УДК 81'42:61
DOI https://doi.org/10.32782/2409-1154.2025.71.32

Цзяї Сунь,
аспірантка кафедри української філології для іноземних громадян ННІФ
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

МЕДІАДИСКУРС ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТІВ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Анотація. Метою статті є аналіз стану дослідження масмедійного простору у сучасній дискурсивній парадигмі та огляд основних напрямів української концептології в контексті розвитку інформаційних технологій. Актуальність обраної теми зумовлена посиленням ролі масмедійної комунікації та загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на розгляд функціонування мовних одиниць у площині ментальних процесів. Відповідно до поставлених завдань дослідження застосовано загальнонаукові методи дедукції, індукції, систематизації й узагальнення для класифікації основних теоретичних положень про масмедійний дискурс, концепти та їх вербалізацію, аналізу результатів та формулювання висновків. У результаті дослідження систематизовано дослідницький інструментарій масмедійного дискурсу та концептів. Також проведене дослідження розширює базу фундаментального аналізу масмедійного дискурсу й концептології. Спираючись на основні позиції проаналізованого наукового наробку, визначаємо медіадискурс як своєрідне осмислення впливу соціуму на функціонування мови та своєрідний потужний інструмент-медіум між різними позиціями, цінностями, нормами, соціальними практиками й політичними ідеологіями, який є виключно публічною формою взаємодії, опосередкованою певною трансляційною платформою та має сталі характеристики, що визначають певні наукові напрями дослідження. Ми дотримуємося думки, що концепт є психологічним, гносеологічним і національно-культурним утворенням, яке реалізується на образному, понятійному та ціннісному рівнях, синтезуючись разом з іншими концептами в концептуальну систему, що охоплює колективні та індивідуальні концептосфери. Особливої уваги заслуговує поняття вербалізації концепту, що здійснюється через об'єктивацію та профілізацію. В українському мовознавстві трансформація традиційних концептів в масмедійному дискурсі під впливом об'єктивної національної реальності та розвитку інформаційних технологій досліджена спорадично, акцентуючи значно більшу увагу переважно на матеріалі англомовного медіаконтенту, що й визначає перспективність подальших наукових розвідок.

Ключові слова: дискурс, масмедійний дискурс, концепт, фрейм, концептуальний аналіз.

Постановка проблеми. Актуальність обраної теми зумовлена посиленням ролі масмедійної комунікації та загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на розгляд функціонування мовних одиниць у площині ментальних процесів. Масмедіа багато в чому визначає динаміку уявлень про світ. В умовах українсько-російської війни з її реаліями евакуаційних і гуманітарних коридорів, військових стратегічно-тактичних шляхів та напрямів руху, життєвих доль, із відрізаними шляхами або розкиданих світом, традиційні концепти в масмедійному просторі набувають особливої різноплановості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження масмедійного дискурсу значно активізувалися з початком XXI ст., про що свідчать ґрунтовні розвідки та словники-довідники М. Маклуєна, Е. О'Кіфф, Н. Феркло, А. Загнітка, Д. Сизонова, Л. Шевченко та ін. Потужний та багатовекторний розвиток комунікативного простору, зокрема соціальних мереж, зумовив виокремлення інтернет-лінгвістики (М. Бордмен, Д. Гіббс, С. Геррінг, Д. Кристал та ін.) та понятійного і власне лінгвістичне вивчення особливостей віртуального медіадискурсу (Дж. Ентін, Я. Вжещ та ін.), зокрема лексико-семантичних характеристик соціальних медіа, активізацію досліджень жанротворчих тенденцій у віртуальному медіадискурсі, аналіз комунікативних стратегій і тактик спілкування в соціальних мережах, гендерних основ інтернет-комунікацій, а також компаративні дослідження у сфері інтернет-медіалінгвістики тощо. Феномен концептуалізації у межах дискурсивної парадигми розглянуто у працях К. Серажим, А. Приходька, С. Кирилюк та ін. Проте структура та зміст традиційних концептів у концептосфері сучасного українського масмедійного дискурсу ще не були предметом окремого ґрунтовного дослідження.

