

Надія БАЛАНДИНА

Інститут гуманітарних наук
Національного університету «Одеська політехніка»
пр. Шевченка, 1, м. Одеса, 65044, Україна
Електронна пошта: nadiyabalandina@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6933-838X>

МЕДІАТИЗАЦІЯ РЕАЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛЕКСИЧНОЇ СИСТЕМИ


У статті показано специфіку становлення лексем з компонентом *media* як репрезентантів сучасного медіасередовища. На основі фактичного матеріалу, укладеного за результатами вибірки з українського сектору інтернету, наукових джерел та лексикографічних праць, простежено процес неосемантизації компонента *media* — від «посередника» до широкого метапоняття на позначення сучасного медіатизованого середовища. На прикладі наукового дискурсу виявлено специфіку входження лексем у мовний ужиток, показано живі процеси морфологічної адаптації та правописної фіксації. Доведено, що дібраний корпус інновацій є відкритою динамічною системою, що підтверджено динамікою їх опису в словниках та вибіркою з наукових джерел. Неолексеми систематизовано за словотвірними, лексико-граматичними та лексико-семантичними ознаками. У результаті систематизації з'ясовано активність компонента *media* в дериваційних процесах: у 94,5% він виступає частиною складних слів. Виявлено помітну його мобільність у словотвірній структурі складних слів, проте у 87,12% він знаходиться в препозиції. Переважну більшість одиниць становлять іменники — 93,8%, на інші частини мови припадає 6,2%. Крізь призму лексичних інновацій та польового принципу їх організації показано структуру сучасного медіасередовища, вербалізованого у вигляді однойменного макрополя МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ, у межах якого виокремлено мідіполя — ТЕХНІЧНЕ, ТЕХНОЛОГІЧНЕ і СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ з подальшим поділом на мініполя. Доведено, що виділені лексико-семантичні поля мають ієрархічну структуру з ядром, центром і периферією, одиниці якої об'єднані спільним (інваріантним) значенням, пов'язаним семантично й асоціативно. Лексика в кожному з полів може слугувати своєрідним індикатором процесів медіатизації соціосистеми, як у цілому, так і її ділянок зокрема.

Ключові слова: медіадетермінізм, медіатизація, вербалізація, неолексеми з компонентом *media*, словотвірні, лексико-граматичні та лексико-семантичні ознаки.

Повсюдна і невідворотна медіатизація суспільства стала дієвим інструментом формування нової реальності та чинником соціальних змін. На цей факт одним з перших звернув увагу канадський соціолог М. Маклюен

Цитування: Баландіна Н. Медіатизація реальності як чинник розвитку лексичної системи. Мовознавство. 2025. № 3. С. 79–92. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-342-2025-3-005>

Citation: Balandina N. (2025). Mediatyzatsiia realnosti yak chynnyk rozvytku leksychnoi systemy [Mediatization of reality as a factor in the development of the lexical system]. *Movoznavstvo*, (3), 79–92. [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-342-2025-3-005>

 Стаття опублікована за ліцензією CC BY-SA 4.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

[McLuhan 1967], ідеї якого розвинув основоположник теорії технологічного детермінізму, чи медіадетермінізму, британський семіолог Д. Чендлер [Chandler]. Він установив причинно-наслідковий зв'язок між технологіями та буттям людини, які трансформують соціосистему, її інституції, взаємодію, індивідів і сформулював тезу невідворотності прогресу технологічних розробок. Інтерес до цих видозмін настільки активізувався, що зародилися нові наукові напрями — медіафілософія, медіапсихологія, медіалінгвістика, медіапедагогіка та ін., легітимізація яких вже не викликає сумніву.

Дослідники, у межах своєї галузі знань, намагаються подати визначення ключових термінів та понять, категоризувати їх, упорядкувати та унормувати (див., наприклад, міркування про обсяги значень термінів *медіація*, *медіа-тизація*: [Семотюк : 47–81]). Їхні зусилля зосереджуються також на отриманні відповіді, як структурується позначувана ними реальність, чи можна пізнати її емпірично, чи перебуває вона в межах чи поза межами чуттєвого досвіду. Дискусії навколо цього не вщухають, що підтверджує актуальність проблеми, аспектна розробка якої із залученням інноваційної лексики з компонентом *media* формує проблемно-тематичне поле пропонованої розвідки.

На підступах до розв'язання проблеми слід з'ясувати, чому осердя цієї лексики — поняття *media* у значенні 'посередник' (від лат. *medium*) — почало приростати новими смислами. Розширене розуміння терміна *media* було започатковано М. Маклюеном, на думку якого, будь-яка форма чуттєвого сприйняття людиною світу є медійною, опосередкованою, а медіа, практично, є продовженням людини. До медіа учений відносить не тільки телеграф, телефон, пресу, кіно, радіо, телебачення, а й усне, написане чи надруковане слово, друкарську машинку і навіть числа, одяг, житло, гроші, годинники, дороги, зброю, автомобілі. Необхідність вивчення медіа як основу основ комунікації він сформулював у знаменитій тезі: «Медіа — це повідомлення» [McLuhan 1964 : 83–378].

Стриманіший погляд на обсяги значення терміна *media* мають ті вчені, які роблять акцент на суто технологічних і технічних моментах. Так, в Оксфордському словнику з медіа та комунікацій, співавтором якого є згаданий Д. Чендлер, зазначено, що медіа — це і канали передачі інформації, і носії цієї інформації [Chandler, Munday : 261, 270–271]. Суголосні з британськими вченими й українські теоретики В. В. Різун та Є. С. Цимбаленко, які говорять про медіа як явища, пов'язані з діяльністю медіаіндустрії, зокрема з телебаченням, радіо, пресою, інтернет-медіа чи асимільованими з масмедіа [Різун, Цимбаленко : 53]. Виділення інтернет-медіа та асимільованих з ними масмедіа, нехай і пунктирно, засвідчує нову, якісно іншу тенденцію щодо розширення значення цього слова, урахування якої дозволяє віднести до медіа не тільки традиційні засоби та канали комунікації — телебачення, радіо чи пресу, а й соціальні мережі «Ютуб», «Фейсбук», «Інстаграм» та ін., різноманітні вебсервіси на зразок «Гугл» «Клас-рум», «Гугл-міт», «Зум» в освіті чи «Хелсі» в медицині.

