

**МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА
В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ**

УДК 811.161.2:81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2023.46.100-111>

Сизонов Д.Ю.

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

**ТЕРМІНОСИСТЕМА СУЧАСНОЇ
МЕДІАЛІНГВІСТИКИ
В МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ КОНТАКТАХ**

***Анотація.** У статті обґрунтовується теза про інтердисциплінарний характер медіалінгвістики як інноваційної галузі сучасного знання. Медіалінгвістика відтак є інтегральною гуманітарною наукою з вивчення функціонального потенціалу мовних засобів у масовій комунікації. Дослідницький потенціал неонапряму описано і систематизовано в інноваційному лексикографічному виданні "Медіалінгвістика: словник термінів і понять" (Київ, 2013), що дав поштовх проаналізувати терміносистему модерного напрямку крізь призму десяти років. Серед перспективних завдань медіалінгвістики називають інтерпретацію мови як інструментарію для моделювання інформації та впливу на суспільну думку, врахування викликів інформаційної доби, вивчення несподіваних ракурсів аналізу мовно-стилістичного ресурсу в медіа та ін. Окреме завдання – становлення та аналіз медіалінгвістичної терміносистеми в контексті дифузності сучасного гуманітарного знання, що й аналізується панорамно в даній статті.*

Як і для кожної інноваційної науки, проблемним залишається вироблення й опис терміносистеми, що має відповідати логічності, цілісності, моносемічності, чіткості, вмотивованості, актуальності. Складність у цьому процесі, як зазначено у статті, виявляється у специфічних синкретичних взаємозв'язках медіалінгвістичної терміносистеми з іншими, дотичними до неї, галузями – психологією, соціологією, культурологією, правом, кібернетикою, соціальними комунікаціями та ін. На матеріалі медійних словників не тільки української, а й польської, німецької та англійської мов, автором проаналізовані терміни й поняття в зазначених міждисциплінарних контактах, що дозволяє довести інтегральний

.....
характер медіалінгвістики та визначити її місце в системі модерних наук соціогуманітарного циклу.

Ключові слова: медіалінгвістика; інноваційна лінгвістика; медіалексикографія; терміносистема; інтегральність науки; неофілологія.

Інформація про автора: Сизонов Дмитро Юрійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: dm_sizonov@ukr.net

Dmytro Y. Syzonov

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

TERMINOLOGY OF MODERN MEDIA LINGUISTICS IN INTERDISCIPLINARY CONTACTS

Abstract. *The article substantiates the thesis about the interdisciplinary nature of media linguistics as an innovative field of modern knowledge. Therefore, media linguistics is an interdisciplinary humanitarian discipline that studies the functional potential of language means in mass communication. The research potential of neoscience is described and systematized in an "Media Linguistics: Dictionary of Terms and Concepts" (Kyiv, 2013) innovative lexicographic edition, which gave an impetus to analyze the terminology of the modern neo-direction through the prism of ten years. Among the perspective tasks, the authors note the interpretation of language as a instrumentality for modeling information and influencing public opinion, taking into account the challenges of the information age, studying unexpected angles of analysis of linguistic and stylistic resources in the media, etc. A separate task is the formation and analysis of the media-linguistic terminology in the context of the diffuseness of modern humanitarian knowledge.*

As for every innovative science, the development and description of a terminological system, which must correspond to logic, integrity, monosemacy, clarity, motivation, and relevance, remains problematic for media linguistics. The complexity of this process, as stated in the article, is revealed due to the syncretic relationships of the analyzed terminology system with other, tangential to it, fields – psychology, sociology, cultural studies, law, cybernetics, social communications, etc. On the material of media dictionaries not only of Ukrainian, but also of Polish, German and English languages, the author analyzed the terms and concepts in the

specified interdisciplinary contacts, which allows to prove the integral nature of media linguistics and determine its place in the system of modern sciences of the socio-humanitarian block.