Метою статті є аналіз стану дослідження масмедійного простору у сучасній дискурсивній парадигмі та огляд основних напрямів української концептології в контексті розвитку інформаційних технологій. У статті **основним методологічним принципом** є принцип системного поєднання лінгвокогнітивного та культурологічного підходів. Відповідно до поставлених завдань дослідження застосовано загальнонаукові методи дедукції, індукції, систематизації й узагальнення для класифікації основних теоретичних положень про масмедійний дискурс, концепти та їх вербалізацію, аналізу результатів та формулювання висновків.

Виклад основного матеріалу. У результаті аналізу стану дослідження масмедійного простору у сучасній дискурсивній парадигмі та огляду основних напрямів української концептології в контексті розвитку інформаційних технологій систематизовано дослідницький інструментарій масмедійного дискурсу та концептів. Також проведене дослідження розширює базу фундаментального аналізу масмедійного дискурсу.

Ідея дискурсу часто означає особливе усвідомлення соціальних впливів на використання мови. Тому важливо розрізняти дискурс і соссюрівську концепцію мовлення як реального прояву мови [1, с. 11–17]. Ф. де Соссюр розрізняє langue (мова) та parole (мовлення) так: langue – це мовна система або код, який є первинним щодо асистемного фактичного використання мови (мовлення) і який є стабільним, однорідним і однаково

доступним для всіх членів мовної спільноти (соціальне, а не індивідуальне явище); мовлення – це те, що насправді виголошується або пишеться і залежить від індивідуального вибору, тобто мова – це потенційне, а мовлення – реальне. Проте, незважаючи на те, що *дискурс* є також фактично вимовленим або написаним, він відрізняється від parole (мовлення) тим, що використовується для позначення проявів мови, які визначаються соціальними впливами суспільства в цілому, а не лише вибором окремої особистості [2].

Один із перших аналітиків дискурсу, лінгвіст З. Харріс звернув увагу на те, що дескриптивна методика не поширюється на аналіз відношень між синтаксичними одиницями, в основі яких лежить їхня граматична еквівалентність, тому вводить поняття *дискурс-аналіз*, де дискурс – текст, більший за речення [3]. За словами лінгвіста М. Голлідея [4], дискурс – це «одиниця мови, більша за речення, яка міцно вкорінена в певний контекст» [5, с. 51]. Це визначення дискурсу наголошує на тому, що соціальний контекст є визначальним.

Українські мовознавці, у свою чергу, визначають дискурс так: М. Карпенко формулює три висновки щодо поняття *дискурс*: «надфразова єдність»; «комунікативна ситуація»; «динамічний процес взаємодії між комунікантами» [6, с. 6]; К. Сережим подає дискурс як «складний соціолінгвальний феномен», який визначається «соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими чинниками»; має лінгвістичну та екстралінгвістичну структуру і означається «спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу «будується» його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом» [7]; А. Приходько визначає дискурс як багатовимірний соціо- і лінгвокультурний феномен вербальної взаємодії у певній предметно-тематичній сфері, акцентуючи на недискретності дискурсу (синкретизм комунікативного та когнітивного), принциповій відкритості, континуальності (відсутність просторово-часових обмежень) та ситуативності [8, с. 23–24].

Континентальна філософія таке розуміння дискурсу як прихованого втілення соціальних цінностей визначає в політичному аспекті, оскільки деякі філософи розглядають дискурс як засіб легітимізації соціальних і політичних практик. Для Фуко дискурс є засобом, через який функціонують влада та норми [9, с. 92–114; 10, с. 39]. Т. ван Дейк [11] сприймає аналіз дискурсу як певний вид аналізу ідеології.