У зв'язку з цим не можна не погодитися з міркуваннями фінських дослідників М. Ампуя і Ю. Койвісто, які вважають, що термін *media* перетворився на своєрідне метапоняття, концептуальний заміник таких явищ, як засоби комунікації і навіть комунікаційні відношення [Amuja, Koivisto], що встановлюються, у нашому розумінні, у межах конкретної ситуації, середовища, точніше — медіасередовища, яке стало невідворотним і повсюдним. Саме на цей факт звернув увагу медіазнавець і послідовник М. Маклюена

Д. Рашкофф. Він розкритикував тих, хто сприймає медіа лише як канали комунікації, як інструмент чи як набір технологій. Медіа, на його думку, — це ще й всепоглинаюче і всеохопне середовище, тобто реальність досвіду та свідомості [Rushkoff].

Якщо спочатку в розумінні *медіа* ставився акцент на посередництві, функції носія інформації, який забезпечує зв'язок між відправником й отримувачем, то згодом, із розвитком вебтехнологій, обсяги його значення розширилися, включивши оцифроване комунікаційне середовище як необхідну умову безконфліктного існування людини в сучасній соціосистемі. Таким чином, під впливом екстралінгвального чинника, зокрема медіадетермінізму, активізувався процес неосемантизації лексеми.

В умовах повсюдності медіа та їх невідворотності не можна не зауважити лавиноподібний ефект поповнення словникового складу української мови інноваціями з компонентом *медіа* — він, власне, став вершиною словотвірних гнізд на зразок *медіаколлаборант*, *медіааскетизм*, *трансмедіація*, *ауто-медіакомунікація*. Є спокуса, у руслі теорії медіадетермінізму, підсистему мовних одиниць, поняттєвий компонент яких включає сему 'канал комунікації' або 'засіб комунікації', умовно назвати медіадетермінованою, осердя якої формують слова з компонентом *медіа*. У науковому дискурсі побутує термін *медійна термінологія*, який уживається ще й у формі ослівненого словосполучення — *медіатермінологія*, проте цей термін охоплює вужче номінативне поле, оскільки стосується мови засобів масової комунікації (ЗМІ, масмедіа) [Медіалінгвістика...].

Зазначена лексика, хоч і принагідно привертала увагу науковців (див., напр.: [Карпіловська : 119]), ще не була об'єктом наукових досліджень і потребує детальнішого розгляду, зокрема щодо з'ясування причин та шляхів її проникнення в лексичну підсистему, специфіки освоєння українською мовою, появи можливих далекосяжних ефектів, як оптимістичних, так і песимістичних.

Тож на часі є виявлення характерних лексико-семантичних і лексико-граматичних ознак неолексем з компонентом *медіа* як мовних репрезентантів сучасного медіасередовища, що й становить мету нашого дослідження. У зв'язку з цим постає необхідність формування корпусу лексем з компонентом *медіа*; спостереження за динамікою їх лексикографування; виявлення основних тенденцій слововжитку; формування підґрунтя для систематизації лексики.

Фактичним матеріалом дослідження слугував корпус неолексем, укладений за результатами вибірки з українського сектору інтернету в січні – березні 2023 р. із залученням пошукового сервісу «Гугл». У доборі й аналізі фактологічної бази прислужилися також наукові джерела, які, як відомо, постійно розширюють дослідницьке поле і тим самим систематично поповнюють терміносистеми. За надійне осердя корпусу правив матеріал українських лексикографічних праць, що репрезентує переважно освоєні мовною системою одиниці. Загальна кількість зібраного та обробленого матеріалу становила 455 одиниць.

Упродовж аналізу комбінувалися теоретичні й емпіричні методи. Для збору фактичного матеріалу — неолексем з компонентом *медіа* — було використано метод медіамоніторингу. Спочатку в українському секторі інтернету фіксувався слововжиток простих слів на зразок *медіа*, *медії* та його похідних — *медіатор*, *медіація*, *медійно*. Слово *медіа* хоч і демонструє надзви-

чайну частотність уживання, здебільшого є частиною складних слів, тому наступний етап полягав у їх пошуку, причому з різним позиціонуванням компонента *media* — у препозиції, постпозиції та інтерпозиції. Щоб зібрати якомога більше прикладів, було використано так званий прийом словесної маски, описаний і застосований українськими розробниками медіаресурсу SLOVARonline.com [SLOVARonline]: до компонента *media* послідовно додавалися літери українського алфавіту, наприклад **а-**, на що система пропонує варіанти — *медіааналіз, медіаактивність, медіаагенція, медіаарт* та ін.; **б-**, відповідно, — *медіабаєр, медіабезпека, медіабізнес*, указуючи при цьому кількість уживань з контекстами.

Синтаксичні дублети на зразок *медійна грамотність* до складного слова *медіаграмотність* у вибірку не включалися, хоча не звертати на них уваги, навіть побіжно, було б несправедливо. Принаймні тому, що було виявлено специфіку українського слововжитку — ослівнення словосполучень — порівняно, наприклад, з англійською мовою, де компонент *media* пишеться окремо, пор.: англ. *media culture* — укр. *медіакультура*.

Описовий метод було використано для аналізу екстра- та інтралінгвальних чинників, які вплинули на появу, адаптацію і функціонування інноваційної лексики. Відправною точкою пошуків стало переконання, що всі об'єкти, суб'єкти, процеси, відношення, ознаки позамовного медіасередовища так чи інакше відображуються в мові й залишають у ній свої рефлексії.

Контрастивно-описовий метод дозволив виявити схожість та відмінність лексичних значень, проникнути в семантичну глибину лексем, з'ясувати ієрархічні та парадигматичні відношення між ними і на цій основі виокремити лексико-семантичні макро-, міди- й мікрополя та групи й у такий спосіб досягнути мовну репрезентацію сучасного медіасередовища. Важливо те, що кожне з окреслених угруповань можна розглядати як своєрідний індикатор рівня медіатизації соціосистеми як у цілому, так і окремих її ділянок.