Keywords: *media linguistics; innovative linguistics; media lexicography; term system; integrity of science; neophilology.*

Information about the author: *Syzonov Dmytro Yurijovych – PhD, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Stylistics and Language Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

E-mail: *dm_sizonov@ukr.net*

Відомий польський славіст С. Гайда в одній з останніх своїх публікацій наголошував на інтегральності сучасного знання і, як наслідок, появи все більшої кількості нових напрямів соціогуманітаристики. Вчений це пов'язував із "наростанням гібридності та мультикультуралізму в науковій сфері. Адже важливо не тільки відкривати нові факти, а й осмислювати вже відомі, інтерпретувати відповідно до свіжих ідей, враховувати взаємопроникнення різних сфер одна в одну" [5, с. 10]. На підтримку цієї тези згадаємо Б. Тошовича, який наголошує на "генеративності сучасної науки", зокрема й стилістики, що виявляється у потужному впливові нових відкриттів (передусім в кібернетиці й комп'ютерних комунікаціях) на суспільні процеси [9]. Спостерігається, отже, поява нових галузей знань, що враховують тенденції розвитку наукового світу з його перспективними дослідницькими поворотами. Такими неолінгвістичними сферами, що вкрай активно розвиваються та на які впливають глобальні тенденції розвитку світу є, зокрема, медіалінгвістика, лінгвістична експертологія, юрислінгвістика, лінгвоіміджологія, піарлінгвістика та ін. (цей ряд неонапрямів невпинно зростає, що диктується, на нашу думку, новим описом мови як функціонального інструментарію для моделювання інформації та впливу на суспільну думку, несподіваними ракурсами дослідження мовно-стилістичного ресурсу, комплексним аналізом мовної комунікації з урахуванням сучасних знань та еволюції науки в цілому).

Передусім це сфери, що мають практичний вектор вирішення складних дослідницьких завдань, пов'язаних із різними формами впливу на масову свідомість, лінгвоманіпулятивними

.....

технологіями в сучасній комунікації, різними стратегіями і тактиками, що застосовуються при донесенні "правильної" інформації до комунікантів, актуальними методиками аналізу сучасної комунікації та ін. Вочевидь ці процеси співмірні з тенденціями технічного прогресування, науковими відкриттями в різних сферах, еволюцією інформаційних систем, інтернетизацією світу та ін. Ці причини – найважливіші в появі й розвитку неонапрямів лінгвістики, що відповідають викликам часу сучасної науки в їх інтегральних взаємозв'язках.

У стилістиці про інтегральні процеси активно наголошують як західні (Л. Мановіч, М. Маковська, Б. Тошович та ін.), так і українські (С. Єрмоленко, О. Стишов, Л. Шевченко та ін.) дослідники, які аналізують сучасну мовну комунікацію у взаємозв'язках "мова – культура", "мова – медіа", "мова – інформаційні технології", "мова – право", "мова – бізнес" та ін. Наголосимо, що міждисциплінарні контакти модерного стилістичного знання пояснюються постійним пошуком нового дослідницького інструментарію аналізу мови. Фактично йдеться про перехід "від традиційного до нового, системно-структурного до дискурсивного" [5, с. 8] в сучасній науці, а отже осмислюється наука панорамно, "у контексті філософських дискусій і досліджень культури, науки і техніки" [5, с. 9].

Виклики часу сьогодення у зв'язку з глобалізаційними процесами в інформаційній сфері, домінантної ролі медіа в суспільному житті, тотальною диджиталізацією та ін. вказують на особливий аспект дослідження мови – функціонально-стилістичний та дискурсивно-прагматичний. Ідеться передусім про медіалінгвістику – "нову міжгалузеву гуманітарну дисципліну, яка займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації" [1, с. 98]. Саме акцентування на її міждисциплінарному характері визначає і актуальність нашого аналітичного пошуку, адже серед перспективних завдань медіалінгвістики – "схарактеризувати основні поняття та категорії медіалінгвістики (курсив наш. – Д.С.) в міждисциплінарних зв'язках, сформулювати проблемні питання, артикульовані сучасною гуманітарною наукою, зокрема щодо потенціалу та функцій масової комунікації та її вербалізованих репрезентацій" [2, с. 31].

