

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2021: 50; 165–175 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2021.50.11107>

УДК 070.50 (477.83-25)

КЛЮЧОВІ ІМПРЕСИВИ-2020 В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Марія Яцимірська

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна*

e-mail: yatsymirska2019@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>

У статті досліджено ключову лексику 2020 року в мережевому просторі України. Проаналізовано тексти публіцистичного, офіційно-ділового стилю, публікації журналістів на актуальні теми. Визначено екстралінгвістичні чинники творення нових слів, їхню адаптацію до сфери спеціальної та суспільно-політичної лексики української мови. Показано на прикладах сучасні імпресиви в ЗМІ, їх стилістичне використання та вплив на суспільну думку в умовах пандемії. З'ясовано нові значення іншомовних висловів, медійної термінології, особливості перекладу неологізмів з англійської мови на українську. За матеріалами мережевих ЗМІ подано «словник епохи коронавірусу».

Ключові слова: імпресив, пандемія, локдаун, карантин, новокреативи, публіцистичний текст, відеопояснення, «op-ed», «quality media», «scapegoat», «gimmick».

Актуальність і постановка проблеми. В українському сегменті світової мережі функціонують інтернет-платформи різного виду діяльності: політичної, культурно-освітньої, економічної, туристичної, рекламної та ін. Їхня інформація спрямована на масову аудиторію із застосуванням витончених технологій впливу на розум і почуття людей. Перше завдання журналістів – у найкоротший термін повідомити свіжі новини; друге: словесно оформити логіку аргументів для переконування і впливу на думку людей; третє: зумовити потребу реагувати на ту чи іншу проблему; четверте: підказувати, в який спосіб треба діяти. У ширшому контексті, текстовий продукт творять журналісти, медійні персони, експерти, блогери, політики, правники, лідери громадської думки та інші активні громадяни. Медійна лексика та фразеологія (від слова фраза) інтенсивно пульсує в нових конотаціях і «зашкварах», віддзеркалюючи картини сучасних подій в Україні та світі. Ключові імпресиви 2020 року є особливими: вони народилися в період посилення заходів безпеки від коронавірусу, кризи ЗМІ, президентських виборів у США, загострення внутрішньополітичної ситуації в Україні, а тому мають стати предметом наукового осмислення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тлумачення фахових ознак майстерності журналіста багатоаспектно обґрунтовано в класичному підручнику В. Здоровеги «Теорія і методика журналістської творчості»: «...майстерність у журналістиці – це вміння... глибоко й компетентно проникати в суть суспільних подій і

явищ, правдиво узагальнюючи їх з певних групових, державних, загальнолюдських інтересів; сміливо, аргументовано, цікаво й переконливо втілювати власні думки та думки співрозмовників у стислій і досконалій формі, домагаючись певних духовних і практичних результатів¹. Відмінності тексту, медіатексту та публіцистичного тексту з'ясовано в науковій статті О. А. Щепки «Сучасний публіцистичний текст: кваліфікаційні та диференційні ознаки»². Феномену голосу в сфері телевізійного- та радіомовлення присвячене наукове дослідження О. Сербенської «Голос і звуки рідної мови»³. У книзі В. Селезньова «Мовні війни. Міф про «зіпсованість» української мови» комплексно розглянуто штучно накинуті мовні проблеми і спростовано міф про насиченість української мови полонізмами, галицизмами, неологізмами тощо⁴.

Методологічна основа статті. У статті використано загальнонаукові методи дослідження: спостереження, контент-аналіз текстів, узагальнення. Як вважають дослідники, «публіцистичний метод слід членувати на метод вивчення, тобто систему прийомів пізнання дійсності, і метод викладу, спосіб реалізації завдання»⁵. Медіадискурс і медіатекст продукують смисли, мовне функціонування яких вивчає відносно нова наукова галузь – медіастилістика. Зміст поняття «журналістика» в останні роки зазнав суттєвих змін *на платформі друкованих та електронних ЗМІ. У кожного журналіста є (повинна бути) громадянська позиція. Автори публікацій мають свою логіку управління контентом, відповідально творять персвазивні тексти в різних жанрах. Сьогодні ЗМІ шукають нові формати спілкування з масовою аудиторією, тому експерименти, наприклад з візуалізацією інформації та психологічними техніками впливу, повинні бути продовжені.*

