

---

---

# ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ ТА ДИСКУРСУ

Отримано: 23 березня 2023 р.

Прорецензовано: 10 квітня 2023 р.

Прийнято до друку: 15 квітня 2023 р.

e-mail: solomiia.m.albota@lpnu.ua,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3548-1919>

e-mail: olesia.v.saban@lpnu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2343-3135>

DOI: 10.25264/2519-2558-2023-17(85)-33-38

Альбота С. М., Сабан О. В. Лінгвістичні особливості явища COVID-19 у соціальних мережах. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 33–38.

---

УДК: 81'42+81'37+81'27

**Альбота Соломія Миколаївна,**  
кандидат філологічних наук, доцент,  
Національний університет «Львівська політехніка»  
**Сабан Олеся Василівна,**  
викладач,  
Національний університет «Львівська політехніка»

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЯВИЩА COVID-19 У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У статті розглянуто неологізми та медичні терміни, пов'язані з COVID-19, який має відбиток на практично всі елементи життя, зокрема на соціальні та мовні сфери. Очевидно, що пандемія COVID-19 вплинула на мовленнєву та комунікативну поведінку людей у суспільстві. Це призвело до впровадження нової термінології, включаючи спеціалізовану мову та скорочення, які дозволяють людям чіткіше формулювати свої емоції та ідеї. Ці терміни набули значної популярності на платформах соціальних мереж і тепер є звичними в онлайн-спілкуванні, що свідчить про те, що спільнота прийняла ці нові слова та активно вводить їх у свій словниковий запас у відповідь на пандемію. Поява нових слів під час COVID-19 є одним із явищ зміни мови. У статті представлено нові слова, утворені під час COVID-19, досліджено їх значення та вплив, який вони мають на соціальне життя людини. У цій науковій розвідці застосовано дискурс-аналіз з використанням підходу описового якісного дослідження. Нові англійські терміни були зібрані з дописів і текстів новин у соціальних мережах Twitter та Facebook. Встановлено, що семантичні особливості кожного терміна, пов'язаного з COVID-19, можуть надати чіткий опис загального значення кожного слова. Крім того, семантичні ознаки служили для пошуку подібних термінів за значенням, які були згруповані в одне семантичне поле, водночас розрізняючи значення одного терміна від іншого в одному семантичному полі.

**Ключові слова:** COVID-19, дискурс аналіз, соцмережі, терміни, неологізми, вірус, семантичні особливості, словотвір.

**Solomiia Albota,**  
PhD in Philology, Associate Professor,  
Lviv Polytechnic National University  
**Olesya Saban,**  
Lecturer,  
Lviv Polytechnic National University

## LINGUISTIC FEATURES OF COVID-19 PHENOMENON WITHIN SOCIAL NETWORKS

The paper focuses on neologisms and medical terms related to COVID-19, which affects almost all elements of life, including social and linguistic spheres. Evidently, the COVID-19 pandemic has affected the speech and communication behavior of people in society. This has resulted in the introduction of novel terminology, including specialized language and abbreviations, that allow individuals to articulate their emotions and ideas. These terms have gained significant popularity on social media platforms and are now commonplace in online communication, indicating that the community has embraced these new words and is actively incorporating them into their vocabulary in response to the pandemic. The emergence of new words during COVID-19 is one of the phenomena of language change. New words formed during COVID-19 have been presented in this article. Their meaning and the impact they have on a person's social life have been explored. Discourse analysis using the descriptive qualitative research approach has been applied in this research. The new English terms have been singled out from posts and news articles related to COVID on social networks Twitter and Facebook. It has been found that the semantic features of each term related to COVID-19 can provide a clear description of the general meaning of each word. In addition, semantic features have been used to find similar terms in meaning that have been grouped into one semantic field, while distinguishing the meaning of one term from another in the same semantic field.

**Keywords:** COVID-19, discourse analysis, social networks, terms, neologisms, virus, semantic features, word formation.

