

поведінки та надає перевагу іншій.

• *I have often been reproached with the **aridity** of my genius.*

Аксіологічний світ з раціональними інтелектуально-оціночними характеристиками у цьому реченні актуалізується у фразі «*aridity of my genius*». У даному світі відбувається оцінка інтелектуальних здібностей наратора. У лексемі «*genius*» реалізується інтелектуально-оціночна ознака «Розумність», однак у метафоричному виразі «*the aridity of my genius*» наратору атрибується негативна інтелектуальна оцінка «Брак творчих здібностей». Раціональність такої оцінки підтверджується контекстом твору: він завжди дотримується наукового способу мислення, вважає себе вільним від забобонів, критикує праці філософів-моралістів тощо.

• *I have thought proper to premise thus much, lest the **incredible** tale I have to tell should be considered rather the raving of a crude imagination.*

Аксіологічний світ конструюється лексемою «*incredible*» та має інтелектуально-оціночну ознаку «Незрозумілість», «Неосягненість». Така оцінка є раціональною, оскільки вона базується на знаннях суб'єктом наукових універсалій та конвенцій та визнанні того, що його розповідь категорично суперечить їм.

Отже, в якості висновку можна зазначити, що аксіологічна модальність може слугувати дієвим способом актуалізації можливих світів у тексті. Оцінка, вербалізована у художньому тексті, носить не узагальнюючий характер, а відображає різноманітні позиції та точки зору персонажів. У семантиці можливих світів, утворених за рахунок аксіологічної модальності, реалізуються відповідні модальні концепти, аналіз яких може стати досить перспективним напрямом лінгвістичних досліджень.

Література

Арутюнова Н.Д. Лингвистическая философия // Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С.269-270. Пучкова Е.В. Модальность. Метафоризация. Масштабность и святы мыслительно-языковых конструктов / Е.В. Пучкова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2009, № 6 (2), с. 327–332. Poe E.A. Complete Stories and Poems / E.A. Poe. - Doubleday & Company, Inc., 1984. -821 p. Oxford Idioms Dictionary for learners of English. Oxford University Press, 2006. - 470 p.

УДК 811' 11'37

СИДОРЕНКО О.А.

(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)

ТЕРМІНОЛОГІЯ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ МАСМЕДІА: СЕМАНТИКА, СТРУКТУРА, ФУНКЦІОНУВАННЯ.

Стаття присвячена дослідженню суспільно-політичної термінології (СПТ), що позначає професійну сферу засобів масової інформації (ЗМІ). Акцентовано увагу на аналізі продуктивних термінотвірних моделей (афіксація, словоскладання, конверсія, аббревіація). Відзначено, що вторинна номінація (метафоризація), як термінотвірний засіб англомовних ЗМІ, виявляє високу ступінь мобільності серед інших суспільно-політичних сфер.

Ключові слова: суспільно-політична термінологія, термінотвірні моделі, вторинна номінація, термінологія англомовних ЗМІ, метафоричність терміна.

Сидоренко Е.А. Терминология современных англоязыковых масмедиа: семантика, структура, функционирование. Статья посвящена исследованию общественно-политической терминологии (ОПТ), обозначающая профессиональную сферу средств массовой информации (СМИ). Акцентировано внимание на анализе продуктивных терминообразовательных моделей (аффиксация, словосложение, конверсия, аббревиация). Отмечено, что вторичная номинация (метафоризация), как терминообразовательный способ англоязыковых СМИ, проявляет высокую степень мобильности среди других общественно - политических сфер.

Ключевые слова: общественно-политическая терминология, терминообразовательные модели, вторичная номинация, терминология англоязыковых СМИ, метафоричность термина.

Sidorenko E.A The terminology of modern English mass media: semantics, structure, functioning. The article is devoted to the research of social and political terminology, defining professional sphere of mass media. Special attention is focused on the analysis of productive terminology models (affixation, word combining, conversion, abbreviation). There has been pointed out that metaphoric term forming way of English mass media terminology reveals high degree of mobility among other social and political spheres.

Key words: social and political terminology, term forming models, second-rate nomination, metaphoric means, terminology of English mass media.