Критерій *міждисциплінарності* ми визначаємо передусім як фактор зближеності наук у пошуку відповідей на актуальні запити сьогодення, а також відкритість кордонів науки, коли для вивчення, наприклад, медійної комунікації застосовуються методики та інструментарій ін. галузей модерного знання – психології, біології, інформатики, юриспруденції, культурології та ін. Такі звернення до міждисциплінарності є досить продуктивними для сучасної науки: медики, напр., за допомогою інформаційних та комп'ютерних систем діагностують хвороби, правники застосовують знання з філософії і логіки для пошуку аргументацій в доведенні / спростуванні складу злочину, археологи та палеографи звертаються до хімії і фізики, коли визначають часове маркування знахідок органічного походження, журналісти використовують соціологічні методики для об'єктивної подачі новин та ін.

Для максимальної повноти аналізу терміносистеми медіалінгвістики в її синкретичних взаємозв'язках з іншими науками ми звернулися до медіалінгвістичних робіт, зокрема й лексикографічних, – українською [1], німецькою [7; 10], польською [8] мовами. Можна з упевненістю говорити про те, що складна, різномірна, об'ємна міждисциплінарна природа медіалінгвістики є наслідком постійно змінюваного соціально-культурного простору світу.

Медіалінгвістика, з одного боку, апелює до теорій пізнання світу через потік інформації – реальний та ірреальний, а також пояснення феномену масової інформації (варто згадати праці Т. ван Дейка, Д. Мак-Квейл, М. Макклюена, що значною мірою вплинули на формування медіалінгвістики). З іншої сторони, медіалінгвістика сьогодні націлена на відображення в масмедіа соціально-психологічних, національно-культурних та ін. проблем. А тому подекуди можна зустріти думки про тісний зв'язок медіалінгвістики з іншими субнапрямами лінгвістики – психо- та соціолінгвістикою, лінгвокультурологією, політичною лінгвістикою (М. Мамич, М. Навальна, Е. Шестакова, М. Яцимірська). Медіалінгвістика, здавалося б, має зрозумілий об'єкт – мову масової інформації, яка піддається постійним змінам та трансформації. За таких умов про медіалінгвістику треба говорити тільки в контексті міждисциплінарних зв'язків.

Ніби очевидним, на перший погляд, видається зв'язок медіалінгвістики з журналістикою та власне лінгвістикою (це впливає з назви неогалузі). Натомість розгляд масової комунікації тільки в колі фахової зацікавленості журналістів було б неправильним, навіть виходячи з тези, що текст, зокрема і медійний, є об'єктом філологічного аналізу: "суб'єктивним було й віднесення текстів масової інформації до кола професійних зацікавлень журналістів, а не філологів, що, безумовно, не сприяло фаховому аналізу мовної дійсності в медійній сфері" [3, с. 4]. Вважаємо, що саме стиковість журналістики й лінгвістики як галузей гуманітаристики може сприяти глибшому аналізу медіапростору, а відтак і виробленню системного терміноряду для коректної інтерпретації медійної мови.

Саме тому сучасна медіалінгвістична терміносистема включає поняття з медіавиробництва та медіаменеджменту, медіамаркетингу та медіаформатування, медіапланування та медіадизайну з акцентом на мовний складник цих субгалузей модерної медіанауки. Відтак медіалінгвіст фахово інтерпретує не стільки формат медіа, скільки його мову, не стільки журналістський продукт, скільки його мовно-стилістичний потенціал. Визначимо, отже, актуальні термінологічні топіки, навколо яких структурується сучасна світова медіалінгвістика у *взаємозв'язках з журналістикою та власне лінгвістикою*:

(1) визначення глобалізованого статусу мови ЗМІ, її опис в синкретичних зв'язках індивідуальна мовна свідомість – масова мовна свідомість, комунікативна культура індивіда – масова медіакультура, медіатекст – медіадискурс, діалогічна / полілогічна медіакомунікація – авторська медіакомунікація та ін.;

(2) можливості функціонально-стильової диференціації медіадискурсів, класифікація медіатекстів, медіажанрів, каналів поширення інформації та ін. (преса, радіо, телебачення, реклама, Інтернет та ін.), що інтерпретуються крізь призму основних функцій мови;

(3) типологія медіамовлення, діапазон жанрово-видової класифікації текстів масової інформації, класифікація основних типів текстів – новини, інформаційна аналітика, коментар, художня публіцистика, реклама, соціальні мережі, нові медіа та ін.;