**Постановка проблеми.** COVID-19 – це серйозна епідемія двадцять першого століття, яка пов'язана з нинішньою глобальною кризою. З початком цієї пандемії з'явилося безліч лінгвістичних ресурсів, у тому числі слів, які використовувалися як теги для опису хворіб, і пов'язаної з ними термінології. Цей зв'язок висунув на перший план великий і заплутаний словниковий запас, незнайомий і незрозумілий пересічному користувачу мови. Нові англійські слова та терміни, пов'язані з COVID-19, з'явилися в соціальних мережах, статтях, новинах, книгах тощо. Ці нові слова є частиною елементів, завдяки яким мова живе, а не вмирає, і вони допомагають показати продуктивну морфологію мови. **Актуальність** дослідження обумовлена тим, що в останні роки лексика соціальних мереж невід'ємно пов'язана з актуальними суспільними подіями, що можна пояснити активною соціальною взаємодією між людьми та великою кількістю термінів, які щоденно входять у наш лексикон. Соціальні мережі є ключовим джерелом лінгвістичного відображення поточних подій у світі. **Метою** дослідження є системний аналіз медичних термінів та неологізмів, що з'явилися внаслідок спалаху коронавірусної хвороби. **Об'єктом** дослідження є ковід-орієнтована лексика в сучасних соціальних мережах, а саме Twitter та Facebook. **Предметом** дослідження є особливості словникового складу та тенденції словотвору COVID-слів. Мета роботи окреслює такі **завдання** дослідження: визначити поняття термінів і неологізмів, їх види та місце в дискусіях у соціальних мережах; проаналізувати теоретичні джерела щодо термінології та новослів, а також соціальні мережі; встановити основні види COVID-неологізмів та джерела медичної термінології в соціальних мережах. **Методи**, використані в дослідженні, охоплюють контрастний аналіз, порівняльний аналіз, компонентний аналіз, контекстний аналіз і використання словникових визначень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Для багатьох людей і організацій вміст соціальних медіа революціонував спосіб спілкування та обміну інформацією. Обсяг, різноманітність, швидкість, правдивість і цінність описують особливості цього вмісту (до якого входять блоги, форуми, огляди та численні сайти соціальних мереж). Через характер взаємодії в соціальних мережах, які публікують в режимі реального часу, їх складніше обробляти, ніж традиційні тексти. Тексти є неструктуровані, представлені в різних форматах і написані різними мовами та стилями різними людьми. На сайтах соціальних мереж, таких як Facebook і Twitter, друкарські помилки є повсюдним явищем, тоді як чат і сленг у групі стали більш поширеними. Крім того, більшість текстів у соціальних мережах – це короткі розмовні дописи або коментарі з недостатньою інформацією для техніки обробки природної мови (НЛП). Їх часто доповнюють нелінгвістичними контекстними даними, такими як метадані про соціальну мережу кожного користувача та взаємодію з іншими користувачами. Ці взаємодії зазвичай називають асинхронними, оскільки потік розмов не завжди є послідовним і користувачі можуть публікувати (і, отже, відповідати) у різний час. Використання такого типу контекстних даних і метаданих для компенсації відсутності інформації в самих текстах може бути корисним. Автоматичний аналіз контенту соціальних мереж є складним дослідницьким завданням через велику кількість контекстної інформації. Звісно, використання типових алгоритмів інтелектуального аналізу тексту є явно неоптимальним, оскільки воно ігнорує як інтерактивний компонент, так і унікальний характер цих даних, які мають властивості, спільні як з усною, так і з письмовою мовою. Більшість досліджень НЛП у соціальних мережах зосереджується на змістовній обробці лінгвістичних даних, такі як виявлення нових значень слів або багатослівних виразів, або семантичний аналіз (вилучення думок, виявлення іронії, виявлення подій і тем, визначення геолокації) (Ковалевська, 2014). Інші дослідження розглядають, як матеріал взаємодії з екстралінгвістичними чи позатекстовими елементами, виявляючи, що змішування мовних даних із мережевим та/або користувачьким контекстом покращує продуктивність порівняно з базовою лінією, яка використовує лише текст. Профілі користувачів, такі як вік, стать і місцезнаходження, можна використовувати для покращення виявлення суб'єктивності (включаючи настрої та емоції) (Кондратенко, 2004), прогнозування голосування тощо. Крім того, контекстуальні обмеження, такі як інформація зі структури розмови (наприклад, посилання між попередніми публікаціями) або цінні зовнішні джерела, можуть бути використані для кращого вияву почуттів або образного прочитання висловлювання. Як у соціальних відносинах, соціальна мережа може дозволити користувачам розподілятися на різні групи на основі предметної області або поглядів, які вони поділяють (Мазуренко & Штовба, 2015).