У процесі формування корпусу неолексем вкотре можна було пересвідчитися у відкритості мовної системи, яка повсякчас поповнюється, заповнюючи номінативні лакуни, а «мовна практика безперервно демонструє все нові й нові зразки актуалізації в сфері широкого мововжитку тих чи інших лексичних одиниць» [Тараненко : 14]. Причому, як справедливо зазначає О. А. Стишов, «нині темп змін позамовних обставин за своєю стрімкістю перевищує темп еволюції національної мовної системи загалом» [Стишов 2017 : 67]. Підтвердженням цієї думки є результати спостереження за лексикографуванням медіадетермінованих одиниць у різних словниках.

Так, наприклад, у четвертому томі одинадцятитомного тлумачного «Словника української мови», хоч і є слова *медіальний, медіана, медіанний, медіатор, медіація* [Словник української мови 1973 : 664], проте їхня семантична структура не містить актуального для нас поняттєвого компонента «канал чи засіб комунікації». Натомість восьмий том 20-томного «Словника української мови online» вже включає 10 одиниць на зразок *медіа-група, медіа-дипломатія, медіа-дослідження*, у тому числі й *медіа* в розумінні *мас-медіа* [Словник української мови 2017]. Закономірно, що більше лексем зафіксовано у спеціальних словниках. Зокрема, у виданні «Медіалінгвістика: словник термінів і понять» подано дефініції 29 лексичних одиниць [Медіалінгвістика...]; в «Українському словнику медіакультури» — 36 одиниць [Боришполець]. У серії словників «Лексико-словотвірні інновації» А. Нелюби та Є. Редька — 100 одиниць, зібраних з 1983 по 2021 рр. [Лекси-

ко-словотвірні інновації 2002, 2007, 2014, 2015, 2017, 2022]. 114 одиниць (ця кількість включає і приклади) представляє поняттєве поле *media* в інтегральному словнику нової лексики ідеографічного типу за період 1991–2013 рр. [Активні ресурси ... : 177–186].

Аналіз словників, наукових текстів та медіамоніторинг українського сектору інтернету свідчить, що більшість прикладів є неолексемами, оскільки апробація в українському комунікативному просторі відбувалася у відносно короткому проміжку часу й основним чинником появи був розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Такі неолексеми можна розглядати як своєрідних свідків процесів, що відбуваються в буттєвому просторі людини, і як маркерів лексики не тільки вузьких спеціалістів — програмістів чи медійників, а й економістів, політиків, військових, психологів, освітян. Цей перелік можна продовжувати, оскільки практично всі ділянки людської діяльності тепер охоплені медіатизацією і відповідно поява нового в медіатехніці, медіатехнологіях та медіасередовищі вимагає його вербалізації.

Не останню роль у появі, апробації і поширенні такої лексики відіграють науковці з їхнім термінологічним інструментарієм. У схарактеризованому контексті промовистим є спостереження за функціонуванням слова *media* і споріднених з ним одиниць у науковому виданні Навчально-наукового інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка «Наукові записки Інституту журналістики». Зрозуміло, що вибір видання не випадковий, оскільки термін *media* відіграє в ньому ключову роль і пов'язаний із висвітленням тенденцій у галузі соціальних комунікацій, новітніх інформаційних технологій, журналістики та ін. На його прикладі можна простежити поповнення української терміносистеми із соціальних комунікацій неолексемами, які своєю чергою можуть сприйматися як індикатори наукової проблематики, а також слугувати живими прикладами їх адаптації мовною системою.

Для наочності було обрано два числа журналу «Наукові записки Інституту журналістики», видані у проміжку дванадцяти років [Наукові записки Інституту журналістики 2010; 2022]. Пошук, кількісні підрахунки й аналіз здійснювалися таким чином: спочатку було виявлено всю терміносистему, що містила компонент *media*; потім — уживання слова *мас-media* і його графічний варіант *масмедіа*; з'ясувався вжиток відмінюваного варіанта слова *media* на зразок *медій*; виявлялися найчастотніші складні слова з компонентом *media*.

Порівняльний аналіз дозволив зафіксувати не тільки динаміку вживання нових термінів — їх кількість збільшилася з 220 до 344, а й не менш цікаві тенденції, помітні на цьому тлі. Так, за вказаний період зменшилося вживання слова *мас-media* із 49 до 1 в результаті його витіснення лексемою *media*, таким чином ця пара стала абсолютними синонімами. Схожий процес синонімізації, характерний і для західних мовленнєвих практик, імовірно, був ініційований нашими медійниками, які найоперативніше відгукуються на різного роду глобалізаційні інновації, і не безпідставно: лаконічна лексема *media* з поглядом економії мовних зусиль є прийнятнішою.

Припускаємо, що ще одним чинником зменшення частотності було коливання в написанні — разом чи через дефіс, *мас-media* чи *масмедіа*. Видається, авторам замість того, щоб з'ясувати тонкощі правопису складного слова, простіше було використати його синонім — *media*. Проте, строго кажучи, зважаючи на викладені в огляді літератури міркування щодо обсягів поняття *media*, поява таких дублетів в академічному мовленні не зовсім коректна: по-

няття *медіа* є ширшим, оскільки включає і засоби масової комунікації, і засоби масової інформації. Крім того, збільшення частотності вживання слова *медіа* як абсолютного синоніма *ЗМІ* сприяє елімінації значень 'інформація' і 'масова комунікація', закладених в назві *ЗМІ*, і тим самим посилює поняттєвий компонент «посередника».

Щоправда, у цілому це корелює зі змінами в діяльності сучасного журналіста. Якщо раніше він був виробником контенту, то тепер фактично стає посередником (провайдером) інформації, яку надають державні органи, політики, корпорації і навіть просто приватні особи. В еволюційному розвитку цей етап дедалі частіше називають постжурналістикою (див., напр.: [Бутиріна]).