Е. О'Кіфф визначає *медіадискурс* як публічну, спеціально вироблену та зафіксовану форму взаємодії через посередництво якоїсь платформи трансляції, як усної, так і письмової, що характеризується дискурсом, орієнтованим на неприсутнього реципієнта [12, с. 441]. Ю. Омельчук у своєму визначенні медіадискурсу оминає реципієнта та канал трансляції, означуючи медіадискурс як створювану ЗМІ опосередковану реальність [13, с. 6]. Д. Сизонов медіадискурс, або *дискурс масової інформації*, визначає як «глобальну універсальну категорію сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу» [15, с. 389] і акцентує на актуальності, поліпредметності, мультидисциплінарності, динамічності та мовній інноваційності. І. Мірошниченко звертає увагу та такі особливості медіадискурсу, як *м*едіазалежність, медіальність, реалістичність, мультимодальність, інтердискурсивність, спрямування на широку масову аудиторію, дистантність мовленнєвого акту, динамічність, спектакулярність, інтенсивна експресивність, текстуальна стислість [15, с. 45–50, 56].

Серед *напрямів вивчення масмедійного дискурсу* окреслюються такі:

А. *Дискурс друкованих ЗМІ (преси):* 1. Мова ЗМІ як регістр національної мови та її лінгвістичні особливості; медіатекст*;* 2. Жанровий аналіз друкованих ЗМІ; 3. Критичний аналіз дискурсу друкованих ЗМІ.

В. *Усний медіадискурс (радіодискурс, дискурс телебачення):* 1. Методи дослідження усного медіадискурсу. Зараз у медійному дискурсі відбувається стирання меж між усними та письмовими ЗМІ.

С. Віртуальний медіадискурс

М. Маклуєн, стверджуючи, що рушійною силою прогресу є поява нових засобів комунікації, що повертають людині втрачену залученість до спільності, розглядає медіа як зовнішнє розширення людини («the concept of the extensions of man») [16; 17], як безпосередні технічні продовження її тіла, органів чуття і здібностей. М. Маклуєн зазначає, що таке розширення людського тіла супроводжується «ампутацією» людських здібностей, які були в основі цього розширення, наприклад, метафорично «ампутуються» ноги із винайденням колеса, оскільки певні м'язи людського тіла втрачають свої властивості. Розвиток електронних медіа розуміється у цьому контексті як остаточна «ампутація людської свідомості» [17].

Дослідження впливу інтернету на мову та мовлення («комп'ютерно-опосередкована комунікація» («Computer-Mediated Conversation» (CMC)) [18]; «онлайн дискурс», «електронний дискурс» («Online Discourse» «Electronic Discourse») [19], «електронно-опосередкована комунікація», «цифрово-опосередкована комунікація» (DMC), «інтернет-комунікація» («Electronically Mediated Communication» (EMC), «Digitally Mediated Communication» (DMC), «Internet-based Communication» (IBC)) [20], «інтернет-опосередкована комунікація» («Internet-Mediated Communication») [21]) розпочалися наприкінці 90-х – на початку XXI ст., починаючи з англомовного інтернету як найбільш досліджуваного простору.

С. Геррінг акцентує на п'яти основних *напрямах дослідження мови інтернет-медіа* [19]: 1) класифікаційні дослідження; 2) дослідження структурних особливостей мови інтернет-медіа; 3) дослідження дискурсивних моделей; 4) дослідження мови інтернет-медіа з метою вивчення людської поведінки; 5) дослідження актуальних питань мовної екології. Серед *методів дослідження* С. Геррінг згадує конвенційний аналіз, критичний аналіз дискурсу, методи описової (структурної) лінгвістики, етнографії мовлення, методи інтеракційної соціолінгвістики, мовних варіацій і змін, прагматики та семіотики, аналіз соціальних мереж, автоматизований аналіз мовних особливостей, використання відеотехнологій для включення жестів і фізичного контексту в аналіз та ін. [22].

Д. Кристал у 2011 році починає використовувати термін *інтернет лінгвістика* (Internet Linguistics) на позначення окремої наукової дисципліни. Дослідник, описуючи лінгвістичні властивості інтернету, виділяє такі лінгвістичні ідентичності (різновиди мови (*Netspeak*)) інтернету, які мають значні відмінності у графічному, орфографічному, лексичному, граматичному та дискурсивному аспектах: *мова електронної пошти, мова чат-груп, мова мережі* та *мова віртуальних світів* [23]. Також Д. Кристал визначив чотири *основні напрями розвитку інтернет-лінгвістики*: соціолінгвістична, освітня, стилістична та прикладна.