Можна помітити, що існує широкий спектр медичних термінів у різних мовах, які супроводжуються новими тематичними словами. Дослідниця С. Жаботинська (Zhabotyńska, 2020) розглядає COVID-19 як наративний мультимедійний концепт, створений у дискурсі. Лінгвістичне дослідження COVID-19 починається з його назви. З поширенням COVID-19 медіа заповнили відповідні медичні терміни. У відповідь на слова президента США, який намагався заклеїти походження хвороби, називаючи її «китайським вірусом», ВОЗ дала хворобі технічну назву «COVID-19». Термін увібрав усі денотативні та конотативні значення, включаючи ті, які раніше носили такі терміни, як «вірус Ухань», «чужий вірус» або «таємнича хвороба легенів» (Махачашвілі & Білик, 2019). Необхідність інтернаціоналізації термінології та, водночас, запровадження більш практичного терміну призвела до реорганізації морфологічних компонентів коду 2019nCoV, у результаті чого виник COVID-19, де елементи «CO» та «VI» незмінно вказують на перші склади «корона» (лат. *corōna* «корона, вінок») і «вірус» (лат. *vīrus*), тоді як літера D є ініціалом слова «хвороба». Новий код слід читати як «коронавірусна хвороба дев'ятнадцять», таким чином забезпечуючи не що інше, як загальну вказівку на біологічний агент, що викликає хворобу, і не вказуючи на її патогенний потенціал. Етимологічно та неологічно нейтральна назва COVID-19 виглядає не менш технічною, ніж попередня 2019-nCoV, у будь-якому випадку, це вже не багатоетапна композиція, яка могла б добре функціонувати в письмовій та спеціалізованій мові, але було б складно та неекономно реалізувати в мовленні. Конструкція COVID-19 – це літерно-цифровий неологізм, який легко вимовляти та використовувати як концептуалізований вираз.

Основа нових лексичних одиниць у будь-якій мові становлять терміни, оскільки перед людством постійно постає проблема позначення того чи іншого поняття чи явища. Питання, пов'язані з вивченням термінології, завжди були в центрі уваги вчених. Цю лінгвістичну одиницю всебічно проаналізовано в працях В. Даниленка, Т. Панько, Т. Кияк та ін. Термін – це слово або словосполучення, прийняте у конкретній професійній галузі та вживане за особливих умов. Термін є членом певної терміносистеми, пов'язаної з тією чи іншою галуззю науки, техніки, виробництва. Понятійний зміст терміна визначається його місцем у терміносистемі. Саме співвіднесеність із науковим поняттям Т. Кияк вважає головною ознакою, що відрізняє термін від загальноживаного слова: «Терміни позначають глибокі наукові поняття на відміну від загальноживаних слів, що позначають повсякденні, примітивні поняття» (Кияк, 2007). Термінологію в цьому контексті аналізують в рамках системи, до якої вона частково включена, тобто в межах словникового складу мови науки. Оскільки основну

частину мовного фонду становить спеціальна лексика, цілком природним є те, що лінгвісти надають особливого значення вивченню структурно-семантичних особливостей термінів.

