376. «Уолл-стріт-джорнел»	впливова щоденна американська ділова газета.
377. Медіа-сейфті	здатність держави, суспільства, соціальної групи, особистості забезпечити достатні і захищені медійні ресурси.
378. Піксель	українська військова форма, забарвлення в стилі ЗСУ.
379. Інтерв'ю-факт	різновид аналітичного інтерв'ю, в якому на перший план виходить інформація про фактаж, цифри та статистику щодо конкретного питання.
380. Ехо-фраза	вираз, що стоїть в кінці текстового рекламного звернення, яке повторює заголовок або основну тему звернення.
381. Антрефіле	коротка газетна замітка, схожа на репліку чи коментар.
382. Флекс	вихваляння; вважати себе кращими за інших; показувати своє самолюбство.
383. Мейт	об'єкт, до якого людина відчуває особливо теплі почуття.
384. Приліт	влучання ворожої ракети чи снаряда у що-небудь.
385. Атетеза	доказ невмотивованого приписування авторства твору.
386. Гейт	електронний пристрій для усунення шуму в аудіоканалі.
387. Горище	текстовий матеріал, надрукований у верхній частині газетної полоси у декілька колонок.
388. Гост	Інтернет-сервер, що дозволяє користувачам читати веб-сайти та дописувати їх.
389. Стьоб	іронічно-насмішкуватий стиль ведучих телепередач.
390. Крінж	все, що виглядає вкрай ганебно.
391. Коронаабсурд	коли хтось поводить себе безглуздо під час пандемії.
392. Скайп (англ. Skype)	програма, розроблена компанією Skype Limited, що дозволяє спілкуватися з усім світом через мережу Інтернет за допомогою веб-камери в режимі реального часу.
393. Коронакома	нескінченний період часу в локдауні.
394. Думскролінг	надмірна кількість екранного часу, присвяченого читанню або дивитися погані новини.
395. Гугл	приватна американська транснаціональна корпорація, що заснована Ларі Пейджем і Сергієм Бріном.
396. Шот	один шматок медіатексту, що починається і закінчується стиком з іншим шматком.
397. Рейтерс	одне з найбільших у світі міжнародних агентств новин і фінансової інформації, що існує з середини XIX століття.
398. Коронастрижка	стрижка зроблена на карантині.
399. Лого	символічна, стилізована емблема медійної фірми, агентства.
400. Тьюторіал	навчальний електронний матеріал.
401. Пранк	телефонне хуліганство, телефонний розіграш.

402. Лук	образ, підібраний одяг.
403. Чіл	термін, який означає відпочинок у соц. мережі.
404. Діра	недоліки законодавства чи управління, які окремі особи можуть використати у власних цілях.
405. Неторіті	міра сумнозвісної репутації в Інтернеті.
406. Рона	коронавірус.
407. Троль	повідомлення для створення конфлікту шляхом порушення правил етичного кодексу Інтернет-взаємодії.
408. Гонконг	один із вірусів грипу, штам якого виділено вченими під час останніх епідемій.
409. Софт	сукупність програм системи обробки інформації і програмних документів.
410. Тьютор	наставник, репетитор.
411. Березіль	український літературо-художній та громадсько-політичний щомісячний журнал.
412. Гардіан	щоденна загальнонаціональна британська газета.
413. Дукля	україномовний літературно-мистецький та публіцистичний журнал у Словаччині.
414. Ейдж	австралійська щоденна газета.
415. Експрес	українська суспільно-політична газета у Львові.
416. Ельта	литовська агенція новин.
417. Індепендент	британська загальнонаціональна щоденна газета.
418. Аккаунт	запис при реєстрації Інтернет-платформи.
419. Лід	виділений перший абзац журналістського матеріалу.
420. Ай-стопер	знак, який використовується у рекламі для привернення уваги.
421. Бампер	музична чи рекламна вставка у телевізійній передачі
422. Лаунж	легка фоновіа музика, призначена для створення невимушеної атмосфери.
423. Бліц-ролик	короткий телевізійний ролик.
424. Гармонайзер	пристрій для обробки звукового запису.
425. Гостинг	послуга провайдерів, що пропонують своїм користувачам простір на своїх серверах для розміщення веб-сайтів.
426. Графогенератор	пристрій для вироблення та випуску у ефір відеоанімацію.
427. Іміджелогія	наука, що вивчає закономірності створення іміджу.
428. Морфінг	відеоефект, що створює ілюзію поступового перетворення певного об'єкта в інший.
429. Просьюмер	той, хто однозначно виробляє та споживає медіатексти.
430. Стрім	пряма трансляція на інтернет-платформі.
431. Телекомінкація	спосіб передачі інформації за допомогою телебачення.
432. Чаттер	засіб обміну повідомленнями з комп'ютерної мережі в режимі реального часу.
433. Гуглення	люди, які часто використовують пошукову систему Гугл.
434. Ейчар	фахівець, який, в залежності від правил компанії, займається підбором, адаптацією, звільненням та розвитком персоналу.
435. Дигіталізація	перетворення інформації в цифрову форму.
436. Пранкер	той хто займається телефонним хуліганством, телефонним розіграшем.
437. Прихвизатор	людина, що, зловживаючи службовим становищем, використовує приватизацію як засіб особистого збагачення.
438. Жидобандерівці	мем про пародіювання російських шовіністів-українофобів.
439. Непідписант	урядовець, який не підписує папери.
440. Ударівець	депутат партії «Удар».

441. Опоблоківець	депутат Опозиційної партії .
442. Тушка	народний депутат ВР України, який переходить від однієї політичної сили до іншої.
443. Піаніст	нардеп, що займається голосуванням в темну\заочним голосуванням.
444. Кіборг	український захисник Донецького аеропорту.
445. Ватник	малоосвічена особа\прибічник СРСР.
446. Драйвер	особа або явище, яке запускає, прискорює, визначає напрям певного суспільного процесу.
447. Європейськість	європейський спосіб життя, ментальність.
448. Беркутята	представники спецпідрозділу «Беркут».
449. Няша	прізвисько незаконно призначеного прокурора Криму Наталії Поклонської.
450. Шейдинг	відеоефект, що полягає у поступовому затемненні чи висвітленні окремих ділянок зображення.
451. Іконеміст	британський діловий журнал, який видається в Лондоні.
452. Апгрейдинг	термін, що позначає істотну зміну інформаційних технологій, перехід їх на новий, якісно вищий рівень.
453. Укри	зневажливо-іронічна назва українців. Використовується для російської пропаганди й тролінгу.
454. Рофл	глузування й тролінг.
455. Мітник	людина, яка насолоджується зустрічами та іншими адміністративними заходами та намагається відвідати якомога більше їх.
456. Укроп	зневажливо-іронічна назва українців.
457. Плостист	той, хто може виконати дію, лише якщо це було зроблено у фільмі чи книзі.
458. Консьюмеризм	тенденція до еволюції психології реципієнтів, що розвивається в масовій аудиторії та виникає в умовах комерціалізації ЗМІ, атакож під впливом нав'язливої реклами.
459. Медіалогія	дисципліна, предметом якої є всебічний аналіз історичного розвитку, сучасного стану та особливостей функціонування системи засобів масової комунікації.
460. Ктематонім	один із видів онімної лексики, актуалізований у медіа, словесний компонент торгівельної марки; вдало підібрана влучна назва товару.
461. Бобслей	нарізка коротких динамічних кадрів.
462. Бейбі-бум	демографічний вибух.
463. Влог	відеощоденник у режимі онлайн.
464. Телеміст	сукупність технічних й організаційних заходів, спрямованих на забезпечення двостороннього аудіо- та відеозв'язку між двома й більше віддаленими об'єктами за допомогою засобів телевізійної техніки, супутникового або іншого виду зв'язку.
465. Телеприсутність	набір технологій, що дозволяє користувачеві, зокрема за допомогою спеціальних пристроїв, отримати враження від того, що він знаходиться і / або впливає на події, що відбуваються на місці, відмінному від його місця перебування.
466. Євроньюз	європейський щоденний цілодобовий інформаційний телеканал, що поєднує відеохроніку світових подій та аудіокоментарі одинадцятьма мовами, зокрема українською.
467. Ай-повідомлення	назва технології «iPhone» (компанії «Apple») та служби обміну миттєвими текстовими повідомленнями.
468. Камберфан	фанати британського актора Бенедикта Камбербетча.
469. Фангрупа	групи фанатів у соціальних мережах.