Масмедіа (ті засоби комунікації, які охоплюють велику кількість людей і впливають на них (газети, журнали, радіо і телебачення, т.зв. «традиційні ЗМІ» та їхні клони та гібриди)) і *соціальні медіа* (*мезомедіа*) (ті засоби комунікації, які переважно розміщені в інтернеті (Facebook, Twitter, WhatsApp та Instagram, блоги, підкасти, сервіси мікроблогів, спільноти за інтересами) та *мікромедіа* (телефон, електронні листи чи чати) породили широкий спектр нових комунікативних жанрів. Основна відмінність масмедіа від соціальних медіа полягає в тому, що в масмедіа широка громадськість є аудиторією, тоді як у соціальних медіа громадськість може бути як аудиторією, так і творцями контенту. Наразі спостерігаємо злиття масмедійного та соцмедійного просторів.

Отже, спираючись на основні позиції проаналізованого наукового наробку визнаних вчених-дискурсологів, визначаємо *медіадискурс* як своєрідне осмислення впливу соціуму на функціонування мови та своєрідний потужний інструмент-медіум між різними позиціями, цінностями, нормами, соціальними практиками й політичними ідеологіями, який є виключно публічною формою взаємодії, опосередкованою певною трансляційною платформою та має сталі характеристики, що визначають певні наукові напрями дослідження.

У сучасному науковому просторі *концепт* як базове поняття когнітивної лінгвістики розглядають у двох основних проекціях: лінгвокультурологічній та семантико-когнітивній (лінгвокогнітивній). Систематизуючи тривалий та об'ємний науковий наробок, визначемо *концепт як* основну одиницю свідомості/мисленнєвої діяльності, тобто психоментальним утворенням, що водночас є епістемічним, (етно)культурним утворенням («багатовимірний кластер сенсу» [24, с. 10–63], «ментальним прообразом» [25, с. 25], «конструктом свідомості» [26, с. 55], «інформаційною структурою свідомості», «різносубстратною одиницею пам'яті» [27, с. 404, 410], «геном культури» [28, с. 104–118]), що має тричастинну структуру: образ, інформаційно-понятійне ядро та деякі додаткові атрибути (цінності). Синтез концептів утворює *концептуальну систему*, у межах якої виділяють *концептосфери (домени)*, які є репрезентантами окремих предметних галузей і можуть мати колективний (етнос) та індивідуальний (творчість окремого письменника) характер. Ключовими/базовими (А. Вежбицька, В. Маслова, В. Ужченко та ін.), духовними (С. Нікітіна), духовно-культурними (В. Кононенко), лінгвокультурними (Р. Кісь), етнокультурними (В. Жайворонок) концептами, етноконцептами (О. Селіванова), константами культури (Ю. Степанов), лінгвокультуремами (В. Воробйов) та ін. є «знакові одиниці картини світу», «культурно значущі концепти» [26, с. 56] (численність термінів свідчить про неусталеність дефініції), які описують *концептуальну картину світу* як людини, так і етносу в цілому.

Побудова *структури концепту* вимагає моделювання за двома принципами – польовим та ієрархічним (рівневим). *Польова модель* включає образ (перцептивний, який окреслює ознаки, сформовані за допомогою органів чуття, і когнітивний, який визначає ознаки, породжені метафоричним сприйняттям об'єкта чи явища), інформаційний контент (мінімальні когнітивні основні ознаки, що визначають денотат концепту) та область інтерпретації (оцінка, паремії, множинність значень тощо). А. Приходько описує *ієрархічну модель* концептополя у вигляді піраміди, вершиною якої є мегаконцепт (категоріальний, наприклад, *простір*), який складається з макроконцептів (наприклад, *місце*, *рух)*, які, у свою чергу, конституюються з гіперконцептів (наприклад, *напрямок*), що складаються з мезоконцептів (наприклад, *вправо*, *вліво* тощо) і далі з катаконцептів, які найчастіше є об'єктом лінгвокультурних студій (наприклад, просторовими катаконцептами можна вважати *шлях* і *дорога*). Мегаконцепти, макроконцепти, гіперконцепти та мезоконцепти по відношенню до катаконцептів є концептами-ідеями [8, с. 225–226, 239].