Постановка проблеми. В умовах інтенсивного розвитку науки і техніки та міжнародних зв'язків, проблеми уніфікації та стандартизації фахової термінології в останні десятиліття стали особливо актуальними. Усебічні аспекти інформаційного простору засобів масової інформації (далі - ЗМІ) розглядалися на матеріалі різних мов багатьма дослідниками: – лексико-семантичні особливості (М.А. Брейтер, О.І. Іссерс, Н.І. Клушина, Г.Я. Солганик, І.В. Холявко), семантичні трансформації у різних дискурсах (Г.Солганик, А. Баранов, Ю. Караулов, Т. Весна), структурно-композиційні риси (І.В. Флещанова, С.І. Потапенко, А.О. Стриженко, функціонально-семантична своєрідність (М.М.Володіна, R.Fowler, P. Grundy, B. Hennessy), функціональні особливості (Т.С. Дроняєва, Б.О. Зільберт, Т.В. Чернишова, лінгвопрагматичні (N.Chomsky, P. Graham, J.E. Richardson) тощо.

Проте незважаючи на досягнення у вивченні термінології англomовних ЗМІ, питання аналізу їх семантико-структурних і функціональних особливостей залишаються відкритими, що й зумовило актуальність зазначеної статті.

Актуальність полягає у тому, що термінологія ЗМІ набувають на сучасному етапі особливого значення, визначаються загальним інтересом сучасної лінгвістики до вивчення професійної лексики. Не дивлячись на значну кількість термінологічних досліджень у суміжній із ЗМІ суспільно-політичній сфері, вона не отримала досі належного висвітлення з точки зору її семантики, структури та функціонування. Се античні процеси, що виникають у термінології ЗМІ менш досліджені, тому вивчення закономірностей семантичних модифікацій досліджуваного терміна у процесі його функціонування належить до кола актуальних проблем, дозволяє простежити тенденцію розвитку семантики терміна.

Об'єктом дослідження є термінологія англomовних ЗМІ, де в якості **предмету** дослідження розглядаються її семантичні, структурні та функціональні особливості.

Мета статті – вивчення основних механізмів формування та мовленнєвої реалізації термінологічних одиниць ЗМІ у фаховому суспільно-політичному дискурсі.

Завдання полягає у тому, щоб проаналізувати ключові термінологічні одиниці ЗМІ в авторитетних словниках та спеціальних текстах суспільно-політичної сфери. Виявити місце і роль термінології ЗМІ, виокремити їх найчастотніші, термінотвірні моделі. З поміж завдань, що потребують подальшого розв'язання, є такі: а) пізнавальна сутність семантичної структури термінології ЗМІ; б) дослідження її смислотвірних моделей у процесі функціонування;

Наукова новизна статті полягає у встановленні специфіки термінології ЗМІ, простеженні її мобільності від одного суспільно-політичного пласту до іншого, широкому використанні семантичної деривації та термінотвірних моделей.

Останнім часом, у семасіологічному термінознавстві, особлива увага зосереджується на відношеннях між семантикою та прагматикою терміна з опертям на його семантико-прагматичний підхід (Leech, Allwood, Заботкина). Вживання терміна у нетиповому контексті надає йому нового семантичного прирощення, яке згодом закріплюється в окремому смислі.

Аналізуючи терміни англomовних ЗМІ передусім говоримо про їх дві групи: перша – основний вокабуляр (*core lexicon*) за класифікацією Е.Д. Хірша [14], куди входять лексичні одиниці, поняття, відомі неспеціалісту (зокрема лексика, що позначає сферу ЗМІ); поняття, основний вокабуляр, “консубстанціональні терміни, які С.В. Гриньов визначає як лексичні одиниці, що зустрічаються як у побутовому так і професійному мовленні [4].

Друга група лексичних одиниць представляє інтерес з точки зору її прагматичної зумовленості, де процес переосмислення власних назв зумовлений обсягом нових понять. Виявлено, що саме ЗМІ стали основним джерелом номінацій, де зміна значення у власному імені часто здійснюється шляхом метафоричного та метонімічного перенесення.

В останні роки тісне поєднання понять культура та ЗМІ здійснило значний вплив та породило явище яке критики назвали масовою культурою. Не випадковим, для прикладу, є поява у США терміна *massification – the tendency of television and cable television to ignore the diversity of audiences and program primarily for the mass audience* [15, NTC's]. Смысл наведеного прикладу у тому, що більша частина населення розглядається як певна маса з однаковими смаками і поглядами. Власне сема масовість у цьому терміні присутня як

визначальна характеристика масової комунікації. Зазначимо, що термінологія англomовних ЗМІ є складним поєднанням з одного боку – термінів які виступають ядром цієї термінологічної системи, з іншого загальноновживаної лексики, котрі використовуються для опису різних аспектів діяльності людини [3].