470. Україножер	той, хто ненавидить все українське й намагається його знищити.
471. Грошороб	той, хто любить збагачуватись та робить все лише заради цього.
472. Прем'єріада	процес політичних торгів щодо призначення нового прем'єр-міністра та формування нового уряду.
473. Азовець	на позначення тих, хто героїчно тримає оборону Маріуполя та "Азовсталі".
474. Фішмаркетинг	шахрайський маркетинг.
475. Кнопкодав	народні депутати, котрі на пленарних засіданнях Верховної Ради України голосують чужою карткою, а також особи, які надають депутатам для голосування картку чи її дубліката.
476. Зеленка	лісосмуга чи будь-яка інша лісиста місцевість, де розташувались військові підрозділи.
477. Медіабізнес	ведення ринкових відносин в медіаіндустрії.
478. Медіаграмотність	оптимальний щодо мети й завдань медіакомунікації спосіб виробництва та поширення інформації в динаміці сучасних лінгвомедійних технологій впливу на масову аудиторію.
479. Медіаканал	засіб доставки (обміну) інформації (медіапродукту) до потенційної аудиторії.
480. Медіакарта	схема мас-медійного ресурсу (як друкованого, так і віртуального), за допомогою якої створюються його реклама та PR.
481. Мікшермен	фахівець який стоїть на мікшерному пульті.
482. Байлайнер	присвячена новинній події стаття від першого імені організації.
483. Шоквейв	технологія, що дозволяє розміщувати на веб-сторінках мультимедійні об'єкти.
484. Ньюзрум	відділ у редакції де створюються та опрацьовуються новини.
485. Ньюзлетер	корпоративне періодичне видання, що публікує RP- тексти.
486. Баннеропоказ	фактичний показ (презентація) баннера; включає мову, графічний, аудіо- та відеоряди.
487. Мультик	сучасний військовий одяг.
488. Медіакорпорація	об'єднання кількох медіаканалів. Напр., медіакорпорація «Starmedia», що об'єднує телеканали «СТБ», «Новий канал», «ICTV» та ін.
489. Медіалінгвістика	нова міжгалузева гуманітарна дисципліна, яка займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації.
490. Медіамистецтво	вид мистецтва, що створюється та репрезентується за допомогою сучасних інформаційнокомунікаційних / медіатехнологій – відео, комп'ютерних і мультимедійних засобів, Інтернету і тд.
491. Медіаносій	носій, що використовується для передачі інформації.
492. Медіаплан	документ, який передбачає певний розрахунок щодо забезпечення, наповнення інформаційного потоку, створення відповідного типу інформації з урахуванням методів її поширення, функцій та аудиторії, на яку вона розрахована.
493. Медіапланування	складання плану рекламної кампанії, в якому прораховуються види рекламних матеріалів, майданчики, варіанти тарифікації реклами, підсумкову вартість і передбачувану ефективність кампанії.
494. Медіапрезентація	презентація результатів професійної діяльності людини чи групи людей, організована в медіапросторі.
495. Медіапрогноз	інформація, попередньо передбачена засобами масової інформації.
496. Медіапродукт	те, що виробляє медіа.
497. Медіасистема	комплекс медіаканалів, медіапродуктів і медіаносіїв.
498. Медіатопіка	актуальна тематика, проблематика засобів масової інформації,

	її окремих типів, жанрів.
499. Медіаформат	формат медійного продукту, в основу якого входять концепція, влучна назва, час проведення та ін.
500. Радіочат	чат, що використовується в радійному мовленні, в онлайн-режимі та полягає у спілкуванні з радіослухачами засобами мобільного зв'язку.
501. Владовершитель	той, хто має владу.
502. Золотобатонник	той, хто наживається на людях.
503. Байденотерапія	промова Джона Байдена.
504. Фейсбук	американська корпорація конгломерату соціальних мереж, що базується в Менло-Парку, штат Каліфорнія.
505. Фейспалм	смайлик у соц. мережі Інстаграм.
506. Ноусеконд	період часу, який витрачається між натисканням кнопки надсилання та розумінням того, що вони насправді не повинні відправляти це повідомлення електронної пошти.
507. Відеоекологія (video ecology)	розділ духовної екології, в якому розглядаються основні принципи відеорепертуара, культури відеовосприняття.
508. Медіавимірювання	процес отримання даних про кількість, структуру медійної аудиторії, що надається в певному відрізку часу і місці.
509. Хоумпейдж	поширена назва для персонального сайту.
510. Метметчінг	зведення та знайомство людей через інтернет
511. Україно-виховання	процес систематичного і цілеспрямованого формування особи патріота-українця.
512. Ньюзгрупа	віртуальне об'єднання інформаційних (новинних) теле- та радіоканалів із нагоди якихось подій, великих конференцій, нарад, зборів.
513. Мініісторія	медійний жанр, тип замітки, що широко представлений у сучасних виданнях, призначених для сімейного читання.
514. Бумвініл	матеріал, який використовують для оправи журналів та книг.
515. Мініюгляд	особливий тип форматування інформаційного матеріалу.
516. Мінірецензія	інформаційний жанр, який синонімізовано з оцінною заміткою щодо конкретної події чи інформаційного явища (книга, кінофільм, п'єса та ін.).
517. Підстиль	історично сформована модифікація стильового відображення реальної дійсності, що має набір повторюваних аналогових змістовно-формальних і мовних (жанрових) ознак.
518. Форсинг	сильне акцентування уваги на чомусь новому, незвичному, яскравому.
519. Імпровіза	імпровізувати.
520. Птічка	дрон.
521. Тітушка	термін походить від прізвища спортсмена Вадима Тітушка.
522. Петросян	суспільна негативна оцінка, що надає реченню критичного забарвлення.
523. Деміністифікація	право кожного на реінтерпретацію будь-яких інформаційних матеріалів пошуках плюралізму можливих для них значень або на критику символів, що претендують на абсолютні та універсальні.
524. Деолігархізація	явище, що означає усунення від влади олігархічної системи.
525. Коронаскептик	людина, яка не вірить в існування коронавірусу і скептично ставиться до всіх обмежувальних заходів, пов'язаних з пандемією.
526. Дистанційка	скорочення від «дистанційне навчання» або «дистанційна робота».
527. Чипування	так іронічно називають вакцинацію від Covid-19. Неправдива інформація про те, що препарат для щеплення нібито містить мікрочип, який дасть змогу контролювати людство.

528. Ночніки	прилад нічного бачення.
529. Постправда	стосується або позначає обставини, у яких об'єктивні факти меншою мірою впливають на суспільну думку, ніж апелювання до емоцій та особистих переконань.
530. Вагнергейт	термін для позначення політичних скандалів з особливим суспільним резонансом формується з додаванням суфікса -гейт.
531. Антивакс	скорочення від антивакцинатор – людина, яка не бажає вакцинуватися від коронавірусу.
532. Інфодемія	стрімке поширення як правдивої інформації, так і фейків.
533. Спендемік	означає тенденцію несподівано витрачати гроші під час кризи, особливо на якісь непотрібні речі.
534. Зумпінг	слово з'явилося, коли поєднали назву Zoom (програма для організації відеоконференцій) та дієслово to dump (кидати, розривати стосунки)\ розлучення з хлопцем або дівчиною за допомогою відеозв'язку.
535. Мордор	зневажлива назва російської федерації, пов'язана із війною в Україні.
536. Ерефія	зневажлива назва російської федерації, пов'язана із війною в Україні.
537. Бледіна (бледина)	позначає ракетну атаку.
538. Путлерюгенд	злочинні російські окупаційні війська, що вдерлися в Україну
539. Орк	прізвище російських окупантів, запозичене з книги Джона Толкієна «Володар перснів».
540. Затридні	нереалістичні, малообґрунтовані ідеї й плани, в які людина щиро вірить, хоча все її притомне оточення намагається підказати, що результату не буде.
541. Зсуїсти	кажуть про себе люди, які вірять у перемогу ЗСУ беззаперечно, сильно й неспростовно.
542. Дебахнулько	людина, яка через свій інтерес та стурбованість може спричинити дуже багато шкоди.
543. Арестовлення	заспокійливе повідомлення.
544. Хітсивня	виникло через сполучення слів "хітс" та "гривня".
545. Натівець	людина, яка не дотримується своїх обіцянок.
546. Діпфейк	заснована на штучному інтелекті методика створення підrobних зображень, які не відрізняються від справжніх.
547. Інфлюенсер	людина, яка впливає на думки і погляди суспільства через соціальні мережі.
548. Передок	перша лінія оборони війська.
549. Літакопад	безперерйного збивання російських літаків військами протиповітряної оборони України.
550. Рашисти	сповідувачі ідеології рашизму.
551. Тікток – війська	війська кадіровців, які викладали в соцмережах чимало “переможних” відео та світлин, але в реальний бій їти боялися.
552. Терраша	російська федерація як держава-терорист.
553. Потерьнет	пропагандистське твердження про буцімто відсутність бойових втрат у лавах російських окупаційних військ.
554. Путлернет	“автономний” російський інтернет, що прийшов на заміну цивілізаційним можливостям.
555. Тристаграм	автономну російську соцмережу, що прийшла на заміну соцмережі Інстаграм.
556. Бандеромобілі	бойові автомобілі ЗСУ, що мають підвищену прохідність, вони оснащені великокаліберним стрілецьким озброєнням і мінометами.
557. Кіберкозаки	спільнота українських ІТ-спеціалістів, що працюють для нейтралізації ворога в кіберпросторі під час російського вторгнення в Україну.
558. Кіберпартизани	спільнота українських ІТ-спеціалістів, що працюють для нейтралізації ворога в кіберпросторі під час російського вторгнення