Найбільш структурованою частиною концепту є *поняття* («субстрат» (А. Приходько)), яке сигналізує про еволюцію концепту від образної складової до мисленнєвої та включає необхідний мінімум когнітивних ознак (ядро значення слова (сигніфікат). Національно-культурний характер конотацій як у лексикографічному, так і в психолінгвістичному значеннях є будівельним матеріалом для іншої складової структури концепту – аксіологічної (ціннісної) («ціннісний (валоративний) епістрат»). Поняття стає концептом, коли воно «обростає певними ціннісними асоціаціями» та «спирається на ті духовні імпульси, які оживають у свідомості людини завдяки її приналежності до того або іншого етно- і лінгвокультурного колективу». А. Приходько виділяє етнопсихологічну («конгломерат знань, образів і асоціацій, які викликаються у свідомості людини саме завдяки її належності до тієї чи іншої етнічної спільноти»), соціодискурсивну («життєвий світ людини в контексті комунікативної культури суспільства») та лінгвокультурну («знання, образи й асоціації, що нашаровуються на поняття через знаковий код мови») цінності концепту, визначаючи концепт як «поняття етно-соціо-психо-лінгво-культурного порядку з чітко вираженою валоративною компонентою» [8, с. 55, 62–64, 66]. Четвертою складовою концепту поряд з образним, понятєвим та аксіологічним називають адоративний, який корелює з трансцендентним рівнем комунікативної особистості (духовність, домовність та надмовність) [29, с. 1361].

Вербалізація концепту відбувається шляхом *об'єктивації* (лексичної («ословлення» – присвоєння концепту прототипового імені (субстантивованого, ад'єктивованого, абревіатурного, діад (*життя і смерть*), тріад (*віра – надія – любов*)), синтаксичної (*родинне вогнище*), фразеологічної (*ні риба, ні м'ясо*)) та *профілізації,* або *вторинної номінації* (метафоричної, синонімічної, алюзивної, метонімії, перифрази, порівняння, паремійної (метафоризовані фразеологізми, анекдоти, загадки, прислів'я та ін.)).

Описове моделювання концептів реалізується кількома методами, зокрема *методом концептуального аналізу*, який є ширшим за семантичний, оскільки окрім лінгвістичних характеристик, включає характеристики з інших галузей знань (історія, культурологія, психологія тощо) і, окрім мовного рівня, охоплює домовний (образ) та надмовний (цінності) рівні. Основним поняттям концептуального аналізу за допомогою *фреймової мережі* є *фрейм,* введене Ч. Філлмором у його теорії фреймової семантики [30] та М. Мінським [31], базова ідея якого полягає в тому, що неможливо зрозуміти значення окремого слова без доступу до всіх основних знань, які стосуються цього слова (енциклопедичний підхід). Таким чином, *фрейми* – це попередні очікування та знання про світ, які весь час зміцнюються, послаблюються та трансформуються відповідно до інформації, яку наш мозок отримує від перцептивних органів чуття. Виділяють три типи *фреймінгу*, а саме: *семантичний* (зосередження на мові), *когнітивний* (зосередження

на пізнанні) і *комунікативний* (зосередження на комунікації, гарантії впливу на мислення аудиторії, що важливо для засобів масової інформації). Збільшення помітності фрейму може призвести до *праймінгу* (впливу фрейму на думку аудиторії).

В українському мовознавстві зазвичай фрейм («структурно-логічна схема репрезентації концептів» [32, с. 62]) формують навколо ядра та включають до фреймової мережі асоційовану інформацію – субфрейми (антропонімічний, локативний, темпоральний, артефактний, фітонімний, фаунонімний, компаративний та ін.). Структурантами субфреймів є фрейм-елементи, що визначають статичну частину субконцептів. Кожен фрейм-елемент має своє номінативне поле (мовні засоби, вербалізатори), наприклад, фрейм-елемент *шлях* має такі вербалізатори: *дорога, манівці, протопти*, *прослідок*, *путівець*, *стежка* та ін. [32, с. 55]. Як наслідок, така фреймова модель репрезентує парадигму концептів, представлених у субфреймах, тобто концептосферу з певним осердям (ядром, «центром фреймової мережі» [31, с. 61]), яке за різних фонових та ін. умов активізує різні субфреймові варіанти. Субфрейми є виразниками поняттєвого, образного або ціннісного складника концепту («гностико-асоціативно-оцінні параметри» [32, с. 55]). Серед вербалізаторів особливий інтерес становлять когнітивні метафори, порівняння, символи (кожен символ – концепт, але не кожен концепт може бути символом [33, с. 49]).