У зазначеній статті аналізуємо характерні особливості притаманні термінології ЗМІ, які визначаються семантичною прозорістю та відкритістю. У зв'язку з цим, І.А. Стернин стверджує, що із ростом освіти та культури знання значень мовних знаків все більше поглиблюється [10].

Доведено, що терміносистему ЗМІ, як і будь-яку іншу, вирізняє надзвичайна близькість до загальнономовної лексики. Ця особливість тісно пов'язана з функціональною варіативністю терміна, що рухається у двох напрямках: диференціації та інтеграції; відображається у прагматичній мобільності термінологічних одиниць, які мігрують із загальноновживаної лексики у спеціальну термінологію і навпаки [7]. Прагматична мобільність термінологічної лексики зумовлює наявність запозичень із загальнолітературного мовлення (термінологізація). Також у процесі розвитку мови терміни стають побутовими словами в міру цього як з'являються нові технічні винаходи (детермінологізація).

Для кращої ілюстративності процес термінологізації простежимо на прикладі терміна із сфер ЗМІ *reeler* - (*v*) *to reel* – крутитися, вертїтися. Цікавим є той факт, що одне із значень терміна *reeler* - кінофільм у кількох частинах, з розвитком кіноіндустрії став широконовживаним, тобто перестав бути соціальним і перейшов у розряд загальноновживаної лексики [3].

У досліджуваній термінології англomовних ЗМІ спостерігаємо дифузність меж між офіційною та неофіційною сферою вживання, де більшість термінів виявляє високу ступінь метафоричності. Так, для прикладу, розглянемо терміносполучення *babybillboard* – невеликий, рекламний плакат на громадському транспорті. Нове значення *baby* (прожектор) з'явилося у результаті метафоричного перенесення на основі подібності за розміром. Саме ця ознака використана для утворення *babybillboard*, або у наступних термінах де образність мислення та узагальнення виокремлює відповідні семи, як от: *sandwich* – сандвіч, людина, що несе два рекламних щити які звисають з плечей, один по переду інший позаду чи *dark horse* – букв. “темна конячка” (у політиці, людина яку мало знають) невідома людина.

Аналізований емпіричний матеріал засвідчує, що термінологія англomовних ЗМІ відзначається високою мобільністю, переходячи із одного пласту лексики в інший. Так, *soap opera* (мильна опера) раніше позначалося як “сленг”, а тепер подається як загальноновживане. Очевидно, що трансфер терміна в розряд загальноновживаного, залежить від ступеня актуальності та широти вживання самих термінологічних одиниць, скажімо термін: *blockbuster* – блокбастер не обмежується вживанням тільки в американському варіанті, а перейшов у загальну англійську мову.

Матеріал нашої вибірки свідчить також про надзвичайну активність процесу мовної економії. В основі семантичних процесів термінології англomовних ЗМІ виокремлюємо три напрями: редукування (зменшення) компонентів значення; індукування (збільшення) компонентів та субституції (заміна) одних компонентів на інші. На шляху зменшення компонентів денотативного значення спостерігаємо процес його розширення, а на шляху збільшення компонентів відповідно процес звуження.

Так, для прикладу звуження значення простежуємо у терміні *jack*, який у сфері ЗМІ описується як: *a framed stage brace used to hold up scenery* (опора для підтримки декорацій), що розвинулось від *tool for lifting* [NTC's], (пристрій для підняття). Тут, мінімальні семантичні складові поповнюються додаванням конкретизованої семи *to hold up scenery* (підтримувати декорації), тобто у новому значенні термін входить у професійну галузь ЗМІ.

Розширення значення проілюструємо на прикладі дієслова *to doctor*, яке у словнику NTC's описується як: *to rewrite, revise, or otherwise attempt to improve a script, screenplay, manuscript, and so on* (переписати, або якимось чином покращити сценарій). Зауважимо, що у

другому значенні відсутня диференційна сема *dishonestly* (нечесним способом), яка фіксується у словнику загальноживаної лексики. У результаті цього отримуємо ширше значення, тобто заміна на краще, що не передбачає жодного обману.