Ми живемо у світі, що швидко змінюється. Ці зміни впливають і на мову. У нашому побуті та повсякденному вживанні мови з'являються нові слова (або неологізми). Але коли необхідно визначити, які слова можна вважати новими, а які ні, виникає проблема. Проблема полягає у відносності поняття новизни, оскільки це залежить від того, який період береться до уваги, як довго слово має статус нового тощо. Український філолог, професор М. Мостовий констатує, що «не існує чітких критеріїв визначення неологізму як мовного явища» (Мостовий, 1993). У результаті ми стикаємося з певною двозначністю на самому початку дослідження неологізму. Після створення неологізми неодмінно проходять ретельну перевірку з боку громадськості та лінгвістів, щоб визначити їх придатність до мови.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Після всесвітньої пандемії, спричиненої коронавірусною хворобою 2019 року, також відомою як коронавірус або COVID-19 (у нашій статті ми використовуємо ці терміни як синоніми), випуски новин з усього світу були наповнені інформацією про стан здоров'я людей у країнах по всьому світу, про кількість заражень, кількість загиблих і кількість пацієнтів, які виликувались. Ці репортажі рясніють медичною термінологією. Тому ми аналізуємо взаємодію (тобто залучення), яку користувачі мають із темами COVID-19 на кожній соціальній платформі. У верхній частині Рис. 1 показано залучення користувачів до теми COVID-19. Незважаючи на відмінності між соціальними мережами, ми спостерігаємо, що всі вони демонструють досить подібний розподіл активності користувачів, який характеризується на графіку довгим хвостом. Це означає, що користувачі поведуться однаково в тому, що стосується динаміки реакцій і споживання контенту. Очевидним є те, що взаємодія користувачів із контентом про COVID-19 привертає увагу, подібну до будь-якої іншої теми. Найбільший обсяг взаємодії з точки зору дописів і коментарів можна спостерігати на основних платформах, таких як YouTube і Twitter. Однак, щоб передати повідомлення у більш привабливий спосіб, засоби масової інформації почали формувати особливий тип дискурсу, який характеризується «зручними» позначеннями явищ, пов'язаними із COVID-19, зокрема метафорами та неологізмами, а також значними гумористичними інтерпретаціями проблеми різними мовами та соціокультурами. Оскільки з'являється більше неологізмів, популяризуються медичні терміни та зростає кількість метафор, лінгвістичний аспект проблеми набуває все більшого значення для лінгвістів.

Оскільки пандемія COVID-19 вирує у всьому світі, а цінність новин зростає, український медіа-сектор нашоветується на виклики та можливості. З одного боку, частка друкованих ЗМІ досягає свого мінімуму, а діджиталізація – єдиний, хоча й не збитковий, спосіб процвітати під час карантину. Урядові та офіційні Інтернет-, теле- та радіоджерела, як правило, встигають відновити популярність. Опитування Інституту масової інформації, проведене в Україні в березні 2020 року (25% новин... 2020), показало, що для пошуку та цитування COVID-інформації найчастіше використовувалися сайти офіційних органів влади та державних обранців, а також новини. Президент В. Зеленський звернувся з закликами до кожного громадянина і кожного лікаря виявляти готовність діяти разом і підтримувати один одного. Примітно, що 4% новин про коронавірус містили ознаки проплачених сюжетів у рекламі бізнесменів, політиків, громадських діячів (39% спікерів... 2020). Крім того, українські ЗМІ, схоже, успішно засвоїли нові способи залучення людей через соціальні мережі та месенджери, які не лише дублюють офіційні сайти, але й дозволяють вільну від цензури інформацію та твердження. З іншого боку, ЗМІ отримали шанс виправдатися.