	в Україну.
559. Свинособаки	злочинні російські окупаційні війська, що вдерлися в Україну.
560. Ванька	Злочинний російський окупант, що вдерся в Україну.
561. Z-окупанти	російські злочинці.
562. Z-трофеї	трофеї російської окупаційної армії, яким стали вкрадені пральні машинки, телевізори, коштовні речі та нутелла.
563. Русо-нацисто	російські нацисти.
564. Шайтан-труба	FGM-148 «Джавелін» ; переносний протитанковий ракетний комплекс виробництва американських підприємств Raytheon та Lockheed Martin.
565. Каранте	вміння володіти собою під час самоізоляції.
566. Ковідка	лікарка, які працюють із ковідними пацієнтами.
567. Ковідіот	позначення людини, яка не визнає пандемії ковіду, не носить маски.
568. Ковідономіка	це абсолютно нове явище, що ілюструє в цілому економіку під час пандемії.
569. Зумозалежність	віддалений процес навчання за допомогою Zoom.
570. Зепрезидент	президент України Володимир Зеленський.
571. Українозневажаєць	людина, яка зневажає Україну.
572. Україноненависник	людина, яка ненавидить Україну.
573. Недопатріот	людина, яка робить вигляд що вона патріот.
574. Пушкініст	російський окупант.
575. Путлер	зневажливе прізвисько президента російської федерації.
576. Віджей	людина, яка в реальному часі при допомозі спеціального обладнання і на основі заздалегідь підготованих відеофрагментів створює візуальні ефекти під відтворення музику.
577. Путлеровці	російські окупанти.
578. ІТ-армія	спільнота українських ІТ-спеціалістів, що працюють для нейтралізації ворога в кіберпросторі під час російського вторгнення в Україну.
579. Цигани-привиди	українських циган, які роззброюють окупантів.
580. Чмоня	російські військові.
581. Іміджборд	різновидність веб-форуму, на якому користувачам надано можливість додавати до текстових повідомлень графічні зображення.
582. Донат	грошове пожертвування на будь-які цілі, на підтримку будь-кого, чого-небудь.
583. Клікбейт	текстовий заголовок або графічне зображення, які привертають увагу до матеріалу, як правило, в інтернеті шляхом гіперболізації чи маніпуляції й на шкоду якості або точності поданої інформації.
584. Копілефт	надання власником авторських прав дозволу на вільне використання, зміну і розповсюдження його твору за умови, що усі похідні твори будуть розповсюджуватись на тих же засадах.
585. Накрут	характеризують маятникові настрої, чергування стану напруження, посилення тривоги, хвилювання.
586. Моддінг	зміна конструкції і дизайну електронних, як правило комп'ютерних, пристроїв з метою покращення їх стилістичних і технічних характеристик.
587. Нерд	людина, надзвичайно захоплена чимось, як правило, інтелектуальною діяльністю, і практично повністю виключена із повсякденного громадського і культурного життя; "ботанік".
588. Нонконформізм	неприйняття норм, цінностей, цілей, домінуючих у конкретній групі в конкретному суспільстві.
589. Карантіні	будь-який алкогольний напій, який п'ють під час карантину.
590. Макароновірус	масове закупівля макаронів.
591. Гречкохайп	масова закупівля гречки.
592. Карантьє	власники собак, які «здають їх в оренду» для прогулянок під час

	карантину.
593. Фейк-ньюз	новини, що транслиують неправдиву інформацію.
594. Коронойя	нав'язливий страх щодо COVID-19.
595. Карантикули	вимушене перебування вдома через карантин і відповідно вимушена відсутність у навчальних закладах, на роботі, на масових соціальних заходах тощо.
596. Глокалізація	процес економічного, соціального, культурного розвитку, що характеризується співіснуванням різноспрямованих тенденцій.
597. ЛНР	фіктивне квазідержавне терористичне утворення, самоназва маріонеткового режиму, встановленого Російською Федерацією на окупованій нею території окремих районів Луганської області України.
598. ДНР	терористичне квазідержавне утворення, самоназва маріонеткового режиму, встановленого Російською Федерацією на окупованій нею території окремих районів Донецької області України.
599. Хештег	слово або фраза, яким передую символ «#».
600. Гроуз-хакінг	систематична та безперервна перевірка гіпотез, спрямованих на ріст компанії.
601. Бутстрепінг	інвестиційна стратегія бізнесу, яка передбачає створення проекту власними коштами, без залучення зовнішніх інвесторів.
602. Розкрут	оптимізм, віра у світле, спад психологічного тиску або виведення вас із такого стану.
603. Івентменеджер	це професіонал, який займається організацією ділових, спортивних та розважальних заходів для різних компаній.
604. Девелопер	розробник програмного забезпечення.
605. Хедхантер	займається пошуком і переманювання в компанію замовника топ-менеджерів і керівників вищої ланки.
606. Зорбінг	різновид активного відпочинку чи спорт, що полягає в спуску людини у круглій прозорій полімерній кулі.
607. Квілінг	мистецтво виготовлення плоских або об'ємних композицій зі скручених у спіралі смужок паперу.
608. Чорнобаївка	дежавю.
609. Гуглань	людина, яка не вміє користуватися пошуковою системою.
610. Гуглюк	людина, яка не вміє користуватися пошуковою системою.
611. Гугліж	пошук в Google.
612. Гугломовець	мовець, який черпає інформацію з Google.
613. Гугляр	той, для кого гуглити – забава.
614. Гуглізми	типові помилки Google -перекладача.
615. Оборонка	галузь виробництва держави, яка є сукупністю науково-дослідних, випробувальних установ, організацій й виробних підприємств, які виконують розробку, випробування, виробництво й утилізацію озброєння, військової й спеціальної техніки й іншого майна для збройних сил держави.
616. Колаборація	творча співпраця для реалізації певного проекту в галузі економіки, науки, культури, мистецтва; зрада національних інтересів.
617. Медведчуківці	прибічники В. Медведчука.
618. Майданарбайтери	люди, які за гроші брали участь у мітингах.
619. Силовик	представник одного з правоохоронних чи іншого державного органу, якому держава делегувала функції на застосування зброї чи/та фізичної сили.
620. Гуманітарка	гуманітарна допомога.
621. Зеленкарі	найманці, що обливають зеленкою опозиційних політиків та публічних осіб.
622. Аутернет	альтернатива Інтернету\його гігантський за рівнем охоплення аналог, який нью-йоркська некомерційна компанія MDIF планувала запустити до літа 2015 року.
623. Інфóрмер	виконаний у текстовому, графічному або комбінованому вигляді

	блок на веб-сайті, призначення якого - надання повсякденної інформації, що оновлюється автоматично.
624. Екстранет	комп'ютерна мережа, що з'єднує певну фірму з клієнтами, постачальниками.
625. Емодзі	мова смайликів, що налічує близько тисячі знаків, які сприяють поживленню електронного листування.
626. Емодзист	користувач мови.
627. Кіберпрофайлер	фахівець, який, оволодівши кваліфікаціями психолога, комп'ютерника та детектива, займається розкриттям кіберзлочинів.
628. Нетизянин	активний користувач Інтернету.
629. Нетикет	мережевий етикет; правила пристойності для користувача Інтернету; правила повсякденної поведінки нетизянина.
630. Ппо	протипутінська оборона.
631. Джавелін	будь-яка зброя.
632. Чекін	повідомлення, надіслане особою через мобільний засіб зв'язку в соціальну мережу про місце її перебування.
633. Вебліш	специфічна англійська мова, характерна для інтернет-висловів, ознаки якої – написання всіх літер у малому регістрі, відсутність розділових знаків, орфографічні, пунктуаційні та граматичні помилки, нелітературний, навіть неформальний стиль.
634. Глобиш	спрощена англійська мова, якою спілкуються представники неангломовних країн.
635. Нетспік	специфічний, проміжний між усним та письмовим вид мовлення, що виник у спілкуванні через Інтернет.
636. Смартмоб	форма соціальної організації, самоструктурування якої відбувається з допомогою використання високотехнологічних засобів.
637. Хедлайнер	найбільш відомий учасник заходу (шоу, концерту, фестивалю і под.).
638. Хендмейкер	той, хто займається ручною роботою, ремеслом.
639. Смартфозомбі	це людина, яка невідривно дивиться на дисплей свого девайса, не дивлячись, куди йде.
640. Кадиривець	член гвардії Рамзана Кадірова.
641. Змопівець	член загону міліції особливого призначення.
642. Блекаут	відключення електроенергії.
643. Дискотека	бойові дії.
644. Українськість	усвідомлення себе причетним до української нації та держави.
645. Булінг	цькування.
646. Макронення	імітування стурбованості.
647. Спічрайтер	людина, яка готує доповіді для промови.
648. Кліпмейкер	людина, яка розробляє творче замовлення, пов'язане з відео.
649. Град	російська реактивна система залпового вогню.
650. Зумбі	люди, які проводять багато часу в Zoom.
651. Зумбомбінг	вторгнення у відеоконференцію.
652. Коронаїнали	діти, яких зачали під час пандемії.
653. Маскошок	стан, якщо ти не можеш купити маску і намагаєшся дець їй в паніці знайти.
654. Ковігіст	людина, яка байдуже ставиться до всього, що стосується ковіду.
655. Ковідіворс	розлучення пари, спричинене неможливістю перебування разом на самоізоляції.
656. Сейшен	неформальна музична подія, процес чи діяльність, коли музиканти, зазвичай інструменталісти, грають імпровізовані соло на мелодії, пісні та акордові послідовності.
657. Копіпаст	використання шляхом механічного копіювання інформації з чужих web-ресурсів на своїх web-сторінках.
658. Мамкування	ухилення від виконання дій задля збереження власного життя.
659. Інфоманія	залежність постійно перевіряти соціальні повідомлення.
660. Русаки	російські окупанти.