Виклад основного матеріалу. Публіцистичний текст функціонує в ЗМІ на основі логічних суджень, достовірних аргументів, імпресивної мови. Його призначення – показати суспільно-політичну проблему, загострити її значущість для суспільства і шляхом переконливих міркувань пропонувати способи вирішення. Більшість дослідників роблять акцент на впливовій ролі публіцистичного стилю, який через ЗМІ формує громадську думку щодо питань політики, економіки, освіти, охорони здоров'я, війни, майбутнього країни. Для висвітлення такого широкого спектру тем використовують насамперед суспільно-політичну лексику – нейтральну й емоційно-оцінну, риторичні питання й імперативи, спеціальну термінологію, іншомовні слова. Наприклад: «нація телевізора», «лайфхаки для продуктивності», «кейс-технології», «парадокс утилітаризму», «Мордор (чорна країна)», «Ірангейт», «пранкер», «мережевий авангард», «патерналістське суспільство», «медійні аватари», «порохоботи», «ФСБшні боти», «політичні стратагеми», «сторітелінг для бізнесу», «електронна демократія» та ін. У ЗМІ така лексика виконує особливу функцію – відображає картину подій і передає враження журналістів для ширшої аудиторії.

Ключові імпресиви 2020 року віддзеркалюють особливо чутливі теми суспільного життя в Україні. Імпресив, імпресія (від лат. *impression* – враження; чутливе

¹ Здоровега, В. (2004), Теорія і методика журналістської творчості, ПАІС, Львів, с. 32.

² Щепка, О. А. (2018), «Сучасний публіцистичний текст: кваліфікаційні та диференційні ознаки», Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, сер. Філологія, ч. 34, том 2. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v34/part_2/29.pdf (accessed 19 December 2020).

³ Сербенська, О. (2020), Голос і звуки рідної мови, Априорі, Львів, 280 с.

⁴ Селезньов, В. (2016), Мовні війни. Міф про «зіпсованість» української мови, Віват, Харків, 256 с.

⁵ Здоровега, В. (2004), Теорія і методика журналістської творчості, ПАІС, Львів, с. 222.

враження; відчуття, яке впливає на тремтливе сприйняття чогось або когось). Синонім до слова «імпресія» – враження. Поняття «враження» в українській мові має широкий синонімічний ряд: думка, уявлення, оцінка, ефект, вплив, почуття, відчуття, чуття, відгук. Онлайн-словник сучасної української мови і сленгу «Мислово» з 2012-го року визначає слово року, яке було найбільш популярним, соціально значущим та імпресивним. Наприклад, у 2013 році словом року був «Євромайдан», «Кіборги» (2014), «блокада» (2015), «корупція» (2016), «безвіз» (2017), «томос» (2018), «діджиталізація» (2019). Словом 2020 року обрано «коронавірус»⁶. Навколо цієї теми в ЗМІ функціонували слова: «пандемія» – результат швидкого та неконтрольованого поширення коронавірусу; «карантин» – посилені заходи проти пандемії; «самоізоляція», «вакцина», «Білорусь», «перемір'я», «криза» (урядова криза, коронакриза, конституційна криза та ін.).

Локдаун. Британський тлумачний словник англійської мови Collins English Dictionary, який з 2011 року має інтернет-версію, назвав словом 2020-го року – «локдаун (lockdown)». Консультант з мовного контенту словника Хелен Ньюстед пояснила: «Ми обрали «локдаун» словом року... Це слово втілює спільний досвід мільярдів людей. Мова віддзеркалює світ довкола нас, а з 2020 року панує пандемія. У час, коли багато країн запроваджують другий карантин, цьому слову важко радіти, але воно втілює головне, з чим більшість світу жила цього року». До десятки найбільш уживаних слів в англійській мові потрапили: **coronavirus** (коронавірус); **furlough** (вимушена відпустка); **keyworker** (ключовий працівник); **self-isolate** (самоізоляція); **social distancing** (соціальне дистанціювання) та ін. Закордонні ЗМІ пояснювали своїм читачам, що коронавірус належить до сімейства вірусів і має приблизно 40 різновидів. У розмовному стилі переважає назва «корона», бо такий візерунок творять молекули, проникаючи в організм людини. Відомі на сьогодні штами, як вважають медики, виникли у тварин і передалися людині. «...Мутації розмивають міжвидові бар'єри для коронавірусів і роблять їх небезпечними, оскільки людський імунітет не готовий до боротьби».

Укладачі американського тлумачного словника Merriam-Webster назвали словом 2020 року «pandemic» («пандемія»). Воно стало найпопулярнішим на сайті словника. Користувачі словника шукали також слова: «coronavirus» («коронавірус»), «defund» («врізати фінансування»), «quarantine» («карантин»), «antebellum» («довоєнний»), «schadenfreude» («зловтіха»), «asymptomatic» («безсимптомний»), «icon» («ікона»). Словник Oxford Dictionaries не визначив слова року. Укладачі вибрали 16 слів та словосполучень, які найкраще відображають 2020 рік. Серед них – «локдаун», «білоруський», «імпічмент».