(4) жанрова дифузність та міжтекстові утворення, медійна креолізація та полікодовість;

(5) мовно-стилістичні особливості медіакомунікації, визначення ключових мовних засобів, що підсилюють можливості медійного тексту – епітети, метафори, порівняння, перифрази та ін.;

(6) екстралінгвальні складники масової комунікації: виробництво, поширення і сприйняття медіатекстів, соціокультурний та ідеологічний контексти, інтерпретаційні властивості медіамови, особливості реалізації медіаповідомлення, культурно-специфічні ознаки та ін.;

(7) лінгвомедійні технології впливу на індивідуальну і масову свідомість (лінгвістичні складники технік пропаганди, маніпуляції, прийомів інформаційної політики та інформаційного менеджменту, зв'язків з громадськістю та ін.);

(8) контрастивний аналіз лінгвомедійних практик різних країн (зіставний аспект медіакомунікацій). Відтак словник медіалінгвіста віддзеркалює ці топіки та реалізовується в системі термінів і понять синкретичного характеру.

Виходячи з тези, що медіа має потужний вплив на масову свідомість, логічно наголосити на взаємозв'язках медіалінгвістики та психології. Для пояснення процесу маніпуляції, різних видів психологічних стратегій і тактик, пошуку лінгвістичних інструментів у протидії маніпуляції в медіа фахівець із медіалінгвістики має чітко розуміти психологію мас, оцінювати психологічні настрої суспільства, відчувати його ціннісні орієнтири. На нашу думку, основні *міжсистемні зв'язки медіалінгвістики та психології* диктуються навколо таких наукових проблем:

(1) психологічні засади особистісної та масової комунікації, визначення ключових психологічних маркерів, що впливають на мову медіа;

(2) психологія медіавиробництва, зорієнтованого на конкретного споживача;

(3) психологічні аспекти журналістської професії, аналіз мовного складника "Етичного кодексу журналіста";

(4) свобода слова і відповідальність журналіста, що можуть вплинути на психологічний стан суспільства;

(5) комплексний аналіз толерантності у професійній діяльності журналіста;

(6) психологія медіасприйняття та медіавідтворення;

(7) засоби масової інформації та формування індивідуальної / громадської думки, що реалізовується в різних типах медіаманіпуляції;

(8) психологічні аспекти інформаційної безпеки України;

(9) маніпуляція в медіа, різні типи імпліцитного / експліцитного впливу;

(10) маніпуляція в жанрово-форматному синкретизмі масової комунікації, зокрема в рекламі, соціальних мережах, PR-сфері, SMM-комунікації та ін. Відтак і медіалінгвістична терміносистема не може обійтися без термінопонять 'маніпуляція', 'вплив', 'психологія мас', 'сугестія', 'психологічна тактика', 'масова свідомість' та ін., які тлумачаться в аналізованих нами лексикографічних джерелах з урахуванням міжсистемних контактів психології та власне лінгвістики.

Важливо наголосити, що об'єкт і предмет медіалінгвістики цілеспрямовано розглядати в тріаді теоретичних координат: *теорії соціальних комунікацій, теорії лінгвістики та теорії філософії*. І складність для неонауки виявляється у постійному триманні рівноваги між цими науками, щоб залишатися коректним у тлумаченні певних понять. Саме філософія дала поштовх до вироблення методів та методик, які активно застосовуються в діагностиці сучасної медіакомунікації: 'метод медіамоніторингу', 'медіакультурологічний метод', 'дискурс-аналіз', 'контент-аналіз', 'метод лінгвістичної експертизи медіатексту', 'змістово-логічний метод ЗМІ' та ін., що відбито в тезаурусах сучасних словників з медіалінгвістики.