661. Рузкі	російські окупанти.
662. Ковідео	відео, записане під час самоізоляції.
663. Білінг	виставлення рахунку клієнтам.
664. Медфлюенсер	лікар, який у соцмережах ділиться порадами та рекомендаціям і пояснює незрозумілі речі простою мовою.
665. Фейкомет	медіаресурс, який поширює неправдиву інформацію.
666. Бумсплейн	«бумер» пояснює щось нудне і очевидне молодшому поколінню.
667. Смішинг	СМС і фішинг і описує спробу заволодіти персональною інформацією через повідомлення, щоб викрасти гроші, наприклад, із банківського рахунку.
668. Граундинг	будь-яка активність, яка передбачає безпосередній контакт із Землею, наприклад, ходіння босоніж по траві чи обіймання дерев, що нібито заспокоює і покращує фізичне та психічне здоров'я.
669. Хронолідерство	спосіб організації робочого часу, за якого ти працюєш в той час доби, коли за своїми біоритмами відчуваєшся найбільш бадьорим і працездатним.
670. Ковід-дисиденти	прихильники теорії змови, які стверджують, що коронавірусу не існує, або захворювання не таке небезпечне, як запевняють лікарі й епідеміологи.
671. Ковідятко	лагідна назва хворого на коронавірус.
672. Ковидло	повидло без смаку та запаху.
673. Бізнесовець	приватний підприємець.
674. Привладник	той, хто займає державну посаду.
675. Двомовник	той, хто володіє двома мовами.
676. Ідеологічка	жінка, що пропагує радянську ідеологію.
677. Фанта	прохолодний напій із концентрату помаранчі.
678. Уотергейт	великий політичний скандал, протизаконні дії у вищих ешелонах влади.
679. Амбасадор	людина, найнята організацією або компанією, щоб представляти бренд в позитивному світі.
680. Прохібіція	заборона.
681. Шузня	взуття.
682. Екзил	вигнання.
683. Коронафобія	страх захворіти на COVID-19.
684. Постінг	стаття, надіслана в мережу.
685. Юзер	користувач.
686. Мерч	продукція з символікою певної особи, гри, фільму, серіалу.
687. Білобратчик	член релігійної секти "Біле братство".
688. Епikфейл	епічний провал, поразка.
689. Меседж	повідомлення; думка, яку хочуть донести.
690. Вайб	атмосфера, відчуття.
691. Скрін	знімок екрану.
692. Локдець	жорсткі карантинні обмеження.
693. Іхтамнет	постійне заперечення Росією своєї військової присутності в агресивних гібридних війнах проти окремих країн.
694. Расхламінго	популярна хатня справа, пов'язана з прибиранням під час вимушеного карантинного неробства.
695. Ньосмейкер	людина, чи організація, діяльність якої передбачає публічність і становить постійний значний інтерес для ЗМІ.
696. Дезінфомедія	вплив неправдивої інформації на пандемію.
697. Транкінг	призначений для забезпечення голосового зв'язку між великою кількістю рухомих абонентів при обмеженій кількості радіоканалів.
698. Плеймейкер	гравець, який у складі команди визначає тактику гри в нападі.
699. Карантець	жорсткі карантинні обмеження.
700. Техно-оптимізм	віра в те, що розвиток технологій змінить наш світ на краще.

ДОДАТОК Б
Структурний аналіз лексичних неологізмів медіасфери в сучасній
англійській мові

Група (підгрупа)	Мова	Абсолютна кількість	Відносна кількість	Приклади
1. Телескопія	Анг. мова	149	43%	Hiberdating, broath, bridezilla, twintern, addadictomy, advomentar, againda, agreeance, alcoholic, alcolean, alcoholic, americanese, benefriend, blaccent, blarg, bulshvic, capostrophe, cellfriend, comedicide, commucapitalist, communification, convercide, covfefe, cowversation, deadvertisement, dementocracy, dietribe, dignitude, e-barrassment, e-nore, e-touch, ebanatic, ebenzy, ebiot, dudette, technomedia, blogocracy, twinfancy, twirgin, teleputer, commentariat, twewbie, twittercide, celebtwit, bulltwitter, televiewer, blodgebriety, splog, englishification, fauxfile, faxole, femail, fidiot, googru, conversiovie, IMbiguity, schload, schmuckspert, scribline, dreadvertisement, seductivity, servelence, shemail, smutvertising, snigology, spamanoia, spammalogue, spanktervision, anticillation, athupendecimal, backronym, teenanswer, bowbaktry, cellapse, clicklexia, corporashun, telebility, telecrastination, decidribel, disasterbacle, distashion, docuphobia, touron, spellilepsy, fibliography, fictionary, fanaddict, foreploy, fretard, frienemy, gafillion, gageement, gamovation, giraffiti, Godvertising, gratisfaction, graveorism, spendorphine, heredstupidity, hobnoblin, horobvioscope, humography, hypothecary, spyawn, ignorement, illigence, insinnuendo, inspiration, Intinternet, interrobang, Intpossibility, jampage, Japlish, jazams, kidiot, lasterday, latersohinip, submitication,

				linguist, linner, lostivity, lovedom, lupper, manimal, manscape, meandrathal, mediacracy, mentoree, miserability, moronasaurus, netoriety, ninjury, obeseist, omniloathe, onosecond, outsourcery, sudoopoo, phishmarketing, queuestion, quotimer, rebootilence, repihumoror, sarchasm, scarcasm, glibido, hannibull.
2. Афіксація	Анг.мова	83	24%	Abusement, accidentist, geobragging, errorist, adverteasement, alarmisist, ambulament, ameriglish, amglish anaception, anchority, applicating, bactor,bactress, ballsey, twamer, attwacker, tabloidization, ebanipper, splogger, virtualization, daggum, enterstainment, iconoblaster, lesbertizing, dyslection, bifocalitis, bleater, bouser, bumgavitis, bushism, digiocrity; cyberjournalism, cyberthriller, hyperdocumentation, cyberstalking, scrapper, shazwazzer, shitness, skiffy, Smiddy, sniglet, snigletism, snigletist, snigletization, snigletology, snooder, solanist, teamlet, arbitraitior, awesomnity, clapperphobia, clicklinger, funnity, gallivantation, generiatric, ghashipation, gibbonism, habitosis, heroicisim, hepatitis, hippocritamus, humy, hypnoxia, ideality, ifnik, illiteration, strategery, inebrionics, ineptiphobia, stylephile, meetnik, obnoxion, obvium, orbituary, orlandite, outsourcerer, pairification, possessiont, sarafinitis, fornicorium, bleater, bouser, televiwer;
3. Безафіксний	Анг.мова	46	14%	Aword, baboon, bitsipookem, bligeck, unagi, ack, cougar, spin, jolt, sereis, flak, gnilleps, dugit, schnibbel, scrith, shim, siris, skrilla, Smeed, boondongle, bozone, butterfickle, buzzack, cadudo, crows, dejaview, der, tizite, dribel, eripa, eufirstics, flake, gack, gah,

				garg, gaylias, trubbleyu, Ima, Jesi, Josbe, kookookachoo, lamien, laminites, minion, prunk, pulpid.
4. Основоскладання	Анг. мова	41	12%	Infomoron, aftercpal, wingman, dotbomb, dotcommie, dotcomword, drunkword, blogmaster, audioblog, Westworld, Gogglebox, Mythbusters, shemale, sftware, Skinemax, snarkattack, solipsexual, Tangentman, tangentwoman, alphageek, bushspeak, treeware, Flakespeare, foxymoron, frogwash, frumptage, fundage, fuzzword, globberstack, gongshow, gongflap, mousecurse, neutronpeas, noflet, noggalien, plothole, postalport, postend, psychoaxis, psychophant, sandlersyndrome.
5. Аббревіація	Анг. мова	10	2,5%	BAV, EGGS, QI, FLK, SKOS, Slotus, FCDVD, FUBAR, GOL, UBD.
6. Комбінований	Анг. мова	7	2%	Blamestorming, egosurfer, datacasting, marcopolodotcomist, bollockmonger, teleflector, hollymonger.
7. Словоскладання	Анг. мова	5	1,5%	Cappuslockus, shit-ton, sloppywords, ego-out, nerdhero.
8. Конверсія	Анг. мова	3	1%	Contradick, feed, blend.

Група(підгрупа)	Мова	Абсолют на кількість	Відносна кількість	Приклади
1. Афіксація	Укр. мова	109	31%	Горище, графогенератор, іміджелогія, телекомінкація, гуглення, пранкер, прихвизатор, непідписант, бліц-ролик, ударівець, опоблоківець, тушка, піаніст, ватник, драйвер, європейськість, мітник, плотист, медіалогія, мініогляд, мінірецензія, підстиль, деміністифікація, деолігархізація, хлопок, бавовна, беркуття, азовець, зеленка, мультик, бумвініл, птічка, дистанційка, чипування, ночніки, мордор, ерефія, бледіна,

				ЗСУїсти, дебахнулько, арестовлення, натівець, інфлюенсер, передок, рашисти, кіберкозаки, кіберпартизани, ванька, z-окупанти, z-трофеї, ковідка, пушкініст, путлер, путлеровці, чмоня, донат, нонконформізм, карантіні, карантьє, глокалізація, розкрут, девелопер, хедхантер, чорнобаївка, гуглань, гуглюк, гугліж, гугляр, гуглізми, оборонка, колаборація, медведчуківці, силовик, гуманітарка, Зеленкарі, інфóрмер, емодзист, кіберпрофайлер, нетизянин, джавелін, хедлайнер, хендмейкер, дебахнулько, змопівець, українськість, макронення, спічрайтер, кліпмейкер, короноїнали, ковігіст, мамкування, русаки, рузкі, білінг, ковідятко, ковидло, бізнесовець, привладник, двомовник, ідеологічка, прохібіція, шузня, юзер, локдець, ньюсмейкер, плеймейкер, карантець, недопатріот.
2. Запозичення	Укр. мова	98	28%	Євроньюз, чаттер, Скайп, просьюмер, гармонайзер, форсинг, бампер, апгрейдинг, шейдинг, антрефіле, флекс, крінж, рофл, ньюзлетер, мікшермен, байлайнер, мейт, атетеза, гейт, гост, шоквейв, ньюзрум, Гугл, шот, Рейтерс, лого, туторіал, пранк, лук, чіл, неторіті, троль, гонконг, Гардіан, Ейдж, Експрес, Дукля, Ельта, фейспалм, ноусеконд, Індепендент, аккаунт, лід, гостинг, морфінг, дигіталізація, кіборг, Іконеміст, консьюмеризм, стайлфіл, сабмітікейшн, бекграунд, думскролінг, софт, тьютор, лаунж, стрім, ейчар,