Локдаун – карантин. У мережевих виданнях триває дискусія навколо вживання нової іншомовної лексеми «локдаун», замість давно засвоєного в українській мові слова «карантин». Дослідження цієї теми показали, що на початковому етапі пандемії слово «локдаун» переважало в розмовній мові політиків, медійних персон і частина суспільства не зовсім розуміла його значення. Локдаун (англ. *lockdown* – ізоляція, блокування) в теперішньому тлумаченні – це обмежувальні заходи для за-

⁶ Іонашку, Л. (2021), «Словник української мови вибрав слово 2020 року», 8 січня. URL: <https://shpalta.media/2021/01/08/slovník-suchasno%1%96-ukra%1%96nsko%1%96-movi-vibrav-slovo-2020-roku/> (accessed 8 January 2021).

хисту людей від небезпечного вірусу, який охопив багато країн; ізоляція населення («залишатися на місці») в разі ризику поширення Covid-19. Англійською мовою громадянам США пояснюють, що таке локдаун так: «A lockdown is a restriction policy for people or community to stay where they are, usually due to specific risks to themselves or to others if they can move and interact freely. The term «stay-at-home» or «shelter-in-place» is often used for lockdowns that affect an area, rather than specific locations».

В інформаційних матеріалах на сайті офіційного представництва Президента України переважно вживають лексему «карантин»: «Перед впровадженням в Україні загальнонаціонального посиленого карантину Президент Володимир Зеленський провів планову селекторну нараду за участю урядовців, керівників силових відомств. Учасники заходу обговорили, які саме кроки здійснюватиме уряд, які обмеження і в який час діятимуть у країні»; «Зимовий карантин пом'якшений і не такий жорсткий, як весняний локдаун»; «У межах ініційованої Президентом допомоги на період карантину вже перераховано 3,64 млрд грн. Виплати завершаться найближчим часом»⁷. «Уряд продовжив карантин в Україні до 28 лютого 2021 року»⁸. Отже, в офіційному спілкуванні та урядових документах уживають слово «карантин» у значенні: «адміністративні та медико-санітарні заходи на обмеження контактів інфікованої або підозрілої на інфікування особи (осіб), ... населеного пункту, на рівні країни або між державами, що застосовуються для запобігання поширенню деяких небезпечних інфекційних хвороб».

Первинне значення слова «карантин» – час, що триває сорок днів (італ. *quarantena* – карантин; *quaranta giorni* – сорок днів). Саме стільки днів кораблі стояли в порту на якорі, щоб прибулі на них могли зійти на берег Венеціанської Республіки в 1348 році. У такий спосіб карантин запобігав поширенню чуми із Єгипту та Константинополя. У тому ж столітті були видані перші карантинні закони. На Русі це слово з'явилося з 1521 року. П'ять століть воно було в активному вжитку, тільки-но виникла загроза масових інфекційних захворювань. У Радянському Союзі карантин оголошували під час епідемії грипу. Більшість авторів публіцистичних текстів у мережеских ЗМІ використовує лексему «карантин», наприклад: «Слово і діло» дослідило, в яких країнах протестували проти карантину»; «Коли запровадять карантин «вихідного дня» та які обмеження він передбачає»⁹; «До квітня-травня карантин не посилюватимуть»¹⁰; «Місія вижити: малі видавці під час карантину»¹¹.

Контент-аналіз мережеских текстів підводить до висновку, що в 2020 році активно функціонувала спеціальна лексика, з відповідними дефініціями, яку ЗМІ окреслили як «словник коронавірусної лексики». «Ще кілька місяців тому мало хто знав

⁷ Президент України, Офіційне інтернет-представництво (2021). URL: <https://www.president.gov.ua/> (accessed 7 January 2021).

⁸ «Уряд продовжив карантин в Україні до 28 лютого 2021 року» (2021). URL: <https://covid19.gov.ua/karantynni-zakhody> (accessed 6 February 2021).

⁹ «Коли запровадять карантин «вихідного дня» та які обмеження він передбачає» (2020). URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/11/09/stattja/suspilstvo/karantyn-vyxidnoho-dnya-koly-zaprovadyat-ta-yaki-obmezhenya-peredbachaye> (accessed 8 December 2020).

¹⁰ «До квітня-травня карантин не посилюватимуть» (2021), «Українська правда», 9 лютого. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/9/7282772/> (accessed 9 February 2021).