Показовим також є зростання кількості відмінюваних варіантів, з-поміж них найчастотнішою виявилася словоформа родового відмінка *медій* із динамікою від 1 до 36 слововживань, яка на цей час суперечить правописним нормам 2019 р. [Городенська]. На відміну від колізій навколо неографем *мас-медіа* і *масмедіа*, у цьому випадку йдеться про живий процес морфологічної адаптації запозичення *media*, який описали В. Бабенко і О. Сербенська [Бабенко, Сербенська]. Поширення відмінюваної форми, можливо, колись приведе її до зміни правописної норми. Як відомо, вагомим критерієм нормативності мовного факту є узус — прийняте в певному суспільстві вживання мовних засобів.

У контенті наукових журналів не виявлено похідних від лат. *media mediator* і *медіальний*, які вже мають укорінену традицію, насамперед як терміноназви в медицині, юриспруденції, музиці. Можна стверджувати, що відбувся своєрідний перерозподіл між різними сферами однакових за етимологією термінів, але з дещо різними суфіксальними формантами.

На відміну від журналістських текстів, не зафіксовано також уживання фемінітива *медійниця*, що, очевидно, є показником більш вираженого ставлення науковців до гендерної маркованості на термінологічному полі. Якщо ж є необхідність зробити акцент на особі жіночої статі, послуговуються традиційною назвою — *журналістка*.

Що ж до вибірки найуживаніших складних слів (*медіатекст* — 32, *медіарилейшенз* — 9, *медіапростір* — 5 у 2010 р. і *медіатекст* — 24, *медіапростір* — 18, *медіакритика* — 11 у 2022 р.), то вона, на перший погляд, може видатися не зовсім репрезентативною, оскільки, зрозуміло, кожне число журналу включає різні за тематикою статті й з різною фаховою термінологією. Так, для порівняння, найчастотнішими в одному з чисел видання за 2018 р. є слова *медіаграмотність* — 44, *медіаосвіта* — 48 [Наукові записки Інституту журналістики 2018]. Проте й такі результати дозволяють не тільки простежити проблематику журналу та її розвиток у часі, а й поповнення української терміносистеми у сфері соціальних комунікацій новими одиницями.

Не менш показовим є спостереження за цією лексикою з погляду її структури й частиномовної належності. Незначний її шар формують прості слова, утворені від *медіа-* (чи *меді[j]a-*, *меді[j]i-*) переважно суфіксальним (*медійник*, *медійниця*, *медіатор*, *медіація*, *медіатизація*, *медійний*, *медіальний*, *медійно*) і префіксальним способами словотворення (*антимедіа*, *мінімедіа*, *супермедіа*). Активним ресурсом номінації є компонент *медіа* як частина складних слів, який демонструє значну словотвірну мобільність — у препозиції, інтерпозиції і постпозиції: *медіаконтент*, *медіакраїна*, *медіа-*

культура; аутомедіакомунікація, жінка-медіакритикер, кіномедіаосвіта; директмедіа, інтернет-медіа, трансмедіа. Складних слів — переважна більшість: їх співвідношення становить, відповідно, 94,5% до 5,5%, тобто складних слів більше в 17 разів. І це не випадково, оскільки вони є найекономішним засобом номінації порівняно із синтаксичними сполуками, пор.: *медійна термінологія* і *медіатермінологія*. Можна погодитися з К. Г. Городенською, яка вважає, що в українській мові органічніше вживати саме словосполучення [Городенська], але глобалізаційні процеси та економія мовленевих зусиль все ж сильніші за нормалізаторські зусилля мовознавців. Серед складних слів переважна більшість — двокореневі одиниці (*медіаключ, медіакомпанія, медіаоперація* та ін.), незначну кількість становлять трикореневі (*аутомедіакомунікація, мультимедіаконгломерат, мультимедіамузей*); їх співвідношення, відповідно, — 97,2% і 2,8%. У складних словах компонент *медіа* виступає як у препозиції (*медіанаратор, медіановинка, медіанорма*), так і в постпозиції (*артмедіа, вебмедіа, директмедіа*) та інтерпозиції (*жінка-медіатренер, кіномедіаосвіта, мультимедіастанція*). Їх співвідношення становить, відповідно, 87,12%, 2,28%, 10,6%.

Результати аналізу показали, що кількість складних слів з компонентом *медіа-* в препозиції постійно зростає, утворюючи розлогі словотвірні ланцюжки — *медіаактивіст, медіабум, медіаінсталяція, медіаоновлення, медіаперформанс, медіарух, медіафайл*. Менш розлогі ланцюжки з *-медіа* в постпозиції: *андеграунд-медіа, директ-медіа, онлайн-медіа*. Ще коротші — з компонентом *-медіа-* в інтерпозиції: *кіномедіаосвіта, мультимедіаконгломерат, мультимедіапроект*. Такі приклади унаочнюють різні тенденції в поповненні українського словника, мовні смаки і навіть моду, що впадає в око в назвах різних установ, організацій, заходів: *Медіанульс, Умань-медіа, Медіахаус, Digital-media*. Модні слова, на думку О. А. Стишова, — це специфічний і впізнаваний шар лексики, який відрізняється незвичайністю звучання і семантики, високою частотою використання, тобто такі, що перебувають у фокусі загостреної мовленнєвої уваги сучасної людини [Стишов 2019 : 21].

Якщо говорити про частиномовну належність слів, більшість становлять іменники — 93,8%, на інші частини мови припадає 6,2%, і це переважно прикметники. З-поміж інших частин мови трапилися лише два прислівники — *масмедійно, медійно* і одне дієслово — *медіізувати*.

Деякі слова можуть служити прикладом словотворчості, мовних ігор: *медіатітушка, медіахамелеон, медіанаполеончик, медіамонстр, медіа-Горгона*. Вони відіграють у дискурсі не меншу роль, ніж освоєні мовною системою, оскільки поєднують у собі знаково-сигнальну й асоціативну семантику.