				бейбі-бум, вагнергейт, спендемік, зумпінг, віджей, клікбейт, копілефт, моддінг, нерд, хештег, бутстрепінг, зорбінг, квілінг, аутернет, екстранет, емодзі, чекін, вебліш, глобиш, нетспік, блекаут, булінг, думскролінг, зумбі, зумбомбінг, ковідіворс, сейшен, копіпаст, бумсплейн, смішинг, граундинг, фанта, уотергейт, амбасадор, постінг, мерч, меседж, вайб, скрін, транкінг, іміджборд, епikфейл.
3. Основоскладання	Укр. мова	54	15%	Медіабізнес, медіаграмотність, медіаканал, медіакарта, баннеропоказ, медіамистецтво, медіаносій, медіаплан, медіапланування, медіапрезентація, медіапрогноз, медіапродукт, медіасистема, медіатопіка, медіаформат, радіочат, владовершитель, золотобатонник, байденоотерапія, фейсбук, відеоекологія, медіавимірювання, хоумпейдж, метметчінг, україно-виховання, ньюзгрупа, термоточка, аналоговнет, коронаабсурд, коронакома, ктематонім, медіапрезентація, мініісторія, коронаскептик, постправда, затрідні, діпфейк, літакопад, потерьнет, тристаграм, бандеромобілі, свинособаки, зумозалежність, макароновірус, гречкохайп, майданарбайтери, смартфонозомбі, маскошок, фейкомет, хронолідерство, коронафобія, макароновірус, техно-оптимізм.
4. Телескопія	Укр. мова	32	9%	Бобслей, влог, телеміст, телеприсутність, ай-повідомлення, камберфан, фангрупа, україножер, грошороб, прем'єріада, кнопкодав, рона, укри, антивакс, інфодемія, путлерюгенд, хітсивня, терраша, путлернет, каранте, ковідіот, ковідіономіка, зепрезидент,

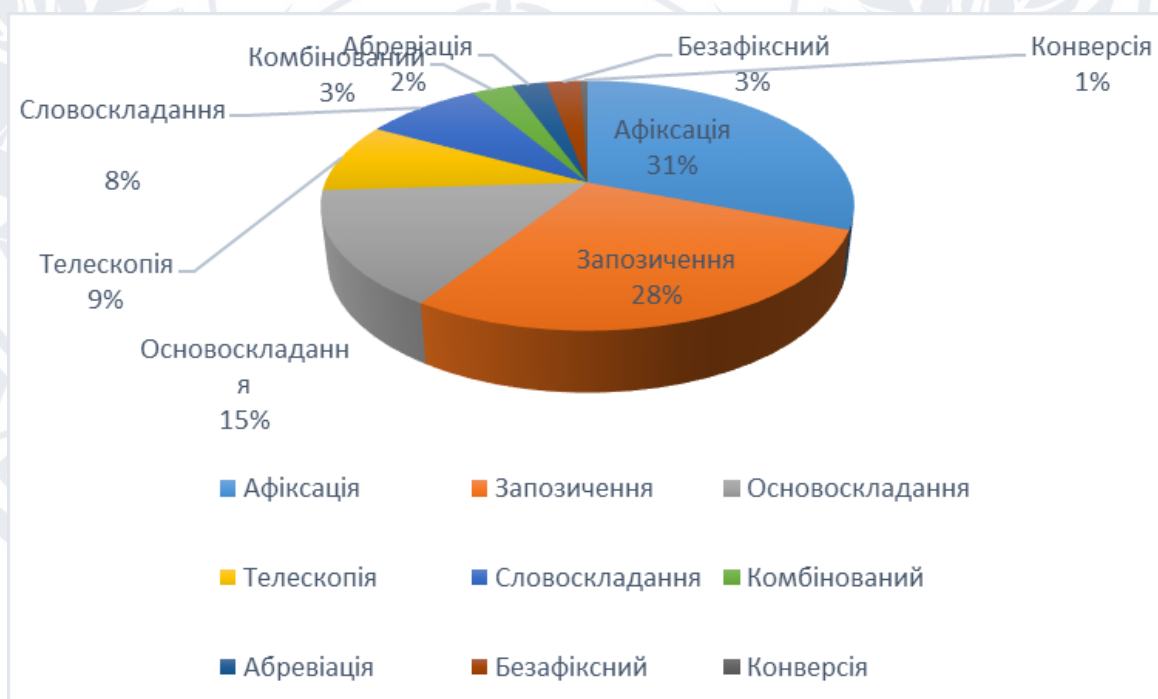
				короною, карантукули, нетикет, смартмоб, хітсивня, інфоманія, ковідео, расхламінго, дезінфомедія.
5. Словоскладання	Укр. мова	30	8,5%	ТБ – метр, бул-марк, бінго-карта, кукі-файл, прес-кіт, пуш-засоби, правка-вичитка, бліц-портрет, крос-промоушн, правка-обробка, веб-реклама, правка-скорочення, прес- кліпінг, фраза-скріпа, хард-ньюз, хедлайн-ньюз, Ю-Ес-Ей-Тудей, Уолл-стріт-джорнел, медіа – сейфті, інтерв'ю- факт, ехо-фраза, ай – стопер, тіток – війська, русо-нацисто, шайтан-труба, ІТ- армія, цигани – привиди, фейк-ньюз, гроуз-хакінг, ковід-дисиденти.
6. Комбінований	Укр. мова	11	3%	Медіакорпорація, фішмаркетинг, медіалінгвістика, коронастрижка, жидобандерівці, українозневажець, україноненависник, івентменеджер, гугломовець, медфлюенсер, білобратчик.
7. Безафіксний	Укр. мова	10	2,5%	Діра, стьоб, Березіль, піксель, приліт, няша, укроп, орк, накрут, екзил.
8. Аббревіація	Укр. мова	10	2,5%	АДЛІБ, ЄПРА, БІ-БІ-СІ, Ем-ті-ві, ЕОР, ІКТ, ГКС, ЛНР, ДНР, ППО.
9. Конверсія	Укр. мова	2	0,5%	Імпровіза, петросян.

ДОДАТОК В

Структурний аналіз лексичних неологізмів медіасфери в сучасній англійській мові



Структурний аналіз лексичних неологізмів медіасфери в сучасній українській мові



ДОДАТОК Г
Лексико-тематичні групи та підгрупи неологізмів медіасфери в сучасній
англійській мові

№	Назва ЛТГ/ ЛТПГ	Абсолют. кількість	Відносн. кількість	Приклади
1.	ЛТГ «Неологізми інтернет-листування»	81	22%	
1.1	ЛТПГ «Номінації негативних емоцій-реакцій»	28	7%	Bligeck ‘огида’, bulshvic ‘дідько’, daggum ‘дідько’, dugit ‘дідько’, ask ‘емоція злості’, e-nore ‘інтернет-ігнор’, IMbiguity ‘роздратованість’, schload ‘дуже багато’, shit-ton ‘дуже багато’, shitness ‘найгірше, що може бути’, butterfickle ‘чорт’, der ‘збентеження’, disasterbacle ‘катастрофа’, gack ‘відчуття болю’, gah ‘емоція розчарування’, garg ‘вияв злості’, ghastration ‘відчуття приголомшення’, lostivity ‘загубленість’, omnioathe ‘почуття огиди’, gaffillion ‘дуже багато’, FUBAR ‘неправильний’, miserability ‘мізерність’, obnoxion ‘огидне’, obvium ‘очевидне’, mousecurse ‘злість через непопадання курсором’, bozone ‘зона тупості’, generiatric ‘відчуття меншовартості’;
1.2	ЛТПГ «Методи листування з інтернет-користувачами»	22	6%	comatext ‘коматекст’, capostrophe ‘капострофа’, cappuslockus ‘капуслокус’, e-touch ‘інтернет-спілкування’, bushism ‘бушизм’, convercide ‘конверсайд’, ebenzy ‘порозуміння’, comedicide ‘знищити розмову’, snarkattack ‘вербальний напад’, spammalogue ‘листування «сам з собою»’, teenanswer ‘нерелевантна відповідь’, eufirstics ‘чекати на телефоні’, frogwash ‘безглузда розмова’, spruawn ‘говорити і позіхати одночасно’, ignorement ‘ігнор’, illiteration ‘ілітерація’,

				insinnuendo ‘натяк’, submitication ‘сабмітїкейшн’, possessionment ‘промова’, postend ‘миттєвий обмін повідомленнями’, queuestion ‘потік запитань’;
1.3	ЛТПГ «Номінації онлайн-тексту»	16	4,5%	drunkword ‘нерозбірлеве слово’, gnilleps ‘ незрозуміле слово, dotcomword ‘слово- вихваляння’, sloppywords ‘неправильно записані слова’, sniglet ‘слово, якого немає в словнику’, . snigletism ‘слова – сніглетизм’, backronum ‘бекронім’, corporashun ‘насмішливі назви компанії’, fuzzword ‘слово без сенсу’, gibbonism ‘гібонізм’, prunk ‘незрозуміле слово’, graveorism ‘грейверизм’, trubbleyu ‘трубел’ю’, ima ‘я збираюсь..’, interrobang ‘знак питання та оклику разом’;
1.4	ЛТПГ «Номінації позитивних емоцій-реакцій»	13	4%	bitsirookem ‘любовні листи’, dignitude ‘гідне відношення’, anticillation ‘емоція захоплення’, awesomnity ‘стан’ почуття прекрасності’, croms ‘щось гарне’, tizite ‘крутий’, funnity ‘забава’, gratisfaction ‘задоволення’, spendorphine ‘спендорфін’, kookookachoo ‘вираз щастя’, lovedom ‘емоції любові’, sudoopo ‘супер- дупер’, gallivantation ‘відчуття позитиву перед поїздкою’;
1.5	ЛТПГ «Види онлайн-текстування»	2	0,5%	horobvioscope ‘зрозумілий гороскоп’, humography ‘весела історія’;
2.	ЛТГ «Найменування користувачів інтернет- спілкування»	76	22%	
2.1	ЛТПГ «Номінації інтернет- користувачів з негативною конотацією»	54	13%	fidiot ‘дурень’, errorist ‘той, хто робить помилки’ commentariat ‘коментаріат’, egosurfer ‘егоцнтрист’, alarmisist ‘панікер’, bleater ‘панікер’, ebanatic ‘ібейнетік’, ebanipper ‘ібейніпер’, ebiot ‘дурень’, googru ‘гуглгру’,