Висновки. В українській концептології концепти в масмедійному просторі досліджені спорадично і переважно на матеріалі англомовного медіаконтенту. Отже, ми дотримуємося думки, що концепт є психологічним, гносеологічним і національно-культурним утворенням, яке реалізується на образному, понятійному та ціннісному рівнях, синтезуючись разом з іншими концептами в концептуальну систему, що охоплює колективні та індивідуальні концептосфери. Концепт можна структурувати як польовим, так і ієрархічним способами. Особливої уваги заслуговує поняття вербалізації концепту, що здійснюється через об'єктивацію та профілізацію. Методологія дослідження концепту може включати як класичний описовий концептуальний аналіз, так і концептуальний аналіз за допомогою фреймової мережі. В українському мовознавстві трансформація традиційних концептів в масмедійному дискурсі під впливом об'єктивної національної реальності та розвитку інформаційних технологій досліджена спорадично, акцентуючи значно більшу увагу переважно на матеріалі англомовного медіаконтенту, що й визначає перспективність подальших наукових розвідок.

Література:

1. Saussure F. Course in General Linguistics. New York, Toronto, London : McGraw-Hill Book Company, 1966.
2. Carling S. Discourse. *Theories of Media. Keywords Glossary.* The University of Chicago, 2004. URL: https://csmt.uchicago.edu/glossary2004/discourse.htm (дата звернення: 20.02.2024).
3. Harris Zellig S. Discourse Analysis. *Language*. 1952. Vol. 28. No. 1. P. 1–30.
4. Halliday M. Linguistic Studies of Text and Discourse. *Collected Works of M.A.K. Halliday.* Том 2. A&C Black, 2006. 301 p.
5. *Dictionary of Semiotics* / M. Bronwen, F. Ringham. New York : Cassell, 2000.
6. Карпенко М. Ю. Лінгвістичні особливості Інтернет-дискурсу. *Мова*. 2016. № 26. С. 5–11.
7. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : дис …. д-ра філол. наук : 10.01.08. Київ, 2003. URL: http://www.disslib.org/dyskurs-jak-sotsiolinhvalnyi-fenomen-suchasnoho-komunikatyvnoho-prostoru.html (дата звернення: 13.02.2024).
8. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр, 2008. 332 с.
9. Foucault M. The History of Sexuality. New York : Vintage Books, 1978.
10. Foucault, M. Les Anormaux. Paris : Gallimard,1999.
11. Dijk T. A. Power and the news media. *Political Communication and Action* / ed. by D. P. Cresskill. NJ : Hampton Press, 1995. P. 9–36.
12. O'Keeffe A. Media and Discourse Analysis. *The Routledge Handbook of Discourse Analysis / ed. by Gee J., Handford M.* London : Routledge, 2011. P. 441–454.
13. Омельчук Ю. О. Псевдоновини як жанр сучасного англомовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри : автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови» ; Херсонський державний університет. Інституційний репозитарій Запорізького національного університету. Херсон, 2018. 22 с.
14. Сизонов Д. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia linguistica*. 2013. № 7. С. 389–392.
15. Мірошниченко І. Г. Стислий текст в українському масмедійному дискурсі : дис. …. канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпро, 2020. 275 с.
16. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. New York : McGraw Hill,1964.
17. War and Peace in the Global Village / M. McLuhan, Q. Fiore. N.Y. : Bantam, 1968.
18. Baron N. Computer-Mediated Communication as a Force of Language Change. *Visible Language*. 1984. № 18 (2). P. 118–141.
19. Herring S. C. Language and the Internet. *International Encyclopedia of Communication / ed. by W. Donsbach*. Oxford : Wiley-Blackwell, 2008. P. 2640–2645. URL: http://ella.slis.indiana.edu/~herring/lg.inet.pdf (дата звернення: 10.02.2025).
20. Bieswanger M. A. Contrastive analysis of different space and time-saving strategies in English and German text messages. *Texas Linguistic Forum.* Austin : Texas Linguistic Forum, 2007. P. 1–12.
21. Yus F. Cyberpragmatics. Internet-mediated Communication in Context. Amsterdam; Philadelphia : John Benjamins, 2011.
22. Herring S. C. Computer-mediated Conversation. Part II. *Special issue of Language@Internet*, 8. 2011. URL: http://www.languageatinternet.org/articles/2011 (дата звернення: 09.06.2024).
23. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. 272 p.
24. Definite Reference and Mutual Knowledge / H. Clark, C. Marshall. *Elements of Discourse Understanding*. Cambridge University Press, 1981. P. 10–63.
25. Кочерган М. П. Слово і контекст. Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1980. 184 с.
26. Голобородько К. Ю. Концептосфера мовотворчості Олександра Олеся : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2011. 521 с. URL: https://uacademic.info/ua/document/0511U000969 (дата звернення: 10.07.2024).
27. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.
28. Talmy L. Toward a Cognitive Semantics. *Concept. Structuring Systems. Vol. 1.* Cambridge, MA : The MIT Press, 2000. P. 104–118.
29. Structural and contextual model of a concept / Y. Yaremko, N. Luzhetska, O.Kushlyk, P. Matskiv, S. Senkiv. *Linguistics and Culture Review.* 2021. 5(64), P. 1352– 1364. URL: https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1761 (дата звернення: 12.01.2025).
30. Frame semantics for text understanding / Ch. J. Fillmore, F. B.Collin. *Proceedings of WordNet and Other Lexical Resources Workshop.* NAACL, 2001. P. 222–254.