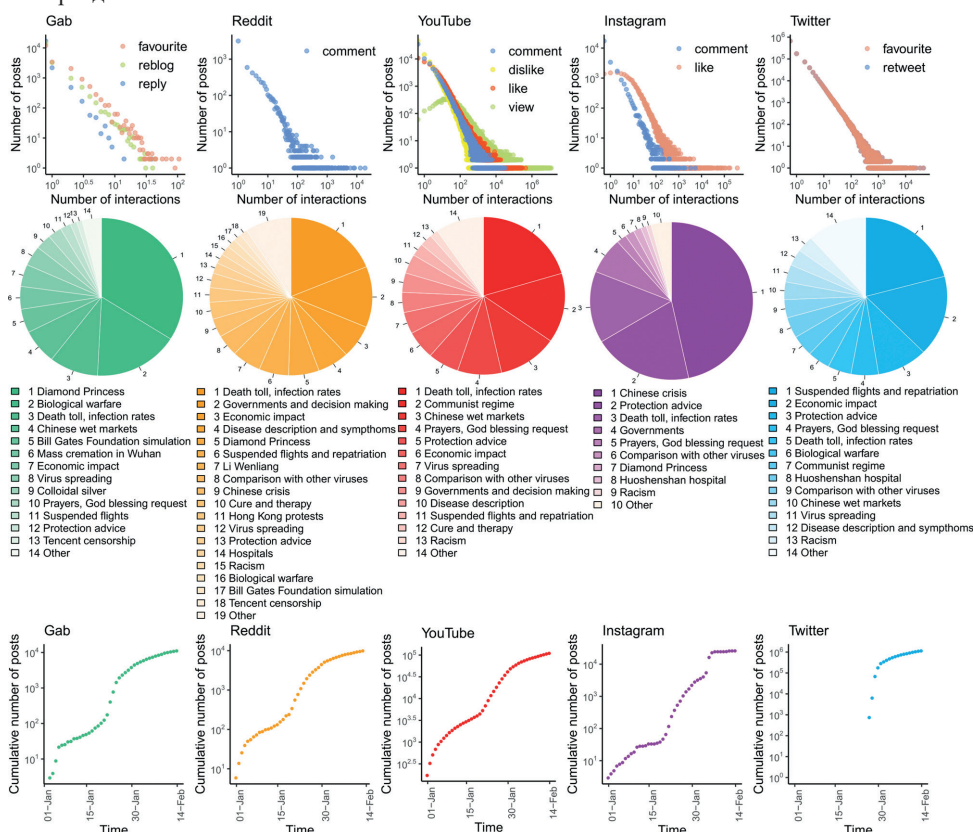


Рис. 1. Залучення користувачів у різних соціальних мережах до теми COVID-19



У нашому дослідженні ми плануємо детальніше розглянути деякі медичні терміни, представлені в соціальних мережах, пов'язані з COVID-19. Одним з найпоширеніших є аносмія. Це втрата нюху. Існує багато причин, чому це може статися, включаючи пошкодження нерва, який допомагає вам відчувати запахи, пошкодження носа чи пазух або вірусну інфекцію дихальної системи. Аносмія є відомим симптомом COVID-19. Іншим симптомом COVID-19 є дисгевзія. Це зміна або втрата відчуття смаку, яка може бути побічним ефектом певних ліків (наприклад, хіміотерапії) чи результатом вірусної інфекції. Також, показовим прикладом є використання терміну «задишка» в офіційній інформації Міністерства охорони здоров'я Італії для опису одного з основних симптомів COVID-19, а саме «утруднене дихання», або «задуха». У цьому відношенні мова медіа-повідомлення була лише спрощена приблизно в середині березня 2020 року. Погляд на те, як ця мова розвивалася, може виявитися цінним для визначення загальних комунікаційних тенденцій, які є важливими для боротьби з коронавірусом, головним чином негативних наслідків інфекції.

Процес пошуку в соціальних мережах має щось спільне з типом лінгвістичного аналізу, а саме семантичного. Є. Найда (Nida & Taber, 2004) стверджував, що лінгвістичне значення слова виникає з контрастів і суттєвих відмінностей з іншими словами. Контраст у значеннях слів пояснюється розбіжністю семантичних ознак. Відповідно до теорії семантичного поля, лексеми можна класифікувати відповідно до спільних і диференціальних ознак. Семантичні ознаки пояснюють, як члени множини пов'язані один з одним і можуть бути використані для диференціації їх один від одного. Визначення таких ознак було названо компонентним аналізом (Рудика, 2016). У наведеній нижче таблиці (Рис. 2) терміни, пов'язані з COVID-19, які були розбиті на загальні та відмінні компоненти, будуть розподілені за категоріями, якщо мають кілька подібних компонентів. Терміни можуть мати ряд загальних компонентів, але те, що відрізняє їх один від одного, це їхні відмінні компоненти. Відмінні компоненти – це те, що робить один термін відмінним від інших подібних термінів. Важливо бачити та розуміти відмінні компоненти подібних термінів, тому що може виникнути помилка, якщо ми вважаємо, що всі терміни однакові. Що стосується компонентного значення термінів, пов'язаних з COVID-19, це розглядається як можливість для неспеціалістів краще зрозуміти ці досить нові терміни, які зараз багато використовуються в ЗМІ.