				<p>iconoblaster ‘бунтар’, marcopolodotcomist ‘маркополодоткоміст’, contradick ‘противник’, schmuckspert ‘експерт тупих людей’, skiffy ‘тупий’, SKOS ‘тупий’, solanist ‘чоловіко- ненависниця’, arbitraitor ‘посередник, що стає на чиюсь сторону’, athupendecimal ‘всезнайка’, bollockmonger ‘дурник’, buzzack ‘дивак’, clicklinger ‘кліклінгер’, touron ‘надійшливий користувач’, flakespeare ‘псевдокваліфікована людина’, foxumoron ‘красивий і тупий одночасно’, fretard ‘дуже відстала людина’, glibido ‘той, хто тільки говорить’, hannibull ‘ханібул’, hippocritamus ‘лицемір’, hobnoblin ‘огидний знайомий’, hollymonger ‘холімонгер’, humy ‘людинка’, hypothecary ‘гіпотекар’, ifnik ‘іфнік’, kidiot ‘дурна дитина’, stylephile ‘залежний від моди’, lingoist ‘ексцентрична людина’, manimal ‘людна-тварина’, meandrathal ‘людина у виснаженому психічному стані’, minion ‘людина, яка дратує’, moronasaurus ‘дурний’, noggalien ‘той, хто робить помилки при говоріння іноземною мовою’, obeseist ‘той, хто дискримінує когось через його надмірну вагу’, outsourcerer ‘пропагандист аутсорсингу’, psychophant ‘підлесник’, pulpid ‘тупенький’, quotimer ‘той, хто бере цитати з інших розмов у месенджері’, repiumoror ‘той, хто розповідає один жарт багато разів’, sandersydrome ‘той, хто використовує цитати адама сендлера в листування’, distashion ‘хтось з поганим</p>
--	--	--	--	---

				смаком', globberstack 'непотріб', illigence 'тупість';
2.2	ЛТПГ «Номінації інтернет-користувачів з позитивною конотацією»	13	3%	bouser 'книголюб', dotcommie 'ультра-ліберальний блогер', flashmentalist 'флешменталіст', snooder 'снуд –геймер', tangentman 'лідер розмови', tangentwoman 'лідерка розмови', alphageek 'найбільш обізнана, технічно досвідчена людина', josbe 'дружбан', lamien 'псевдозла людина', meetnik 'мітнік', mentoree 'той, хто має ментора', nerdhero 'герой-ботанік', wingman 'звідник';
2.3	ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з негативною конотацією»	5	2%	benefriend 'вигідний друг', fauxfile 'фейк', faxole 'факсувальник', smiddy 'друг принеси-подай', frienemy 'френемі';
2.4	ЛТПГ «Номінації інтернет-друзів з позитивною конотацією»	4	2%	dudette 'подруга', blend 'блогер-друг', ballsey 'друг', Smeed 'друг';
3.	ЛТПГ «Неологізми сфери реклами»	24	6,5%	
3.1	ЛТПГ «Рекламні процеси»	13	4%	agreeance 'домовленість', applicating 'приймання заявки', virtualization 'віртуалізація', seductivity 'здатність спокушати', spellilepsy 'спелілепсі', foreploy 'брехня', ideality 'ідеальність', impossibility 'можливість в інтернеті', manscape 'менскейп', outsourcery 'аутсорсері', pairification 'об'єднання ідей\об'єктів', gagreement 'згода';
3.2	ЛТПГ «Види реклами»	11	2,5%	abusement 'образлива реклама', advertesement 'приваблююча реклама', blamestorming 'блеймстормінг', deadvertisement 'смертельна реклама', dreadvertise 'брудна реклама', infomoron 'інфоморон', lesbertizing 'лезбертайзинг', dreadvertisement 'огидна реклама', shemail 'спам –реклама', smutvertising 'Неправдива реклама',

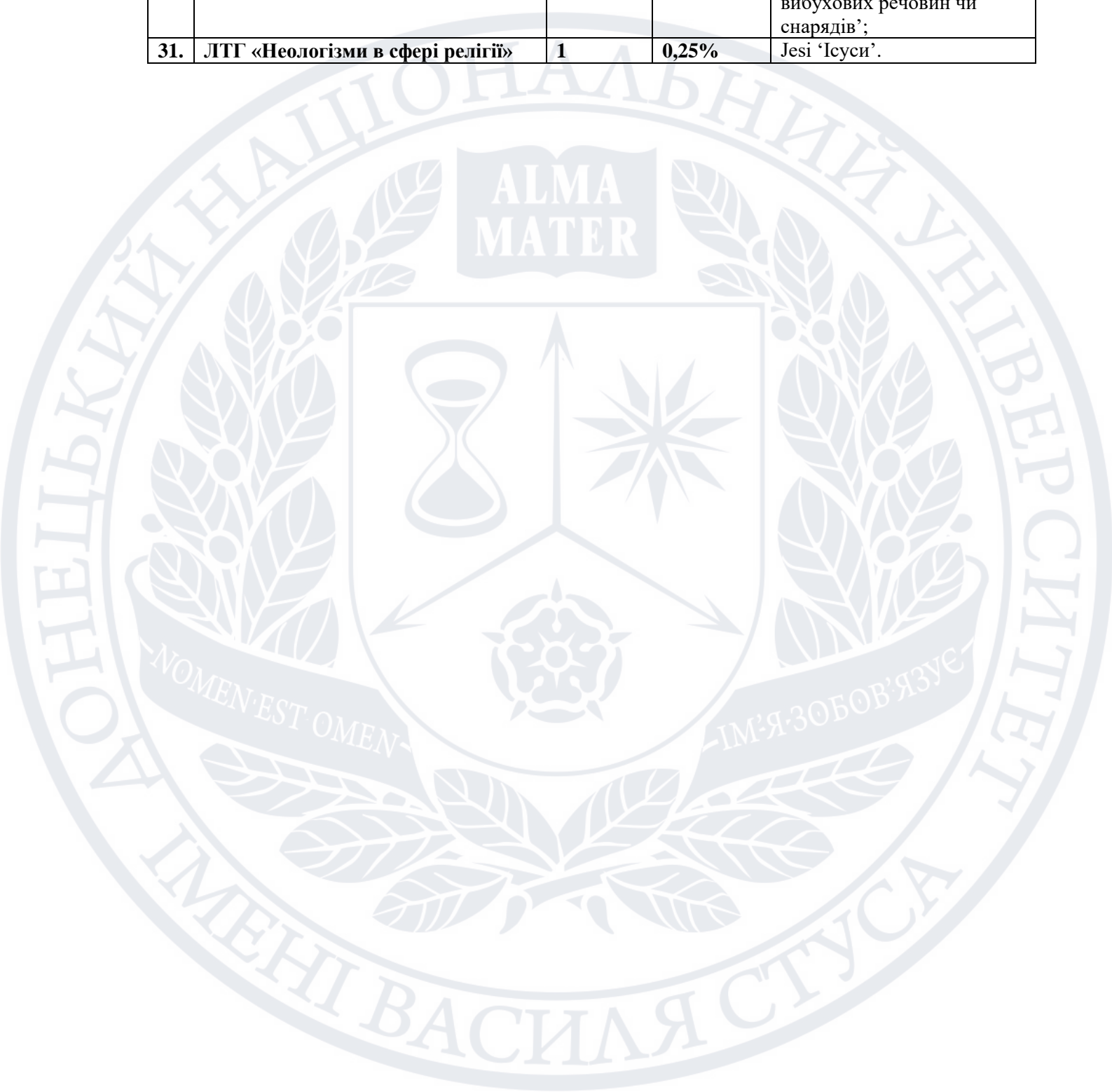
				Godvertising ‘рекламування віри в бога’;
4.	ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	18	6%	ambulant ‘страх сирени’, accidentist ‘поганий дантист’, bumgavitis ‘бумгавітіс’, dietribe ‘лекція з дієтології’, clicklexia ‘кліклексія’, ego-out ‘знання які втрачаються після смерті’, habitosis ‘хебітозис’, heredstupidity ‘успадкована дурість’, hepatitis ‘хіпатит’, hypnoxia ‘дратівливість як захворювання’, ninjury ‘травма при виконанні прийому’, sarafinitis ‘нездатність друкувати, коли говориш’, gamovation ‘рефлекторні фізичні рухи’, addadictomy ‘зміна статі’, alcoholic ‘алкоголик’, alcolean ‘алколін’, alcoholologic ‘алкологіка’;
5.	ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі»	15	5%	
5.1	ЛТПГ «Методи ведення соц.мереж з негативною конотацією»	7	2,5%	geobragging ‘негативно вихвалитись статусом’, cyberstalking ‘інтернет-прислідування’, spin ‘превернення уваги негативним шляхом’, servelence ‘раптове затишшя в розмові’, flake ‘підробка’, phishmarketing ‘фішмаркетинг’, bowbaktry ‘схиляти перед усіма’, anchority енхоріті ;
5.2	ЛТПГ «Інтернет-хештеги»	4	1,5%	BAV ‘погане відео’, FLK ‘весела дитина’, GOL ‘голосно реготати’, UBD ‘проблема користувача’;
5.3	ЛТПГ «Варіації відносин у соц.мережах»	3	1%	broath ‘чоловіча дружба’, cougar ‘жінка, що шукає відносин’, lattersohinip ‘змішані відносини’;
6.	ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	14	4%	tabloidization ‘таблоїдизація’, hyperdocumentation ‘гіпер-документація’, bias ‘упередженість’, flak ‘натиск’, covfefe ‘мега-сенсації’, cowversation ‘застаріла тема’, teamlet ‘маленька команда’, Cell-Hell ‘місце, де поганий зв’язок’, eripa ‘уявна оцінка подій’, fanaddict ‘залежний