Суголосною із медіалінгвістикою є ще один сучасний напрям – політична лінгвістика. Враховуючи тенденції розвитку політичних медіа та великої ролі політичних інституцій у суспільній комунікації, все більше медіалінгвіст звертається до *політологічного тезаурусу*. Отже, термінологічно-поняттєвими полями зазначеного наукового синкретизму є:

(1) поняття політичної інституційної комунікації, спічрайтерство та публічне спілкування;

(2) поняття цінностей / антицінностей в політичній комунікації, тлумачення аксіологічних домінант в медіатекстах політичного спрямування;

(3) понятійність політичного символу, концепту, політичної ідеологеми як домінантних одиниць сучасної комунікації, вплив політичних кодів на електоральну комунікацію, декодування політичних меседжів, спрямованих на масову аудиторію;

(4) поняття політичного тексту, його архітектоніки, логіко-сміслових зв'язків;

(5) вивчення маніпулятивних стратегій і тактик, що спрямовані "захопити увагу" потенційного електорату;

(6) терміни, пов'язані зі стилістикою політичного тексту;

(7) поняття на позначення політичних ЗМІ, партій, інституцій, а також нових термінів, що позначають реалії політичної мови та ін. Окрема увага, напр., у німецьких лексикографічних та монографічних виданнях відводиться інформаційній безпеці та контрпропаганді [6; 7], про що наголошували ще з часів Другої світової війни. Новими поняттями, які відбиті у зазначених словника, є 'informationskrieg', 'hybride kriegsführung', 'gegenpropaganda', 'medienökologie', 'politisches symbol' та ін.

Як самостійний напрям, медіалінгвістика чітко виробляє свій термінологічний інструментарій для позначення складних процесів в умовах диджиталізованої доби – технічних проривів в інфопросторі, медійного мейнстріму, всеосяжної інформатизації та ін., про що ми наголошували на початку статті. Логічним, отже, є *взаємозв'язок медіалінгвістики із кібернетикою та інформатикою*. Тільки в аналізованих нами медіалінгвістичних словниках нараховано понад три десятка термінів, що пов'язані з технічним забезпеченням медіаконтенту: 'html', 'хештег', 'гіперпосилання', 'клікабельність', 'нативність', 'мінус-слова', 'VR-технології', '3D-моделі' та ін. Цей синкретичний взаємозв'язок, на нашу думку, можливий у таких актуальних проблемах:

(1) організація інтернет-простору та його технічні характеристики;

(2) сегментація інтернет-порталів на блоки, креолізація медіапростору;

(3) роль комунікантів в інформаційному потоці (створення акаунтів, реєстрація сторінок, "ботоферми" та ін.);

(4) електронізація медійного простору, що виявляється у логічному переході з друкованих на електронні джерела;

(5) домінатність інтернет-сфери, порівняно з традиційними ЗМІ, що веде до зміни форматів медіа;

(6) роль емотикону як графічних стилем в інтернет-комунікації, зокрема на форумах, чатах, телеграм-каналах та ін.;

(7) швидкий доступ до інформації, "постправада" в сучасному інформаційному просторі, теорія Web 2.0 в еволюційних процесах масмедіа та ін. (див., напр., роботу з генеративної стилістики Б. Тошовича [9], який наголошував на великих можливостях е-мови в сучасній віртуальній комунікації).

Новий виток у дослідженні медіамови *належить соціології*, без якої складно дати об'єктивну оцінку наповненню медіаконтенту. Так, медіалінгвістика в термінологічній системі має одиниці співмірні з термінами, що пов'язані з соціологічним зрізом реципієнтів, і це дозволяє в майбутньому побудувати якісний медійний продукт. Для цього в тезаурусі медіалінгвіста велика кількість одиниць із мікро- та макросоціології, соціології етносу / нації, соціокультурології, соціополітики та ін.

Про складність автономії медіалінгвістики від інших суміжних наук наголошує і Е. Шестакова [4]. Рецензуючи наш словник, дослідниця вказує на ті одиниці в медіалінгвістичній терміносистемі, які маркуються обмеженою (фаховою) сферою: 'адресат (у медіа)', 'активація (у медіа)', 'антропонім (у медіа)', 'евфемізм (у медіа)' та ін. Таку ж тенденцію ми бачимо і в зарубіжних медіалінгвістичних словниках (пор.: 'epitet (w mediach)', 'intertekst (w telewizji)', 'symbol (in der werbung)', 'geschlecht (in Wirtschaftsmedien)' [8; 10] та ін.).