Отже, на наш погляд, звуження значення можна розглядати як мовну семантичну паралель дедукції, а розширення значення як мовну семантичну паралель індукції. Тобто, дедукція – простіший порівняно з індукцією логічний механізм, що з когнітивної точки зору пояснюється меншою трудоемкістю мисленнєвого процесу спеціалізації порівняно з процесом генералізації [1].

Глобальні соціальні потрясіння у житті людей та активізація політичного життя суттєво відобразились на метафоричній системі мови. Вторинна номінація, зокрема метафоризація, є одним з найпродуктивніших способів утворення нових термінологічних одиниць, що позначають професійну сферу ЗМІ, підсилюють її експресивну емоційність [12]. Метафори є також джерелом подальшого розвитку полісемії, так: *dragon* в англомовних ЗМІ означає будь-яку із чотирьох азійських держав (Японія, Китай, Корея, Гонг- Конг), які досягли надзвичайно високого рівня розвитку своїх економік та науково-технічних технологій.

Аналізований матеріал свідчить, що метафора на основі подібності частіше за інші тропи проявляється під час запозичення термінів з інших наукових сфер [9]. Процеси метафоризації здійснюються шляхом заміни диференційних сем вихідного значення на диференційні семи новоутворення на основі однієї узагальненої семи. При цьому спільна сема може, або входити у ядро значення та отримувати ранг диференційної семи, або знаходиться в імплікаціоналі (у ранзі потенційної семи) [6, 19-23]. Виходячи з викладеного вище, можемо говорити про два види метафоричного перенесення:

1. На основі спільності інгерентних ознак, як от: *dog ear /dog* – рамка на першій сторінці газети, розташована в одному з верхніх кутів, де зазначено номер випуску та інша спеціальна інформація про газету.

2. На основі спільності асоціативних ознак: *hammocking* – привертання уваги до передачі між двома популярними програмами [Hornby]

Аналізований матеріал переконливо підтверджує, що метафоричні процеси другого типу, де спільна ознака знаходиться на периферії вихідного значення, активніші порівняно з першим. Безперечно, що процесам семантичного переосмислення належить провідна роль у створенні мовної картини світу [8]. В семантичних інноваціях фіксуються результати попередніх етапів пізнання дійсності як в соціокультурному так і морально-етичному плані, формується додаткове бачення світу [13]. Власне в англомовних ЗМІ знаходимо відображення нових тенденцій у мовному та культурному розвитку суспільства.

Нижче, розглянемо, яке додаткове бачення світу можна отримати у процесі аналізу англомовних термінологічних одиниць ЗМІ, які можна умовно розподілити на дві підгрупи залежно від характеру сприйняття інформації, як от: *couch potato*, *button apathy*, словникові дефініції яких подаються у словнику NTC's так:

Перша підгрупа: *couch potato* – *an individual who spends hours a day in front of television receiver*; *button apathy* – *when television viewer cannot be bothered to switch off a program* - описують людину котра днями сидить перед телевізором. Семантика цих термінів передає явно негативну конотацію та свідчить про байдуже сприйняття усього, що несе ЗМІ і масова культура.

У другій підгрупі основне семантичне навантаження лежить на *junkie*, яке існувало в англійській мові спочатку у значенні *drug-addict* – наркозалежний. З одом термін отримав значення “прибічник, ентузіаст”, де він починає використовуватися у сполученні з *magazine*, *print*, *idea* тощо. В останні десятиліття статус терміна змінюється, що відображено у зазначеному вище словнику NTC's : *couch potato*, *media junkie* – *individuals who spend their free time absorbing almost anything the media has to offer, such as one known as a couch potato i media junkie*.

Отже, *couch potato i media junkie* – споживач усього, що подає ця система, цей світ не беручи до уваги що корисне, а що ні.

Зв'язок мови та культури який відображається в них через семантику термінологічних одиниць, особливо яскраво есплікується в ономастиці. У межах англомовних термінів ЗМІ виокремлюємо їх три групи:

- перша група представлена назвами фільмів, коміксів так, ім'я *Mr. Clean* потрапило в англійську мову із реклами миючого засобу і отримало поширення у значенні людина з бездоганною репутацією. Очевидно, що зазначене ім'я пройшло кілька етапів переосмислення на шляху до такого значення. Таким чином, шляхом метафоричного перенесення за аналогією чистота/чиста репутація воно потрапило у загальнонавчальну мову із значенням бездоганна репутація.