Ще одним завданням дослідження будь-якої мовної системи чи підсистеми є її організація, стосовно якої лінгвісти сформували надійний інструментарій аналізу, що ґрунтується на пошуку подібностей і відмінностей значень, хоча дискусії навколо принципів укладання полів, тематичних і лексико-тематичних груп точаться й досі — від ототожнення до розмежування (див., напр.: [Гешко]). Та хоч би як не відрізнялося розуміння виділених угруповань, отримані результати дозволяють проникнути в семантичну глибину лексем, з'ясувати ієрархічні та парадигматичні відношення між ними. Цінним у нашому випадку є й те, що кожна з груп може слугувати своєрідним індикатором рівня медіатизації соціосистеми як у цілому, так і окремих її ділянок.

На підступах до систематизації та впорядкування лексики постала проблема пошуків надійного класифікаційного підґрунтя, що характеризувалося б логічною несуперечливістю та універсальністю. Уже на самому початку з'явилися труднощі методологічного характеру, пов'язані з тим, що: 1) більшість емпіричного матеріалу (94,5%) становили складні слова, аналоги субстантивно-атрибутивних словосполучень (пор. *медійні комунікації* — *медіакомунікації*), субстантивний компонент яких несе основне смислове навантаження, а атрибутивний його доповнює, уточнює; 2) субстантивний складник виявився надзвичайно строкатим семантично і, на перший погляд, досить далеким від дослідницького поля, пор.: *медіакапітал* — *капітал*, *медіакапсула* — *капсула*, *медіакарта* — *карта*, *медіакартинки* — *картинки*, *медіакілер* — *кілер*; 3) неоднорідною виявилася й частиномовна належність, хоч 93,8% — це субстантиви.

Водночас була надія, що подолання цих труднощів допоможе крізь призму мови пізнати способи організації медіасередовища, принаймні його структурування в мовній картині світу. Поштовхом до систематизації лексики стала ідея П. Бурдье сприймати соціальний простір як сукупність різного типу полів. Поле в розумінні дослідника — це теоретичний конструкт для розгляду феноменів соціального світу, що відповідають певній специфічній діяльності соціуму [Бурд'є]. У розробку категорії поля зробили свій внесок авторитетні вчені Й. Тріп, В. Порциг, О. Духачек, Р. Хоберг, Р. Освальд та ін. Н. Гешко, синтезувавши їхні думки, окреслила лексико-семантичне поле як «семантико-парадигматичне утворення, що має певну автономність і специфічні ознаки організації: спільну нетривіальну частину в тлумаченні, ядерно-периферійну структуру, існування зон семантичного переходу» [Гешко : 77].

Цілковитим погоджуючись з поданою дефініцією й екстраполюючи її на емпіричну базу, розглядаємо лексико-семантичне поле як сегмент словника інноваційної лексики, об'єднаний навколо спільного поняття, який можна представити у формі конструкта, чії складники взаємодіють між собою, мають системоутворювальні ознаки і в той чи інший спосіб вербалізують поняттєву сферу МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ.

Навіть побіжний огляд фактичного матеріалу показав можливість об'єднання слів за польовим принципом з їх наступним ранжуванням на макро-, міді- й мікрополя, а в їхніх межах виділення лексико-семантичних груп.

Макрополе МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ, як і будь-яке лексико-семантичне поле, має ієрархічну структуру з ядром, центром і периферією, одиниці якої об'єднані спільним (інваріантним) значенням, пов'язаним семантично й асоціативно.

Ядро поля формує лексема *медіасередовище* та її узуальні синоніми, семантична структура яких включає поняття простору в розумінні протяжності й віддаленості: *медіапростір*, *медіатериторія*, *медіаполе*, *медіаландшафт*, *медіагалактика*, *медіавимір*, *медіафронт*. У реальному житті цей простір може розширюватися або звужуватися, що підтверджено мовними практиками: «*Медіасередовище* сучасної бібліотеки є багатограним, а розширення власного *медіапростору* дає можливість бібліотеці стати центром життя...» [Боярин]. Наведені приклади вступають у гіперо-гіпонімічні відношення з назвами — конкретизаторами місця: *медіамайдан*, *медіабар*, *медіашкола*, *медіаклас*, *медіаклініка*.

Фактичний матеріал підтверджує закономірний взаємозв'язок простору і часу (хронотоп): *медіарік, медіамісяць, медіатиждень, медіагодина*. Підкріплено й пов'язаність часопростору із ситуацією: *медіаконтекст, медіаситуація, медіасфера, медіастихія*, яку конкретизовано в номінаціях на зразок *медіаекономіка, медіаринок, медіаполітика, медіакультура, медіаосвіта, медіанаука*. Деякі фрагменти ще більш актуалізовано. Так, *медіанаука* представлена *медіафілософією, медіапсихологією, медіалінгвістикою, медіаекологією, медіаетикою, медіадидактикою* та ін. Мовні практики залишили по собі рефлекси на позначення організованості, структурованості середовища — *медіасистема, медіаструктура, медіафрейм*. Ці угруповання формують центр поля.

Щодо периферії, ідеться про лексику оцінної семантики: простір може бути *медіараєм* чи, навпаки, *медіапеклом, медіагеттом; медіабезпечним і медіанебезпечним, медіаризикованим*. Як свідчать приклади, на периферію проникають одиниці з інших частин мови — насамперед прикметники.

Таким чином, лексичні одиниці як вербалізатори макрополя МЕДІА-СЕРЕДОВИЩЕ формують кваліфікаційно-квантитативну ієрархічну структуру, опорними точками якої є репрезентація часопростору, пов'язаного з різними сферами комунікації.

Услід за Н. Коулдрі і А. Маккарті, які у вступі до колективної монографії «Медіапростір: місце, масштаб і культура у вік медіа» не цілком погоджуються з розумінням медіапростору як чогось переважно «віртуального» і наголошують на необхідності вивчення й матеріального його складника, тобто їх взаємозв'язку [Couldry, McCarthy : 1–15], у лексико-семантичному макрополі МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ ми виокремлюємо три взаємопов'язаних і взаємозумовлених мідіполю: ТЕХНІЧНЕ, ТЕХНОЛОГІЧНЕ і СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ, які водночас демонструють і відносну автономність.