31. Minsky M. A. Framework for Representing Knowledge. *The Psychology of Computer Vision / ed. by P. H. Winston*. N. Y. : McGraw Hill,1975. P. 211–277.
32. Бондар Н. В. Базові концепти української ментальності у творчості братів Тютюнників : дис. .... канд. філолог. наук (д-р філософії) : 10.02.01. Полтава, 2018. 224 с. URL: https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/11678 (дата звернення: 23.03.2024).
33. Ужченко Д. В. Символ–концепт–компонент фразеологізму. *Вісник Харків. нац. ун-ту*: *Серія: Філологія.* 2000. № 491. С. 47–50.

Jiayi Suen. Media discourse and current issues of concepts verbalization in the Ukrainian media space

Summary. The objective of the article is to analyze the mass media space researches in the current discursive paradigm and to review the main approaches of Ukrainian concept studies in the context of the developing information technologies. The relevance of the topic is determined by the strengthening mass media role in communication and the general focus of modern linguistics on considering the functioning language units in the mental processes. In accordance with the research objectives, general scientific methods of deduction, induction, systematization and generalization were applied to classify the main theoretical positions about mass media discourse, concepts and their verbalization, analysis of results and formulation of conclusions. As a result of the study, the research toolkit of mass media discourse and concepts was systematized. Also, the conducted research expands the base of fundamental analysis of mass media discourse and conceptology. Based on the main positions of the analyzed scientific works, we define media discourse as a kind of awareness of the influence of the society on the functioning language and a kind of powerful tool-medium between different views, values, norms, social practices and political ideologies, which is an exclusively public form of interaction, mediated by a certain broadcast platform and has stable characteristics that determine certain scientific directions of research. We hold the opinion that the concept is a psychological, epistemological and national-cultural formation, which is realized at the figurative, conceptual and value levels, being synthesized together with other concepts into a conceptual system covering collective and individual conceptual spheres. The verbalization of the concept is carried out through the process of objectification and profilization. In Ukrainian linguistics, the transformation of traditional concepts in the mass media discourse under the influence of the objective national reality and the development of information technologies has been studied sporadically, focusing much more attention mainly on the material of English-language media content, which determines the perspective of further scientific investigations.

Key words: discourse, mass media discourse, concept, frame, conceptual analysis.