				фанат', notoriety 'сумнозвісна репутація', obituary 'всесвітнє висвітлення смерті людини', psychoaxis 'головна тема'; cyberjournalism 'кібержурналістика';
7.	ЛТГ «Телевізійні служби та процеси/явища»	14	4%	anacaption 'енесепшн, або ходіння перед телевізором', digiocrity 'цифровізація', datacasting 'розповсюдження даних', feed 'транслявання', enterstainment 'огидна розвага', Skinemax 'кабельний кнал', spanktervision 'нічне телебачення', telebility 'телечуткість', telecrastination 'телескрутиначія', dejaview 'деж'ю при перегляді телевізора', teleflector 'теле- дзеркало', neutronpeas 'нютропіз', plothole 'недолуге місце в сюжеті'; televiewer 'телеглядач';
8.	ЛТГ «Найменування користувачів блогосфери»	13	4%	
8.1	ЛТПГ «Позитивно-конотативні номінації користувачів блогу»	6	2%	blogmaster 'блог- мастер', blogocracy 'блогоаристократія', twintern 'сммщик', celebtwit 'знаменитість', blogebriety 'знаменитість', Orlandite 'фанат Орlando Блума';
8.2	ЛТПГ «Негативно-конотативні номінації користувачів блогу»	4	1%	twamer 'скандаліст', bulltwitter 'брехун', attwacker 'цїкувальник', splogger 'сплогер';
8.3	ЛТПГ «Номінації нових користувачів блогу»	3	1%	twinfancy 'новачок', twirgin 'новачок', twewbie 'новачок';
9.	ЛТГ «Найменування інтернет-явищ сфери блогу»	13	4%	bifocalitis 'біфокелетіс', twittercide 'видалення', anchority 'енхоріті', dotbomb 'провальна справа', EGGS 'засіб інтернет продажів', snigletization 'сніглетизації', snigletology 'сніглетологія', snigology 'скорочення від «сніглетологія», cadudo 'що небудь', scarcasm 'сарказм, який справді

				робить боляче', sarchasm 'непорозуміння', inspiration 'спа-ідея', intenternet 'інтернет такий як має бути';
10.	ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	9	2,5%	commucapitalist 'комуніст- капіталіст', dementocracy 'дементократія', dyslection 'дислелекшін', slotus, gongshow 'безглузда ситуація', gongflap 'переломний момент', heroicism 'недогероїзм', mediocrasy 'уряд, як правило, опосередковано, через популярні ЗМІ', noflet 'волосся, що піднімається вгору';
11.	ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет- спілкуванні»	8	2,5%	americanese 'китайський американський', ameriglish 'американська англійська', amglisn 'американська- англійська', englishification 'англізація', shazwazzer 'австралійський сленг американців', bushspeak 'стиль мови Джорджа Буша', inebronics 'нестандартна американська англійська', Japlish 'неправильний переклад японських слів або фраз англійською мовою';
12.	ЛТГ «Неологізми серіалу «Друзі»»	6	2%	Unagi 'унагі', aword 'літературний приз', baboon 'бабун', scribline 'місце для підпису на картці', fornicorium 'апартаменти холостяка', frumptage 'гумка старого олівця';
13.	ЛТГ «Жанри та види медіаторів»	5	2%	advomentary 'адвоментарі', cyberthriller 'кібертрилер', sereis 'фільм, знятий по серіалу', docudrama 'документальна драма', conversiovie 'фільм, що містить сцени насилля';
14.	ЛТГ «Британські та американські телепередачі/серіали»	4	1,5%	Westworld «Світ Дикого Заходу», Gogglebox «Ящик», Mythbusters «Руйнівники Міфів», QI «Вельми цікаво»;
15.	ЛТГ «Неологізми на позначення гендерних ознак та орієнтації»	4	1,5%	shemale 'людина, стать якої практично неможливо визначити зовнішньо', shim 'чоловік вдягнений як

				жінка', solipsexual 'той, хто приваблює сам себе', gaylias 'гомосексуальне альтер его';
16.	ЛТГ «Номінації на позначення видів страху»	4	1,5%	Spramanoia 'Страх спаму', clapperphobia 'Страх оплесків', docuphobia 'Страх документів', ineptiphobia 'Страх бути недолугим';
17.	ЛТГ «Часові одиниці та періоди»	4	1,5%	cellapse 'час без зв'язку', onosecond 'період часу між надсиланням та усвідомленням, що не слід надсилати повідомлення', lasterday 'вчора', rebootilence 'період перезавантаження комп'ютера';
18.	ЛТГ «Неологізми кіномистецтва»	3	1%	bactor 'поганий актор', bactress 'погана акторка', siris 'акторка-спокусниця';
19.	ЛТГ «Медійні засоби/шляхи розповсюдження інформації»	3	1%	technomedia 'техномедія', jolt 'потрясіння', giraffiti 'високо намальоване графіті';
20.	ЛТГ «Неологізми на позначення паперових матеріалів»	3	1%	schnibbel 'шматочок паперу', scrith 'вузькі шматки паперу', treeware 'надрукована документація';
21.	ЛТГ «Номінації на позначення професій»	3	1%	scraper 'дизайнер альбомів для вирізання', snigletist 'той, хто утворює сніглеті', laminites 'люди на фото в нових гаманцях';
22.	ЛТГ «Жанри блогу»	3	1%	blarg 'онлайн журнал', audioblog 'аудіоблог', splog 'сплог';
23.	ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»	3	1%	teleputer 'теле -комп'ютер', FCDVD 'Компактний гнучкий диск', boondongle 'безглузда річ';
24.	ЛТГ «Номінації на позначення грошових одиниць»	2	0,5%	skrilla 'гроші', fundage 'гроші';
25.	ЛТГ «Неологізми сфери ІТ»	2	0,5%	siftware 'некорисні програми', postalport 'надтоїдлове віконце';
26.	ЛТГ «Неологізми на позначення одиниць вимірювання»	2	0,5%	decidribel 'децибел, який вимірює тупість', dribel 'дрібел';
27.	ЛТГ «Номінації на позначення джерел з негативною конотацією»	2	0,5%	fibliography 'неправдива бібліографія', fictionary 'фейковий словник';
28.	ЛТГ «Номінації на позначення прийомів їжі»	2	0,5%	linner 'лінер', lupper 'лапер';
29.	ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	2	0,5%	jampage 'шалена джем-сесія', jazams 'музична

				композиція’;
30.	ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»	1	0,25%	strategy ‘перемога використовуючи велику кількість бомб, боєприпасів або інших вибухових речовин чи снарядів’;
31.	ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	1	0,25%	Jesi ‘Ісуси’.