ТЕХНІЧНЕ мідіполе представляє матеріальний, фізичний складник і об'єднує навколо себе назви медійної техніки та інструментарію, що призначені для створення, зберігання, передавання, пошуку інформації: ядро поля становлять синоніми *медіатехніка, медіазабезпечення, медіаінструментарій, медіаресурс*; інші одиниці з центру поля доповнюють ядро, більш чи менш конкретизуючи його: *медіастанція, медіаконвертер, медіасервер, медіаносій, медіагаджет, медіапрогравач, медіаплерс, медіаприставка*.

ТЕХНОЛОГІЧНЕ мідіполе показує простір з погляду впровадження нових технологій. У цьому контексті йдеться про вербалізацію методів, процесів та способів використання медійної техніки з метою створення, зберігання, обробки, передачі, пошуку, аналізу та захисту інформації. Ядерною лексевою є *медіатехнології*, інші — різнопланові конкретизатори: *медіаінженерія, медіамоніторинг, медіавимірювання, медіаметрія, медіапланування, медіааналітика, медіазахист, медіабрендинг* формують центр поля.

Тісний логічний та асоціативний зв'язок технічного і технологічного мідіполів дає підстави для їх об'єднання. Підтвердження цьому маємо в порівняльній таблиці визначень поняття «інформаційна технологія», запропонованій В. О. Макоєдовою: з чотирнадцяти проаналізованих нею визначень інформаційних технологій три включають поняття «засоби» [Макоєдова : 142].

Незначну кількість лексем у ТЕХНІЧНОМУ і ТЕХНОЛОГІЧНОМУ полях, порівняно з іншими, можна пояснити тим, що з появою та розробкою комп'ютерної техніки й інформаційних технологій одночасно формувалися

терміносистеми, представлені у спеціальних словниках, а компонент *медіа* доповнив, на наш погляд, лише ті номінації, які усталилися в інших сферах, а згодом актуалізувалися і в медіакомунікаціях, пор.: *забезпечення — медіа-забезпечення, технології — медіатехнології, тека — медіатека*.

Розвиток техніки й удосконалення технологій може оцінюватися як *медіареволюція, медіапоступ, медіаінновації, медіатрансформація, медіа-реформа, медіараціоналізація, медіаоновлення*. Власне, така лексика демонструє зв'язок техніки і технологій та істотний вплив на навколишній світ. Причому йдеться не тільки про зміну форм соціальної комунікації в певних сегментах економіки, політики, культури, науки, освіти та ін., а й про зміну способу життя і, як наслідок, — свідомості й мислення.

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ мідіполе, на відміну від технічного і технологічного, демонструє ступінь занурення суб'єктів комунікації в медіатизовану реальність. На підступах до його структурування важливо було з'ясувати, які саме опорні точки реальності залишили свої рефлексії в лексиці. Попередньо переглянувши дібраний фактичний матеріал, вдалося раціональним звернутися до поширеного в соціальних комунікаціях методу моделювання процесу комунікації (див., напр.: [Lasswell]) як способу наочного відтворення його складників у вигляді схеми й таким чином крізь призму мови забезпечити вивчення істотних властивостей оригіналу. Структурно-смісловий каркас соціально-комунікаційного мідіполя сформовано на основі складників — мініполів: ХТО передає інформацію — З ЯКОЮ МЕТОЮ — ЦЮ являє собою передана інформація — КАНАЛ передачі — КОМУ призначена інформація — ЕФЕКТИ (детальніше про це див.: [Баландіна]).

Таким чином, у дослідженні підтверджено вплив сучасних інформаційних технологій на соціальні комунікації, які, зазнаючи медіатизації, вимагають нових номінаційних ресурсів. На їхньому тлі виразно проступає масив лексики, пов'язаний з поняттям *медіа*, яке, вербалізуючись, стало джерелом значної кількості інновацій.

Як бачимо, медіадетерміновані інновації є відкритою динамічною системою, яка повсякчас поповнюється, що підтверджено активністю їх опису в словниках, вибіркою з наукових джерел та українського сектору інтернету.

Аналіз матеріалу виявив не тільки кількісне зростання термінів з компонентом *медіа*, неоднорідність фіксації як неографем, а й не завжди виправдану синонімізацію *масмедіа* і *медіа*, показав живий процес автохтонізації невідмінюваної словоформи *медіа*.

Подальше дослідження інноваційної лексики з компонентом *медіа* полягає у спостереженні за її динамікою, трансформаціями та унормуванням, у детальнішій лексико-семантичній класифікації, зокрема з погляду полісемії, синонімії, антонімії, у можливій лексикографічній практиці.

ЛІТЕРАТУРА

- Активні ресурси сучасної української номінації : ідеограф. словник нової лексики / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко та ін.; відп. ред. Є. А. Карпіловська. Київ : ТОВ «КММ», 2013. 416 с.
- Бабенко В., Сербенська О. Адаптація терміна: трансформації та інтерпретації *media* в українській мові. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 270–274.
- Баландіна Н. Структура медіасередовища крізь призму лексичних інновацій. *Вісн.*