No	Covid-19 Related Terms	Semantic Features
1	Coronavirus	[+infectious] [+RNA] [+protein spike] [+parasite]
2	Disease	[+signs] [+illness] [+disorder]
3	Symptoms	[+disease] [+signs] [+evidence] [+disturbance] [+indication]
4	Virus	[+infectious] [+protein coat] [+parasite]
5	Pathogen	[+bacteria] [+virus]
6	Incubation Period	[+disease] [+infection] [+pathogen] [+symptoms] [+time]
7	Respiratory	[+body] [+movement] [+breathing] [+oxygen] [+lungs]
8	Infection	[+bacteria] [+virus] [+establishment]

Рис. 2 Компонентний аналіз термінів, пов'язаних з COVID-19

З поширенням COVID-19 з'явилося багато нових слів. Деякі з них є одноразовими словами (слова для конкретного випадку), утвореними шляхом змішування або з'єднання з ситуативним контекстом, типовим для журналістської мови (Казимір, 2022), а також для гіпертекстуальної Інтернет-реальності (Мірошниченко, 2019). Це нові англійські слова, створені під час COVID-19, зібрані з дописів, новин і статей у соціальних мережах **Facebook** (*COVID-19, Instaclass, WFH, New Normal, Self-Quarantine, Coronials, Zooming, Zoom-Bombing, Covideo Party, Coronacation, Rona, DoomScrolling*, тощо) та **Twitter** (*COVID-19, Covidiot, Covidient, Rona/The Rona, Self-Quarantine, WFH, Blursday, Quaranteam, Covexit, New Normal, Morona, Instaclass, Coronials, Zooming, Zoom-Bombing, Covideo Party, Doom-Scrolling, Coronacation*, тощо). Деякі з цих слів є формальними, а деякі – неформальними. Ці слова були створені тому, що раніше жоден термін не стосувався об'єкта. Нижче наведено значення низки англійських слів, утворених під час COVID-19: 1) *COVID-19* – це термін для інфекційної хвороби, спричиненої типом коронавірусу, який був нещодавно відкритий і наразі є пандемією, що поширюється в усьому світі; 2) *Covidiot* – (комбінація COVID-19 і Idiot) людина, яка проігнорувала попередження про здоров'я та безпеку чи вкавічки щодо коронавірусу; 3) *Covidient* (комбінація Coronavirus і obedient), що є протилежним до covidiot, для позначення особи, яка дотримується урядових заходів безпеки проти коронавірусу; 4) *Self-Quarantine* – практика охорони здоров'я, яка використовується для захисту населення шляхом запобігання контакту з людьми, які мають або можуть мати інфекційні захворювання; 5) *WFH* означає роботу з дому; 6) *Blursday* – невизначений день (під час пандемії навчання та робота – вдома, тому, застрявши вдома надовго, люди не мають уявлення, який сьогодні день); 7) *Quaranteam* (комбінація Quarantine і Team) – люди, з якими ви вирішили жити під час карантину через коронавірус; 8) *Covexit* (комбінація COVID-19 і Exit) – це стратегія виходу з карантину; 9) *Coronacation* (поєднання Coronavirus та Vacation) – відпустка чи канікули під час пандемії коронавірусу, які міленіали ще називають коронацією; 10) *Instaclass* (поєднання Instagram і Class) – йдеться про заняття в Instagram; 11) *Coronials* (поєднання Coronavirus і Millennials). Цей термін використовується для дітей, які були зачаті під час пандемії COVID-19. Тож нове покоління, яке народиться, буде короноване як Короніали; 12) *Zoom-Bombing* означає викрадення відеодзвінка Zoom (під час проведення онлайн-зустрічей або занять на платформі Zoom іноді непрохані гості приєднуються до зустрічі та заважають або зривають зустріч, демонструючи зображення або вигукуючи слова, які є непристойними, грубими чи образливими); 13) *Covideo Party* (онлайн-вечірка за допомогою відеодзвінка). Нижче наведено процес словотворення нових слів, створених під час пандемії COVID-19 (Рис. 3).