¹¹ Словник епохи коронавірусу: 20 термінів, які завжди нагадуватимуть про весну-2020 (2020). «BBC News (Україна)», 11 квітня. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52212810> (accessed 11 April 2020).

щось про віруси з «короною», «самоізоляцією». Цим займалися лише соціопати й фрілансери з палаючими дедлайнами, а водіїв маршруток та священників ніхто й не думав називати «суперпоширювачами». Сьогодні ж ми вже розбираємося у різних типах медичних масок і кольорах клапанів на респіраторах, знаємо, скільки спирту має бути у нормальних «санітайзерах» проти «ковідки» та організуємо душевні «Zoom-вечірки» – так пише BBC News (Україна), подаючи на своєму сайті 20 термінів, які завжди нагадуватимуть про нелегку весну 2020 року. До «Словника епохи коронавірусу» автори-дослідники внесли слова: **коронавірус** («корона»); **Sars-CoV-2** («новий штам коронавірусу, «винуватець» нинішньої пандемії і всесвітнього карантину; уперше виявили в грудні 2019 року в китайському місті Ухань; скорочена назва від «Severe acute respiratory syndrome coronavirus-2» – тяжкий гострий респіраторний синдром коронавірусу-2); **карантин** (обмеження в часи епідемії; жорсткіший варіант карантину – заборона особистого транспорту, закриті міста, перекриті дороги між областями); **надзвичайна ситуація**; **самоізоляція** («залишайся вдома»); **обсервація**; **соціальна дистанція** (мінімальна відстань – 1,5-2 метри); **експрес-тести** (один з тестів на коронавірус); **ПЛР-тести** (більш детальні аналізи, які проводять лише у вірусологічних лабораторіях зі спеціальним обладнанням методом ПЛР («полімеразна ланцюгова реакція»); **ШВЛ** (системи штучної вентиляції легень); **спецрейс** (спеціальні авіарейси, якими привозили українців із закордону); **спецперепустка** (єдиний спосіб потрапити в громадський транспорт у період карантину); **захисні маски**; **респіратори**; **суперпоширювачі** (водії маршруток, продавці, медики, священники та ін.); **ZOOM** (платформа для відеоконференцій, онлайн-зустрічей, нарад тощо); **дистанційне навчання**; **санітайзер** (антисептик); **дезінфекція**¹². Оксфордський словник англійської мови в 2020 році доповнив свій реєстр абрєвіатурами COVID-19, WFH (work from home – робота вдома). Отже, сучасні українські та закордонні ЗМІ віддзеркалили пандемію як глобальне явище, її термінологію, неологізми, абрєвіатури, імпрєсиви й суспільно-політичну лєксику загалом.

Новий імпульс медійній експресії додали події навколо заблокованих телеканалів «112 Україна», ZIK та NewsONE. На спільній акції журналістів проти такого рішення РНБО України звучали перєфразовані гасла: «кінець епосі чесних новин», «свобода без слова», «епоха несвободи» та ін. Деякі опозиційні політики заявляли, що настала «епоха зеленого фашизму». У відповідь Президент України записав перєконливе «відеопояснення» громадянам країни з використанням імпрєсивно-виражальних засобів публічного мовлення: «не читайте перед обєдом продажные СМІ и не смотрите карманные телеканалы»; «худшее зло то, что добром прикидывается»; «железобетонные причины»; «эта тройка каналов – говорящие армии»; «партия с красивым названием... звучит, как тост – За жизнь! Только не за вашу, а за их...»; «депутат с анекдотической фамилией и нешуточным многомиллионным состоянием» та ін.¹³.

Українські журналісти здебільшого називають свої програми креативними словосполученнями із прихованим заклицом – «зверни увагу, тут буде щось ціка-

¹² Загоруй, А. (2021), «Місія вижити: малі видавці під час карантину», «Читомо», 11 лютого. URL: <https://chytomo.com/misiia-vyzyty-mali-vydavtsi-pid-chas-karantynu/> (accessed 11 February 2020).

¹³ Відеозвернення Президента України (2021), Офіс Президента України, 5 лютого. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nxBD3Ot63u0> (accessed 6 February 2021).