- друга група позначає реальних людей, які зробили внесок у розвиток англомовних ЗМІ та теорію комунікації. Означена група ономастичних термінологічних одиниць може бути представлена назвами рубрик, як от: *Dear Abby*, *Dear Ann Landers*, де друкують відповіді на запитання читачів. Тут, звернення *Dear* традиційно узятє із початку листа у редакцію та додаванням імені журналістки, ведучої рубрики.

- третя група термінів представлена топонімами, котрі також перейшли у розряд називних. Так, назва *Madison Avenue*, вулиці у Нью Йорку, де розташовані офіси багатьох рекламних компаній, вживається тепер для позначення самого рекламного бізнесу, або вулиця *Fleet Street* у Лондоні досі використовується для позначення британської преси, хоча штабквартири більшості друкованих видань переїхали у район *Docklands*.

Із виникненням професійної англомовної сфери ЗМІ появляються терміни, які позначають нові поняття. На першому етапі розвитку вони використовувались виключно у сфері професійної комунікації, були запозичені із інших терміносистем, що призвело до активізації словотвірних моделей. Перші терміни, які позначали професійну сферу ЗМІ утворені від коренів класичних мов, як от: *Kinematoscope* від гр. *kinema/kinetos* (рух, той , що рухається) – *scope*; *Cinema-tographe* + гр. *graph* – написаний.

Те, що з плином часу, слова асимілюються і стають частиною загальнолітературної англійської мови, можна простежити на прикладі *cinema*, яке стало популярним європейським терміном, як скорочена форма *cinematographe*. Згодом термін почав позначати будь яку кінокартину та місце перегляду, тобто сучасний кінотеатр. Розвиток нової сфери професійної діяльності іде паралельно із становленням відповідної терміносистеми, у процесі якого запозичуються терміни з інших сфер [5]. Часто запозичення іде за принципом суміжності позначуваних понять., як це проілюстровано на прикладі *to shoot (a picture)* – знімати фільм, запозичене із терміносистеми фотографії у терміносистему мови кінематографії. Термінологія англомовних ЗМІ запозичується тепер іншими мовами, де англійська мова виступає у ролі донора. Наприклад слова *Newsgroup*, *Comedy*, *Remix* використовуються в німецькій мові, *circulation* – у французькій, кліп, римейк, трилер в українській.

У зазначеній статті акцентовано увагу також на виокремленні найпродуктивніших словотвірних моделей, де розглядається роль словотвірних афіксів, визначаються основні структурні моделі за якими утворюються одна з груп досліджуваної термінологічної лексики ЗМІ. Серед словотвірних способів виокремлено: афіксацію, словоскладання, конверсію, аббревіацію, котрі умовно поділяємо на дві групи: традиційні і порівняно нові способи термінотворення.

Для вираження соціально-ідеологічної оцінки термінотвірними компонентами виступають префікси: *ultra* – *ultracomunism*; *super* – *supernationalism*; *quasi* – *quasidifferential*. За нашими спостереженнями, найактивніше відбувається утворення іменників, що зумовлено необхідністю номінацій предметів та процесів сфери ЗМІ, яка бурхливо розвивається. Відзначено також тенденцію до появи морфем невизначеного статусу, або напівафіксів *-gate* – *siongate*; *-russiagate*; *ukrgate*; *-man* – *showman*; *superman* < *span lang="UK" style="FONT-SIZE: 10pt; LINE-HEIGHT: 150%;">>*; *-mini* – *miniaturist*; *-multi* – *multinational*; *multiwave*; *-para* – *paragraphist*; *parapolitical* etc.

Зростаючу роль напівафіксів у сучасному словотворенні пояснюємо їх суттєвим семантичним навантаженням порівняно з афіксами, що дає змогу їм здійснювати значний

вплив на семантику твірних одиниць [2]. Наприклад, термінотвірний суфікс *-ism* відноситься до сфери теорії комунікації, що обмежує вживання дериватів:

- *Afganistanism* – недостатня увага ЗМІ до подій у своїй країні.
- *Parajournalism* – необ'єктивний підхід до висвітлення подій.

Суфікс *-ese* передає значення манера мовлення, професійний жаргон осіб, скажімо : *journalese – the jargon of journalism*.

- *tabloidese* – ситуація коли менше уваги надається серйозним новинам, а більше скандалам та розважальній інформації.