Окремим локусом аналізу медійної комунікації є її правовий статус. Відтак і в медіалінгвістичній системі є чимало термінів і понять цього дослідницького поля (в аналізованих нами словниках – це терміноодиниці, пов'язані з юридичною відповідальністю медійників / реципієнтів щодо поширення неправдивої інформації, фактчекінгом, фейковими повідомленнями, прихованою маніпуляцією, медіатизацією,

недобросвісною та порівняльною рекламою тощо). Взаємозв'язок *медіалінгвістики з юридичною наукою* відтворено і в інноваційних виданнях із юрислінгвістики та лінгвістичної експертології, активно розроблених сьогодні.

Отже, медіалінгвістика як синкретичний науковий напрям активно розвивається в наш час, черпаючи наукове знання з різних сфер та накладаючи їх на медіамовні дослідження. У словниках медіалінгвістики, проаналізованих нами, терміни й поняття вибудовуються з доміантним лінгвістичним складником, що реалізовано у лексикографічних статтях із компонентами 'мова' ("мова газети", мова реклами, "вебмова", "мова html" та ін.), 'інформація' ("інформація фактологічна", "інформація потокова", "інформація масова", "дезінформація", "інформаційна картина світу", "інформаційний привід" та ін.), 'комунікація' ("медіакомунікація", "радіокомунікація", "телекомунікація", "інтернет-комунікація", "піаркомунікація" та ін.), 'текст' ("медіатекст", "інтертекст", "гіпертекст", "текст новинний", "текст рекламний" та ін.) та под. Вважаємо, що така тенденція в науковій інтегральності буде посилюватися, враховуючи відкритість модерної науки та пошук нових інструментів для пояснення актуальних дослідницьких проблем.

ЛІТЕРАТУРА

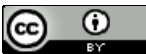
1. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2014.
2. Теорія медіалінгвістики: підручник / Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2021.
3. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3-12.
4. Шестакова Э. Об основных коллизиях медиалингвистики. *Медиалингвистика*. 2015. №1(6). С. 122-135.
5. Gajda S. Terminologia a współczesna rzeczywistość naukowa. *Poradnik Językowy*. 2020. №5. S. 7-17.
6. Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web (Hrsg. C. Baechler, E. M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme, 2016.
7. Perrin D. Medienlinguistik. Konstanz: Utb, 2006. 248 p.
8. Pisarek W. Słownik terminologii medialnej. Kraków, 2006.

9. Tošović B. *Generatovska lingvistika*. Beograd: Svet knjige, 2018. 190 s.
10. Wörterbuch der Medien / W. Posewang, Berlin : Luchterhand, 1996.

REFERENCES

1. *Medialinguistics: The dictionary of terms and concepts* (2014). [Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i ponyat] / L.I. Shevchenko, D.V. Derhach, D.Yu. Syzonov / Za red. L.I. Shevchenko. Kyiv: "Kyivs'kyj universytet" [in Ukrainian].
2. *Theory of media linguistics: a textbook* (2021) [Teorija medialingvistyky: pidruchnyk] / Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju. Kyiv: "Kyivs'kyj universytet" [in Ukrainian].
3. Shevchenko, L. (2013). *Media linguistics in modern Ukraine: analysis of the situation* [Medialingvistyka v suchasnij Ukraïni: analiz situacii]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 26, 3-12 [in Ukrainian].
4. Shestakova, E. (2015). *About the main collisions of media linguistics* [Ob osnovnyh kollizijah medialingvistiki]. *Medialinguistics*, 1(6), 122-135 [in Russian].
5. Gajda, S. (2020). *Terminology and contemporary scientific reality* [Terminologia a współczesna rzeczywistość naukowa]. *Poradnik Językowy*, 5, 7-17. <https://doi.org/10.33896/PolJ.2020.5.1> [in Polish].
6. *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (2016) / Hrsg. C. Baechler, E. M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme [in Germany].
7. Perrin, D. (2006). *Medienlinguistik*. Konstanz: Utb [in Germany].
8. Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków [in Polish].
9. Toshovich, B. (2018). *Generative linguistics* [Generatorskaja lingvistika]. Beograd: Svet knjige [in in Serbian].
10. *Dictionary of the media* (1996) [Wörterbuch der Medien] / W. Posewang, Berlin : Luchterhand [in Germany].

Дата надходження до редакції – 02.03.2023
Дата затвердження редакцією – 01.04.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.