ве». Наприклад, на телеканалі «Прямий»: «Міністерство правди», «П'ята колонка», «Вата ШОУ», «Прямий трафік», «Гаряча тема» та ін. Олександра Горчинська у статті з інтригуючим заголовком: «Широковідомі у вузьких колах» привертає увагу до проблеми, чому в українських медіа надають перевагу «універсальним солдатам», а не вузькопрофільним журналістам. Імпресивний заголовок «притягує» читача до тексту, в якому справді висловлені глибокі думки щодо медійної діяльності сьогодні. «В Україні досі бракує журналістів, які би спеціалізувалися на простих, але важливих речах – на темах, які є «стовпами» у формуванні картини нашого суспільно-політичного життя. Наприклад, у сфері нерухомості, аграрній сфері або міській інфраструктурі. Зразком такого локального медіа в Києві є хіба що видання «Хмарочос», яке справді розуміє проблеми міста та пропонує конкретні шляхи їх розв'язання. Проте подібних видань суттєво бракує в інших регіонах, у невеликих населених пунктах. Впродовж останніх років в Україні лише починає розвиватися журналістика, яка висвітлює теми медицини та громадського здоров'я простою й зрозумілою мовою. Це, наприклад, відповідний розділ «Життя» в «Українській правді»; на сайті «Ліга». Значний внесок у популяризацію теми здоров'я в суспільному просторі зробила також і ексміністерка охорони здоров'я Уляна Супрун, яка регулярно робила на Фейсбукі просвітницькі дописи, розвінчувала популярні міфи»¹⁴... У текстах наукової журналістики переважно функціонує спеціальна лексика з царини медицини, космосу, комп'ютерної інженерії, екології, зміни клімату, захисту лісів, вивчення океанів та ін.

Неологізми в останні роки збагатили лексику української мови додатковими смислами, інтерпретаціями, контекстами, авторськими новокреативами. Іншомовні слова в ЗМІ створили можливість пізнавати світ ширше, глибше проникати в сутність IT-сфери, мистецтва, здорового способу життя, охорони довкілля тощо. Свого часу класики української літератури були творцями нових слів: «передмова», «післямова» (Т. Шевченко), «мистецтво», «переможець» (Олена Пчілка), «промінь» (Леся Українка), «подих», «обставина» (П. Куліш), «прихильність» (В. Білозерський), «часопис» (І. Карпенко), «читанка» (М. Лисенко), «обрій» (М. Левченко), «зміст» (А. Кримський), «невпинний», «привид», «припис», «пробліск», «свідоцтво» (І. Франко), «дійсність» (М. Драгоманов), «півріччя» (О. Русов), «мрія», «нестяма», «байдужість», «приємність», «страдниця», «млявий», «противага» (М. Старицький), «умова», «книгарня», «рукопис», «самосвідомість», «світогляд» (І. Нечуй-Левицький).

Багато іншомовних слів мають українські відповідники й надмірне вживання їх не завжди виглядає доречним. Однак є слова, які неможливо або важко перекласти українською мовою. На сайті «**MediaLab.Online**» перекладач Марта Госовська назвала для прикладу п'ять термінів, пов'язаних з медіа, які не мають чітких відповідників. Їх називають «неперекладними – untranslatable»: **Op-ed** – «оці невинні чотири буквочки з дефісом часто розшифровують, як щось похідне від opinion, але це не так. Це скорочення від opposite the editorial page – стаття навпроти сторінки редактора (передового матеріалу). Ці статті майже сто років тому вигадав Герберт Своуп, редактор газети The New York Evening World, – на заміну некрологам, оголошенням і всьлякому дріб'язку він запропонував друкувати роздуми та умовиводи стосовно ма-

¹⁴ Горчинська, О. (2021), «Широковідомі у вузьких колах», «MediaLab.Online», 9 лютого. URL: <https://medialab.online/news/u-vuzkykh-kolakh/> (accessed 9 February 2021).