- Львів. ун-ту. Серія «Журналістика». 2024. Вип. 54–55. С. 255–270.
- Боришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2014. 194 с.
- Боярин А. А. Медіа-середовище сучасної бібліотеки. *Інтегровані комунікації*. 2020. Вип. 6. С. 33–40.
- Бурд'є П. Про телебачення і журналістику. «Ї». 2009. № 59. С. 29–49.
- Бутиріна М. В. Основні тренди та конструкти постжурналістики. *Вісн. Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 12. С. 9–13.
- Гешко Н. Лексико-семантичне поле як системно структурне утворення та методи його дослідження. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. 2014. № 2. С. 73–78.
- Городенська К. Г. Тепер правильно писати *медіапростір, медійний простір*. *Укр. мова і літ. в шк. України*. 2021. № 1. С. 14.
- Карпіловська Є. А. Підходи до опису інновацій у сучасній українській неографії. *Їжнословенски філолог*. 2020. Т.76. № 2. С. 105–125.
- Макоєдова В. О. Аналіз принципів побудови та підходів до визначення поняття «інформаційна технологія». *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2022. Т. 2. №18. С. 138–149.
- Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов; за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.
- Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. / за ред. В. В. Різуна. Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2010. Т. 41. 212 с.
- Наукові записки Інституту журналістики: наук. журн. / голов. ред. В. В. Різун; Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2018. Т. 2(71). 83 с.
- Наукові записки Інституту журналістики: наук. журн. / голов. ред. В. В. Різун; Навч.-наук. ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2022. Т. 2 (81). 144 с.
- Нелюба А. Лексико-словотвірні інновації (1983–2003): словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків : Харків. іст.-філол. т-во, 2004. 136 с.
- Нелюба А. Лексико-словотвірні інновації (2004–2006) : словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків : Майдан, 2007. 144 с.
- Нелюба А. Лексико-словотвірні інновації (2012–2013) : словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків : Харків. іст.-філол. т-во, 2014. 169 с.
- Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2014): словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків: Харків. іст.-філол. т-во, 2015. 220 с.
- Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2015–2016): словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків : Харків. іст.-філол. т-во, 2017. 204 с.
- Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2017–2021) : словник / заг. ред. А. Нелюби. Харків : Харків. іст.-філол. т-во, 2022. 124 с.
- Різун В. В., Цимбаленко Є. С. Медіакommунікації: до визначення понять. *Українське журналістикознавство*. 2013. Вип. 14. С. 50–56.
- Семотюк О. Російсько-українська війна у сучасній політичній карикатурі (Медіатизація воєнних конфліктів сучасності) : монографія. Львів; Дрогобич : Коло, 2021. 344 с.
- СТИШОВ О. А. Нові іншомовні слова в українськомовних ЗМІ початку ХХІ ст. *Studia philologica*. 2017. Вип. 9. С. 66–75.
- СТИШОВ О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія : навч. посіб. Біла Церква : «Авторитет», 2019. 198 с.
- Словник української мови: в 11 т. (1970–1980) / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наук. думка, 1973. Т. 4. С. 664.

- Словник української мови: в 20 т. Т. 1–13 (А–ПОКІРНО). URL: <https://bit.ly/421plyz> (дата звернення: 25.01.2025).
- Тараненко О. О. Актуалізовані моделі в системі словотворення сучасної української мови (кінець ХХ–ХХІ ст.) : монографія. Київ : Видавн. дім Дмитра Бурого, 2015. 248 с.
- Ampuja M., Koivisto J. Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. *A Critical Review. Nordicom Review*. 2014. Vol. 35. P. 111–123.
- Chandler D. Technological or Media Determinism, 1995. URL: <https://bit.ly/45pYX4I> (дата звернення: 25.01.2025).
- Chandler D., Munday R. A. Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2011. 480 p.
- Couldry N., McCarthy A. Introduction. *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York : Taylor & Francis, 2003. P. 1–15.
- Lasswell H. D. Propaganda Technique in the World War. New York : Pater Smith, 1938. 233 p. URL: <https://bit.ly/3DU4LrW> (дата звернення: 25.01.2025).
- McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. London; New York. 1964. 396 p. URL: <https://bit.ly/4c5eLeo> (дата звернення: 25.01.2025).
- McLuhan M. Hot & Cool. New York : The New American Library Inc, 1967. 304 p. URL: <https://bit.ly/4hY2bPO> (дата звернення: 24.01.2025).
- Rushkoff D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture. New York : Ballantine Books. 7th Printing edition, 1996. 368 p.
- SLOVARonline. URL: <https://bit.ly/3FqgSxС> (дата звернення: 25.01.2025).

Дата надходження до редакції: 12.02.2025

Дата надходження після доопрацювання: 17.03.2025

Дата затвердження редакцією: 19.03.2025

REFERENCES

- Aktyvni resursy suchasnoi ukraïnskoi nominatsii: ideohrafichniy slovnyk novoi leksyky. (2013). Ye. A. Karpilovska (Ed.), L. P. Kysliuk, N. F. Klymenko et al. Kyiv: TOV «КММ». [In Ukrainian].
- Ampuja M., Koivisto J. (2014). Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. *A Critical Review. Nordicom Review*, (35), 111–123.
- Babenco V., Serbenska O. (2015). Adaptatsiia termina: transformatsii ta interpretatsii media v ukraïnskii movi. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, (14), 270–274. [In Ukrainian].
- Balandina N. (2024). Struktura mediaseredovyshcha kriz pryzmu leksychnykh innovatsii. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii «Zhurnalistyka»*, (54–55), 255–270. [In Ukrainian].
- Boryshpolets O. T. (2014). Ukraïnskyi slovnyk mediakultury. Kyiv: Milenium. [In Ukrainian].
- Boiaryn A. A. (2020). Media-seredovyshche suchasnoi biblioteky. *Intehrovani komunikatsii*, (6), 33–40. [In Ukrainian].
- Burd'ie P. (2009). Pro telebachennia i zhurnalistyku. «Yi», (59), 29–49. [In Ukrainian].
- Butyrina M. V. (2017). Osnovni trendy ta konstrukty postzhurnalistyky. *Visnyk Khar'kivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii «Sotsialni komunikatsii»*, (12), 9–13. [In Ukrainian].
- Chandler D. (1995). Technological or Media Determinism. URL: <https://bit.ly/45pYX4I> (last accessed: 25.01.2025).
- Chandler D., Munday R. A. (2011). Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press.
- Couldry N., McCarthy A. (2003). Introduction. *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York: Taylor & Francis, 1–15.