ДОДАТОК Д
Лексико-тематичні групи та підгрупи неологізмів медіасфери в
сучасній українській мові

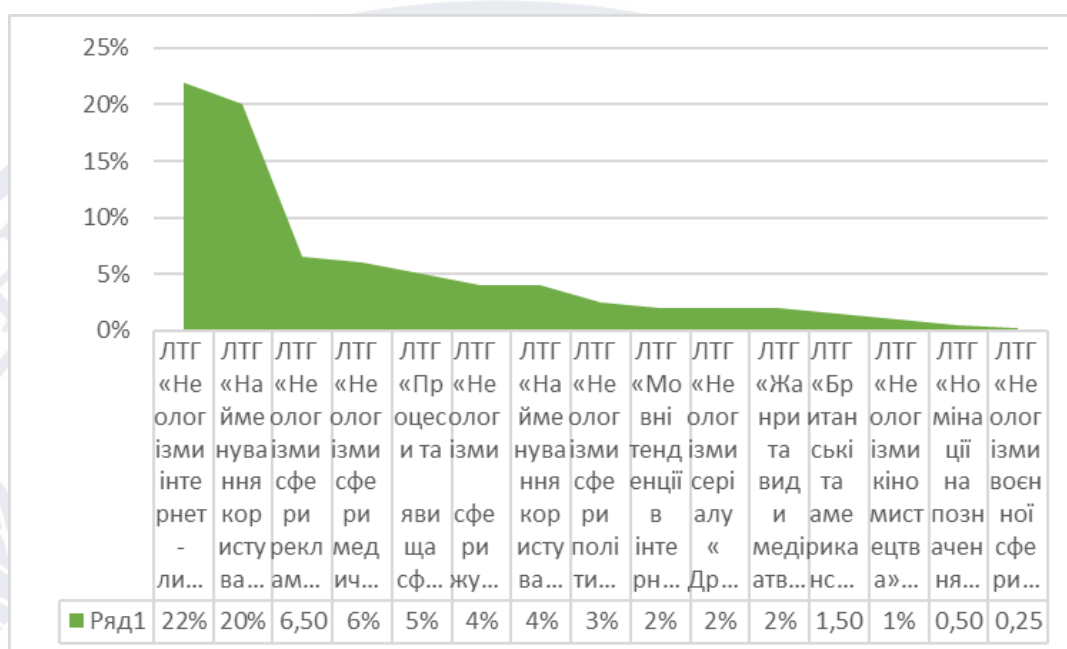
№	Назва ЛТГ/ЛТПГ	Абсолют т. кількіст ь	Віднос. кількіст ь	Приклади
1.	ЛТГ «Неологізми сфери політичних ток-шоу»	84	24%	Україножер, прихвизатор, грошороб, україно-виховання, владовершитель, золотобатонник, деолігархізація, тушка, піаніст, байденотерапія, прем'єриада, непідписант, ударівець, опоблоківець, тітушка, кнопкодав, кіборг, ватник, діра, драйвер, медіакратія, європейськість, жидобандерівці, беркутята, няша, укри, укроп, постправа, вагнергейт, зепрезидент, українозневажець, україноненависник, недопатріот, нонконформізм, аналоговнєт, бавовна, мордор, ерефія, путлерюгенд, бледіна, орк, затридні, ЗСУїсти, дебахнулько, арестовлення, натівець, рашисти, терраша, потерньєт, путлернет, свинособаки, ванька, z-окупанти, z-трофеї, русо-нацисто, пушкініст, путлер, путлеровці, чмоня, донат, ЛНР, ДНР, колаборація, медведчуківці, майданарбайтери, зеленкарі, смартмоб, кадіривець, змопівець, українськість, макронення, мамкування, русаки, рузкі, іхтамнєт, бізнесовець, привладник, двомовник, ідеологічка, уотергейт, прохібіція, екзил;
2.	ЛТГ «Номінації пов'язані з епідемією коронавірусу»	32	10%	Коронаабсурд, коронакома, коронастрижка, рона, коронаскептик, дистанційка, чипування, антивакс, каранте, ковідка, ковідіот, ковідіноміка, карантіні, макаріоновірус, гречкохайп, карантьє, короноія, карантикули, короноїнали, маскошок, ковігіст, ковідіворс, граундинг, ковід-дисиденти, . ковідятко, ковідло, коронафобія, локдець, расхламінго, карантець, бейбі-бум;
3.	ЛТГ " Медійні явища/ засоби створення медіа-інформації"	30	8,5%	Медіамистецтво, медіаносій, медіаплан, медіапланування, медіапрезентація, медіапрогноз, медіапродукт, медіасистема,

				медіатопіка, медіаформат, крос-промоушн, медіабізнес, медіакарта, медіаграмотність, медіакорпорація, медіалінгвістика, медіалогія, підстиль, правка-вичитка, правка-обробка, правка-скорочення, прес-кліпінг, фраза-скріпа, відеоекологія, шот, медіавимірювання, смішинг, меседж, скрін, медіа – сейфті;
4.	ЛТГ «Неологізми сфери журналістики»	30	8,5%	
4.1	ЛТПГ «Види/жанри медіа-журналістики»	15	5%	Байлайнер, горище, лід, ньюзлетер, прес-кіт, бекграунд, антрефіле, бліц-портрет, хард-ньюз, хедлайн-ньюз, мініісторія, фейк-ньюз, фейкомет, дезінфомедія, інтерв'ю-факт;
4.2	ЛТПГ «Явища медіа-журналістики»	6	2%	Бумвініл, ньюзрум, думскролінг, інфомедія, діпфейк, білінг;
4.3	ЛТПГ «Медіазасоби сфери журналістики»	5	1%	Атетеза, деміністіфікація, бекграунд, стрім, постінг;
4.4	ЛТПГ «Назви професій в сфері журналістики»	4	0,5%	Мітник; віджей, кліпмейкер, ньюсмейкер;
5.	ЛТГ «Неологізми воєнної сфери»	27	7,5%	Хлопок, піксель, приліт, азовець, зеленка, мультік, птічка, ночніки, передок, літакопад, тікток – війська, термоточка, бандеромобілі, кіберкозаки, кіберпартизани, шайтан-труба, it-армія, цигани – привиди, чорнобайвка, оборонка, ппо, джавелін, силовик, гуманітарка, дискотека, град;
6.	ЛТГ «Процеси та явища сфери соц.мережі»	20	5,5%	Пранк, таторіал, флекс, крінж, рофл, форсинг, хоумпейдж, неторіті, ноусеконд, лук, фангрупа, чіл, фейспалм, тристаграм, емодзі, чекін, булінг, інфоманія, епідфейл, вайб;
7.	ЛТГ «Назви друкованих видань та корпорацій/організацій»	17	5%	«Євроньюз», «Березіль», «БІ-БІ-СІ», «Гардіан», «Дукля», «Ейдж», «Експрес», «Ельта», «Ем-ті-ві», «Іконеміст», «Індепендент», «СПРА», «Гугл», «Рейтерс», «Ю-Ес-Ей-Тудей», «Уолл-стріт-джорнел», «Фейсбук»;
8.	ЛТГ «Неологізми сфери блогу та веб-платформи»	16	4,5%	Гост, гостинг, кукі-файл, шоквейв, аккаунт, «Скайп», метметчінг, гонконг, хештег, гугліж, гуглізми, інфórмер, нетикет, копіпаст, сабмітікейшн, Гугл;
9.	ЛТГ «Неологізми ІТ-сфери»	14	4,5%	
9.1	ЛТПГ «Професії в сфері інформаційних технологій»	10	4%	Тьютор, ейчар, івентменеджер, девелопер, хедхантер, кіберпрофайлер, хедлайнер, хендмейкер, спічрайтер, плеймейкер;

9.2	ЛТПГ «Явища та процеси в сфері ІТ»	4	0,5%	Софт, кпілефт, моддінг, гроуз-хакінг;
10.	ЛТГ «Рекламні засоби»	13	3,5%	Ай – стопер, бампер, бінго-карта, бул-марк, веб-реклама, ехо-фраза, баннеропоказ, іміджелогія, консьюмеризм, ктематонім, лого, клікбейт, іміджборд;
11.	ЛТГ «Найменування користувачів блогінгу та інтернет-платформ»	12	3,5%	Чаттер, троль, петросян, гугленята, гуглань, гуглюк, гугломовець, гугляр, емодзист, нетизянин, юзер, нерд;
12.	ЛТГ «Неологізми сфери телебачення»	11	3%	
12. 1	ЛТПГ «Телевізійні явища/засоби передачі інформації»	8	2%	Бліц-ролик, бобслей, морфінг, шейдинг, телекомінкація, глокалізація, ковідео, бумсплейн;
12. 2	ЛТПГ «Засоби мовленнєвого відтворення інформації»	2	0,5%	Стьоб, імпровіза;
12. 3	ЛТПГ «Телевізійні процеси відтворення інформації»	1	0,5%	Дигіталізація;
13.	ЛТГ «Номінації на позначення сукупільних тенденцій та явищ»	11	3%	Спендемік, хітсивня, накрут, розкрут, зорбінг, квілінг, блекаут, хронолідерство, фанта, техно-оптимізм, шузня;
14.	ЛТГ «Технічні засоби/пристрої для роботи в медіасередовищі»	10	2,5%	ЕОР, ІКТ, телеміст, телеприсутність, ГКС, ай-повідомлення, графогенератор, пуш-засоби, гармонайзер, гейт;
15.	ЛТГ «Найменування користувачів соц.мережі»	6	1,5%	Пранкер, камберфан, мейт, стайлфіл, інфлюенсер, смартфонозомбі;
16.	ЛТГ «Неологізми сфери маркетингу»	4	1%	Фішмаркетинг, амбасадор, мерч, бутстрепінг;
17.	ЛТГ «Неологізми пов'язані із програмою Zoom»	4	1%	Зумпінг, зумозалежність, зумбі, зумбомбінг;
18.	ЛТГ «Жанри та види медіаторів»	3	0,5%	Мініісторія, мініюгляд, мінірецензія;
19.	ЛТГ «Неологізми сфери радіомовлення»	3	0,5%	АДЛПБ, радіочат, транкінг;
20.	ЛТГ «Мовні тенденції в інтернет-спілкуванні»	3	0,5%	Вебліш, глобиш, нетспік;
21.	ЛТГ «Неологізми музичної сфери»	2	0,5%	Лаунж, сейшен;
22.	ЛТГ «Види інтернет-з'єднання»	2	0,5%	Аутернет, екстранет;
23.	ЛТГ «Неологізми сфери медичних телепередач»	1	0,25%	Медфлюенсер;
24.	ЛТГ «Неологізми в сфері релігії»	1	0,25%	Білобратчик.

ДОДАТОК Е

Рейтинг лексико-тематичних груп неологізмів медіасфери в сучасній англійській мові



Рейтинг лексико-тематичних груп неологізмів медіасфери в сучасній українській мові