теріалу редактора. Суть, а, відповідно, і цінність цих матеріалів – у суб'єктивному, наскрізь особистісному та часто полемічному тоні. No facts, just opinions, як пишуть колеги з «Гардіан». Українською ці чотири букви перекласти не так вже й просто. Мені траплялись різні варіанти й деякі настільки поетичні, що перекладач явно був у відчаї і на межі поразки. Наприклад, «думи» – коротко і неясно, «колонка опозиції» – хоч вона і не завжди в опозиції і не обов'язково колонка, «опід» – ще більш загадкові чотири букви, які можна розшифрувати як завгодно. Найчастіше ор-ed перекладають як «авторські огляди» або «редакційні статті». І все було б гаразд, якби не той факт, що це не зовсім огляди і не обов'язково редакційні: формат текстів може варіюватися від коротких коментарів до статті на три полоси, а авторами ор-ed можуть бути як редакційні журналісти, так і вільні дописувачі. Траплялися мені й такі варіанти перекладу: «аналітична стаття», «авторська стаття» і «проблемна стаття», які були б більш вичерпними, якби їх схрестити в один термін. Мабуть, якби існував приз за найнеперекладніший англійський медійний термін, то ор-ed, не вагаючись, взяв би золото!». МСА (middle class audience) – «...про цільову аудиторію, яка любить лонгріди (ще один термін, який доконав перекладачів та так і залишився занглішченим) та полемічні теми. Одне слово, надає перевагу не новині про сніданок Кардашьян, а глибокому авторському матеріалу про наркокартель Сіналоа. Часто цю аудиторію жартома називають «останнім оплотом серйозних медіа», таким собі середнім класом, але назва не від економіки, а від культури споживання новин». **Quality media** – «це ті медіа, над якими полюблюють рефлексувати МСА: «The Times», «The Guardian», «Medialab». Думаю, назви видань говорять самі за себе. А от перекласти термін не так вже й просто. Мені часто траплявся варіант «високопрофесійне медіа». Тоді доводилося пояснювати, що про сніданок Кардашьян можна написати так само професійно, як і про наркокартелі Венесуели, до того ж, дописувачі у quality media та до жовтої преси часто одні й ті самі і якість їхнього письма однакова. Описові переклади на кшталт «медіа, орієнтоване на мислячу аудиторію» (це не вигаданий приклад) відлякують своїм снобізмом... Не треба так. Можна піти шляхом, яким ми переклали термін «yellow pages», дослівно – «жовті сторінки». **Scapegoat** – «актуальний на всі часи, – а в українських реаліях і поготів – термін (може бути як іменником, так і дієсловом), який описує новину, яку запускають в інфопростір, щоб відволікти увагу аудиторії. Якщо перекладати дослівно, то це «цап-відбувайло» або «офірне ягня». Новина, до слова, не обов'язково вигадана, – вона цілком може бути й реальною, однак порівняно з темою, яку хочуть заглушити, виглядає, як мінімум, дріб'язково та вторинно. Часто перекладачі плутають «медійних цапів-відбувайлів» з «журналістськими качками», але це істоти різних підвидів: коли другі мають на меті веселити аудиторію на перше квітня й часто видимі неозброєним оком (ну хто поведеться на те, що Ейфелеву вежу перенесуть до Бердичева!), то цапову натуру навіть експертам розпізнати не так просто. Ви, певна річ, зауважували, як перед прийняттям непопулярних політичних рішень медіа раптово штормить на тему глобального потепління чи ще якихось «вічних» тем журналістики, які так зручно вчасно вивести на перший план». **Gimmick** – «мені дуже прикро, коли його перекладають як «приманку», бо це щось значно більше й глибше! Gimmick – це і гучний заголовок, і яскрава ілюстрація, і гучні імена в матеріалі, і запрошені експерти, і розказана історія з власного досвіду, і неповторний авторський стиль... Це цілі «медійні сіті», які розставляє видання, щоб не просто упіймати читача, а втримати його ува-

гу й завоювати вірність»¹⁵. Google-translate подає такі варіанти перекладу цих слів: op-ed – коментар, MCA – аудиторія середнього класу, quality media – якісні медіа, scapgoat – цап-відбувайло, gimmick – штучка (розм.), трюк (розм.), фокус (розм.). Gimmick є яскравим прикладом імпресивної мови в масмедіа.

Результати і перспективи подальших досліджень. Мовлення ЗМІ є найглибшим і пульсуючим джерелом креативних текстів з новими сенсами, фразами, експресивністю. Впливова сила слова знаходить тут своє безумовне втілення. Журналісти, блогери, експерти, політики, аналізуючи актуальні події, продукують концепти нової реальності. Світ змінюється й мова ЗМІ реагує на ці зміни. Найбільш живою й емоційною вона виявляє себе в мережевій сфері, в різних жанрах і стильових різновидах. «Слово – полководець людської сили» – цей мудрий вислів належить до найвлучнішої характеристики медійних текстів. Кожне нове дослідження мови ЗМІ є перспективним у контексті осмислення швидкоплинних процесів як політичних, так і економічних.

Висновки. Призначення публіцистичного тексту – показати суспільно-політичну проблему, загострити її значущість для суспільства і шляхом переконливих аргументів і міркувань пропонувати способи вирішення. Більшість дослідників роблять акцент на впливовій ролі публіцистичного стилю, який через ЗМІ формує громадську думку щодо питань політики, економіки, освіти, охорони здоров'я, війни, майбутнього країни. Для висвітлення такого широкого спектру тем використовують насамперед суспільно-політичну лексику – нейтральну й емоційно-оцінну, риторичні питання й імперативи, спеціальну термінологію, іншомовні слова. Ключові імпресиви 2020 року є особливими: вони народилися в період посилення заходів безпеки від коронавірусу, кризи ЗМІ, президентських виборів у США, загострення внутрішньополітичної ситуації в Україні. Контент-аналіз мережових текстів показав, що спеціальні терміни та поняття навколо теми пандемії потрапили до «словника коронавірусної лексики». У зв'язку з карантинними заходами залучено нові інтернет-платформи для діяльності в сфері освіти, бізнесу, охорони здоров'я. Неологізми збагатили лексику української мови додатковими смислами, інтерпретаціями, контекстами, авторськими новокреативами. Іншомовні слова в ЗМІ створили можливість пізнавати світ ширше, глибше проникати в сутність ІТ-сфери, мистецтва, здорового способу життя, охорони довкілля тощо.