- Heshko N. (2014). Leksyko-semantyczne pole yak systemno strukturne utvorennia ta metody yoho doslidzhennia. *Aktualni pytannia suspilnykh nauk ta istorii medytsyny*, (2), 73–78. [In Ukrainian].
- Horodenska K. H. (2021). Teper pravylno pysaty *mediaprostir, mediinyi prostir*. *Ukrainska mova i literatura v shkolakh Ukrainy*, (1), 14. [In Ukrainian].
- Karpilovska Ye. A. (2020). Pidkhody do opysu innovatsii u suchasniy ukrainskii neohrafi. *Juzhnoslovensky filoloh*, Vol. 76 (2), 105–125. [In Ukrainian].
- Lasswell H. D. (1938). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Pater Smith. URL: <https://bit.ly/3DU4LrW> (last accessed: 25.01.2025).
- Makoiedova V. O. (2022). Analiz pryntsyviv pobudovy ta pidkhodiv do vyznachennia poniattia «informatsiina tekhnolohiia». *Kiberbezpeka: osvita, nauka, tekhnika*. Vol. 2 (18), 138–149. [In Ukrainian].
- McLuhan M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London; New York. URL: <https://bit.ly/4c5eLeo> (last accessed: 25.01.2025).
- McLuhan M. (1967). *Hot & Cool*. New York: The New American Library Inc. URL: <https://bit.ly/4hY2bPO> (last accessed: 24.01.2025).
- Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i poniat. 2-nd edition. (2014). L. I. Shevchenko (Ed.), D. V. Derhach, D. Yu. Syzonov. Kyiv: VPTs «Kyivskiy universytet». [In Ukrainian].
- Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky: naukovi zbirnyk. (2010). V. V. Rizun (Ed.). Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Vol. 41. [In Ukrainian].
- Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky: naukovi zhurnal. (2018). V. V. Rizun (Ed.). Instytut zhurnalistyky Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Vol. 2 (71). [In Ukrainian].
- Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky: naukovi zhurnal. (2022). V. Rizun (Ed.). Navchalno-naukovyi instytut zhurnalistyky Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Vol. 2 (81). [In Ukrainian].
- Neliuba A. (2004). Leksyko-slovotvorni innovatsii (1983–2003): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo. [In Ukrainian].
- Neliuba A. (2007). Leksyko-slovotvorni innovatsii (2004–2006): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Maidan. [In Ukrainian].
- Neliuba A. (2014). Leksyko-slovotvorni innovatsii (2012–2013): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo. [In Ukrainian].
- Neliuba A., Redko Ye. (2015). Leksyko-slovotvorni innovatsii (2014): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo. [In Ukrainian].
- Neliuba A., Redko Ye. (2017). Leksyko-slovotvorni innovatsii (2015–2016): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo. [In Ukrainian].
- Neliuba A., Redko Ye. (2022). Leksyko-slovotvorni innovatsii (2017–2021): slovnyk. A. Neliuba (Ed.). Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo. [In Ukrainian].
- Rizun V. V., Tsymbalenko Ye. S. (2013). Mediakomunikatsii: do vyznachennia poniat. *Ukrainske zhurnalistykoznavstvo*, (14), 50–56. [In Ukrainian].
- Rushkoff D. (1996). *Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture*. New York: Ballantine Books. 7th ed.
- Semotiuk O. (2021). *Rosiisko-ukrainska viina u suchasniy politychnii karykaturi (Mediayzatsiia voiennykh konfliktiv suchasnosti): monohrafiia*. Lviv; Drohobych: Kolo. [In Ukrainian].
- SLOVARonline. URL: <https://bit.ly/3FqgSxC> (last accessed: 25.01.2025). [In Ukrainian].
- Styshov O. A. (2017). Novi inshomovni slova v ukrainskomovnykh ZMI pochatku XXI st. *Studia philologica*, (9), 66–75. [In Ukrainian].
- Styshov O. A. (2019). *Dynamika leksychnoho skladu suchasnoi ukrainskoi movy. Leksykolohiia. Leksykohrafiia: navchalnyi posibnyk*. Bila Tserkva: «Avtorytet». [In Ukrainian].

Slovník ukraïnskoï movy: in 11 vol. Vol. 4. (1973). I. K. Bilodid (Chief Ed.). Kyiv: Naukova dumka. [In Ukrainian].

Slovník ukraïnskoï movy: in 20 vol. Vol. 1–13 (A–POKÍRNO). URL: <https://bit.ly/421plyz> (last accessed: 25.01.2025). [In Ukrainian].

Taranenko O. O. (2015). Aktualizovani modeli v systemi slovotvorennia suchasnoï ukraïnskoï movy (kinets XX — XXI st.): monohrafiia. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho. [In Ukrainian].

Received: 12.02.2025

Received in revised form: 17.03.2025

Accepted: 19.03.2025

Nadiya BALANDINA

Institute of Humanities

Odesa Polytechnic National University

1 Shevchenko av., Odesa, 65044, Ukraine

E-mail: balandina@gmail.com

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

MEDIATIZATION OF REALITY AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE LEXICAL SYSTEM

The article shows the specifics of the formation of lexemes with the *media* component (*media-*, *-media*, *-media-*) as representatives of the modern media environment. On the basis of factual material compiled on the basis of a sample from the Ukrainian Internet sector, scientific sources and lexicographical works, the process of neosemantization of the media component is traced — from «intermediary» to a broad meta-concept for the modern media environment. On the example of scientific discourse, the specifics of the entry of lexemes into linguistic usage are revealed, and the living processes of morphological adaptation and spelling fixation are shown. It is proved that the selected corpus of innovations is an open dynamic system, which is confirmed by the dynamics of their description in dictionaries and a sample from scientific sources. The neolexemes are systematized by word-formation, lexical-grammatical and lexical-semantic features. As a result of the systematization, the activity of the media component in derivational processes has been revealed: in 94.5% of cases it is a part of compound words. Its significant mobility in the word-formation structure of compound words has been revealed, but in 87.12% of them it is in preposition. The vast majority of units are nouns — 93.8%, other parts of speech account for 6.2%. Through the prism of lexical innovations and the field principle of their organization, the structure of the modern media environment is shown, verbalized in the form of the eponymous macrofield MEDIA ENVIRONMENT, within which the midfields are distinguished — TECHNICAL, TECHNOLOGICAL and SOCIAL AND COMMUNICATIONAL, with further division into mini-fields. It is proved that the identified lexical and semantic fields have a hierarchical structure with a core, center and periphery, the units of which are united by a common (invariant) meaning, semantically and associatively related. The vocabulary in each of the fields can serve as a kind of indicator of the processes of mediatization of the social system as a whole and its parts in particular.

Keywords: media determinism, mediatization, verbalization, neolexemes with a *media* component, word-formation, lexical-grammatical and lexical-semantic features.