- *headlinese* – надто часто використовувані в заголовках слова і вислови.

Суфікс *-ette* – використовується для позначення осіб жіночої статті має прагматичну скерованість применшити статус порівняно з немаркованою одиницею, як наприклад *hackette* – жінка редактор колонки новин [NTC's].

Таким чином, аналіз англomовних термінів ЗМІ доводить, що на сучасному етапі розвитку мови особливу актуальність набувають аналітичні способи термінотворення, включаючи розглянуті вище, словоскладання, скорочення, аббревіація, як от:

- *pay as you see television* – платне а бонементне телебачення.
- *rip and read newscast* – передача новин з телетайпної ленти.
- *Money –Go-Round* - назва додатка до англійської газети “ *The Daily Telegraph*”.

- *must see the film* - фільм який обов'язково треба подивитись. Зокрема аббревіація шляхом скорочення слів та букв виступає також продуктивним термінотвірним способом: *spkr* – *speaker*; *rec* – *record* – *recording*; *recorder*; *N – Gen* – *Net* – *Generation* – покоління молодих людей котрі знають і користуються системою *Internet* [Hornby].

Проведене дослідження фактологічного матеріалу англomовних термінів ЗМІ у суспільно-політичному дискурсі дало змогу дійти таких **висновків**:

1. Термінологія англomовних ЗМІ включає спеціальну термінологію, загальномовну лексику, професійний жаргон, і є не від'ємним компонентом мовно – культурної комунікації та компетентності.

2. Суспільно-політична сфера пов'язана з ЗМІ дозволила на широкому мовному матеріалі простежити продуктивні термінотвірні моделі та шляхи становлення мови професійного спілкування.

3. Мовно-культурні тенденції притаманні термінології англomовних ЗМІ є характерними для розвитку сучасної англійської мови у сфері суспільно-політичного дискурсу.

Вважаємо, що на перспективу подальших досліджень, може бути залучений увесь термінологічний корпус одиниць, що позначають сферу ЗМІ з метою експлікації його глибинного смислотвірного потенціалу.

Література

- Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: монография / Н.Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с. Апресян Ю.Д. Идеи и методы современной структурной лингвистики / Ю.Д. Апресян. – М. : Наука, 1996. – 305 с. Дяков А.С. Основы терминотворения: Семантические та социолінгвістичні аспекти / Дяков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. – К. : Академія, 2000. – 218 с. Гриньов С.В. Основы лексикографического описания терминосистем: Дис. ... док. филол. наук. — М., 1990. Загнітко А.П. Сучасні лінгвістичні теорії / А.П. Загнітко. – Донецьк : Дон НУ, 2006. – 338 с. Канделаки Т.Л. Значение терминов и системы значений научно-технических терминологий / Т.Л. Канделаки // Проблемы языка науки и техники / отв. ред. В.И. Сифонов. – 1970. – С. 19–92. Кияк Т.Р. Мотивированность лексических единиц. Качественные и количественные характеристики : монография / Т.Р. Кияк. – Львов : Высшая школа, 1988. – 162 с. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности / Е.С. Кубрякова. – 2-е изд. – М. : URSS, 2008. – 156 с. Скороходько Е.Ф. Термін у науковому тексті (до створення термінотвірної теорії наукового дискурсу) : монография / Е.Ф. Скороходько. – К. : Логос, 2006. – 98 с. Стернин И.А. Проблемы анализа структуры значения слова. - Воронеж, 1979. -156 с. 4. Бурычок А. Формування спільного фонду суспільно-політичної лексики східно - слов'янських мов. – К. Наукова думка 1983 -247с. Холяк І.В. Суспільно-політична лексика у пресі 90-х років ХХ ст. (семантико функціональний аналіз) Дис. ... к-та филол. наук. Кіровоград. 2004 – 229с. Зацний Ю. А., Бутков В.Н. Новая общественно- политическая лексика и фразеология английского языка. – Запорожье. ЗТУ.2000 – 200с. Hirsch Jr. E. D. Cultural Literacy (What every America Needs to Know). – Boston: Houghton Mifflin Company, 1989. – 251 p. NTC's MASS MEDIA Dictionary by R.Terry Ellmore. National Textbook Company. N.Y. 1992 -500p. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Albert Sidney Hornby. – Oxford : Oxford Press, 2001. – 792 p.