¹⁵ Госовська, М. (2019), «Untranslatable: п'ять англійських медійних термінів, які неможливо чи дуже важко перекласти українською», «Medialab», 30 квітня. URL: <https://medialab.online/news/untranslatable1/> (accessed 5 December 2019).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. «До квітня-травня карантин не посилюватимуть» (2021), «Українська правда», 9 лютого. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/9/7282772/> (accessed 9 February 2021).
2. «Коли запровадять карантин «вихідного дня» та які обмеження він передбачає» (2020). URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/11/09/statija/suspilstvo/karantyn-vyvidnoho-dnya-koly-zaprovadyat-ta-yaki-obmezhenya-peredbachaye> (accessed 8 December 2020).
3. «Уряд продовжив карантин в Україні до 28 лютого 2021 року» (2021). URL: <https://covid19.gov.ua/karantynni-zakhody> (accessed 6 February 2021).
4. Відеозвернення Президента України (2021), Офіс Президента України, 5 лютого. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nxBD3Ot63u0> (accessed 6 February 2021).
5. Горчинська, Олександра (2021), «Широковідомі у вузьких колах», «MediaLab. Online», 9 лютого. URL: <https://medialab.online/news/u-vuzkykh-kolakh/> (accessed 9 February 2021).
6. Госовська, Марта (2019), «Untranslatable: п'ять англійських медійних термінів, які неможливо чи дуже важко перекласти українською», «Medialab», 30 квітня. URL: <https://medialab.online/news/untranslatable/> (accessed 5 December 2019).
7. Загоруй, Анастасія (2021), «Місія вижити: малі видавці під час карантину», «Читомо», 11 лютого. URL: <https://chytomo.com/misiia-vyzhyty-mali-vydavtsi-pid-chas-karantynu/> (accessed 11 February 2020).
8. Здоровега, Володимир (2004), Теорія і методика журналістської творчості, Львів, ПАІС, 268 с.
9. Іонашку, Ліліана (2021), «Словник української мови вибрав слово 2020 року», 8 січня. URL: <https://shpalta.media/2021/01/08/slovník-suchasno%20ukra%20movi-vibrav-slovo-2020-roku/> (accessed 8 January 2021).
10. Президент України, Офіційне інтернет-представництво (2021). URL: <https://www.president.gov.ua/> (accessed 7 January 2021).
11. Селезньов, Володимир (2016), Мовні війни. Міф про «зіпсованість» української мови, Харків, Віват, 256 с.
12. Сербенська, Олександра (2020), Голос і звуки рідної мови, Львів, Апріорі, 280 с.
13. Словник епохи коронавірусу: 20 термінів, які завжди нагадуватимуть про весну-2020 (2020). «BBC News (Україна)», 11 квітня. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52212810> (accessed 11 April 2020).
14. Щепка, О. А. (2018), «Сучасний публіцистичний текст: кваліфікаційні та диференційні ознаки», Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, сер. Філологія, ч. 34, том 2. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v34/part_2/29.pdf (accessed 19 December 2020).

REFERENCES

1. «Quarantine will not be increased until April-May» (2021), «Ukrainska pravda», 9 February. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/9/7282772/> (accessed 9 February 2021).
2. «When will the «weekend» quarantine be introduced and what restrictions does it provide» (2020). URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/11/09/stattja/suspilstvo/karantyn-vyxidnoho-dnya-koly-zaprovadyat-ta-yaki-obmezheniya-peredbachaye> (accessed 8 December 2020).
3. «Government extended quarantine in Ukraine until February 28, 2021» (2021). URL: <https://covid19.gov.ua/karantynni-zakhody> (accessed 6 February 2021).
4. Video address of the President of Ukraine (2021), Office of the President of Ukraine, 5 February. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nxBD3Ot63u0> (accessed 6 February 2021).
5. Gorchynska, Alexandra (2021), «Widely known in narrow circles», «MediaLab. Online», 9 February. URL: <https://medialab.online/news/u-vuzkykh-kolakh/> (accessed 9 February 2021).
6. Gosovska, Marta (2019), «Untranslatable: five English media terms that are impossible or very difficult to translate into Ukrainian», «Medialab», 30 April. URL: <https://medialab.online/news/untranslatable1/> (accessed 5 December 2019).
7. Zahoruy, Anastasiya, (2021), «Mission to survive: small publishers during quarantine», «Chytomo», 11 February. URL: <https://chytomo.com/misiya-vyzhyty-mali-vydavtsi-pid-chas-karantynu/> (accessed 11 February 2020).
8. Zdoroveha, Volodymyr, (2004), Theory and method of journalistic creativity, Lviv, PAIS, 268 p.
9. Ionashku, Liliana (2021), «The dictionary of the Ukrainian language chose the word 2020», «Spalta», 8 January. URL: <https://shpalta.media/2021/01/08/slovník-suchasno%201%96-ukra%201%96nsko%201%96-movi-vibrav-slovo-2020-roku/> (accessed 8 January 2021).
10. President of Ukraine, Official online representation (2021). URL: <https://www.president.gov.ua/> (accessed 7 January 2021).
11. Seleznev, Volodymyr, (2016), Language wars. The myth of the «corruption» of the Ukrainian language, Kharkiv, Vivat, 256 p.
12. Serbenska, Alexandra (2020), Voice and sounds of the native language, Lviv, Apriori, 280 p.
13. Schepka O. A. (2018), «Modern journalistic text: qualification and differential features», Scientific Visnyk of the International Humanities University. Series Philology, 2018. № 34. Issue 2. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v34/part_2/29.pdf (accessed 19 December 2020).
14. Dictionary of the coronavirus era: 20 terms that will always be reminiscent of spring 2020, «BBC News (Ukraine)», 11 April. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52212810> (accessed 11 April 2020).

KEY IMPRESSIONS OF 2020 IN JOURNALISTIC TEXTS

Mariya Yatsymirska

*Lviv Ivan Franko National University,
Generala Chuprynky Street 49, 79044. Lviv, Ukraine
e-mail: yatsymirska2019@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>*

The article explores the key vocabulary of 2020 in the network space of Ukraine. Texts of journalistic, official-business style, analytical publications of well-known journalists on current topics are analyzed. Extralinguistic factors of new word formation, their adaptation to the sphere of special and socio-political vocabulary of the Ukrainian language are determined. Examples show modern impressions in the media, their stylistic use and impact on public opinion in a pandemic. New meanings of foreign expressions, media terminology, peculiarities of translation of neologisms from English into Ukrainian have been clarified. According to the materials of the online media, a «dictionary of the coronavirus era» is provided.

The journalistic text functions in the media on the basis of logical judgments, credible arguments, impressive language. Its purpose is to show the socio-political problem, to sharpen its significance for society and to propose solutions through convincing considerations. Most researchers emphasize the influential role of journalistic style, which through the media shapes public opinion on issues of politics, economics, education, health care, war, the future of the country. To cover such a wide range of topics, socio-political vocabulary is used first of all – neutral and emotionally-evaluative, rhetorical questions and imperatives, special terminology, foreign words.

There is an ongoing discussion in online publications about the use of the new foreign token «lockdown» instead of the word «quarantine», which has long been learned in the Ukrainian language. Research on this topic has shown that at the initial stage of the pandemic, the word «lockdown» prevailed in the colloquial language of politicians, media personalities and part of society did not quite understand its meaning. Lockdown, in its current interpretation, is a restrictive measure to protect people from a dangerous virus that has spread to many countries; isolation of the population («stay in place») in case of risk of spreading Covid-19. In English, US citizens are told what a lockdown is: «A lockdown is a restriction policy for people or communities to stay where they are, usually due to specific risks to themselves or to others if they can move and interact freely. The term «stay-at-home» or «shelter-in-place» is often used for lockdowns that affect an area, rather than specific locations».

Content analysis of online texts leads to the conclusion that in 2020 a special vocabulary was actively functioning, with the appropriate definitions, which the media described as a «dictionary of coronavirus vocabulary». Media broadcasting is the deepest and pulsating source of creative texts with new meanings, phrases, expressiveness. The influential power of the word finds its unconditional embodiment in the media. Journalists, bloggers, experts, politicians, analyzing current events, produce concepts of a new reality. The world is changing and the language of the media is responding to these changes. It manifests itself most vividly and emotionally in the network sphere, in various genres and styles.

Key words: impression, coronavirus era, crown, lockdown, quarantine, journalistic text, video explanation, op-ed, quality media, scapegoat, gimmick.