New word	Word-formation	Description
COVID-19	Acronym	Coronavirus Disease 2019
Covidiot	Blending	Covid + Idiot
Covidient	Blending	Covid + Obedient
Rona/ The Rona	Clipping	Corona
Self-quarantine	Compounding	Self + Quarantine
Iso	Clipping	Self-Isolation
WFH	Acronym	Work From Home
Coronacation	Blending	Corona + Vacation
Coronials	(Multiple Processes) Blending + Affixation	Corona + Millennial + s
Zooming	Affixation	Zoom + Ing
Doom-scrolling	(Multiple Processes) Compounding+ Affixation	Doom + Scroll + Ing

Рис. 3 Словотвір нових слів під час COVID-19

Виходячи з правил словотвору, складовою частиною слова може бути початок, середина і кінець слова. Крім змішаних слів, у цьому дослідженні знайдено два уривчасті слова: «Rona», що скорочено від «Corona», і «Iso», яке скорочено від «Self Isolation». Ці два слова є результатом процесу вирізання, який відомий у деяких частинах світу завдяки популярності слова «Корона» або «Коронавірус». Носії австралійської англійської часто використовують «Rona» замість corona, як можна сказати: я перебуваю в iso (самоізоляції) через rona (Kim et al., 2020). Цікаво, що відсікання зазвичай використовується для частих слів порівняно з менш частими словами. Під час пандемії COVID-19 люди почали скорочувати слова в повсякденному спілкуванні, оскільки користувачі мови дотримуються принципу найменших зусиль.

**Висновки.** Дослідження присвячене вивченню термінів і неологізмів, які є частиною лексики, пов'язаної з COVID, що використовується в соціальних мережах. Його результати показують, що пандемія COVID-19 спричинила зміни як в людській мові, так і в соціальному житті. Поява нових слів, таких як спеціальні терміни та аббревіатури, допомагає виражати почуття та думки людей. Можна чітко простежити, що ці слова дуже популярні в соціальних мережах і використовуються у повсякденному онлайн-спілкуванні. Усе це свідчить про те, що ці слова були прийняті спільнотою. Оскільки це дослідження зосереджено на мовних змінах, його результати сприяють розвитку мови та лінгвістики, пов'язаної з темою неологізмів і нових англійських слів, створених під час пандемії COVID-19. Крім того, результати також сприятимуть вивченню нових англійських термінів, які складаються з префіксів і суфіксів, і допомагають вказати процеси словотворення, включаючи змішування, вирізання, аббревіатуру, складення та інші. Незважаючи на те, що в цьому дослідженні знайдено багато нових слів, необхідно провести **подальші дослідження**, щоб отримати більше нових уявлень про ситуації з COVID-19 з іншими даними та іншими методами дослідження. Як і в усіх дослідженнях, це також має певні недоліки та обмеження. Деякі з недоліків полягають у тому, що глобальні дані Twitter і Facebook надходять різними мовами, тому методології багатомовного аналізу все ще знаходяться в розробці. Наше дослідження було зосереджено на дописах, написаних англійською мовою. Аналіз даних Twitter і Facebook за тривалий період часу є затратним з точки зору обчислень, оскільки дописи за певний день можуть мати кілька сотень гігабайт. Результати дослідження опиралися на дані за обмежений період часу. **Подальша робота** може бути спрямована на пряму трансляцію протягом більш тривалого періоду або використання історичних даних протягом більш тривалого періоду. Однак ці обмеження не роблять результати недійсними. Підсумовуючи, варто зазначити, що медіатизація пандемії COVID-19 у різних національних виданнях здійснила суттєвий вплив на колективну ментальність людей різних націй і внесла в мову безліч нових словникових одиниць. Вони демонструють як спільні загальні тенденції, так і національну специфіку, що свідчить не лише про серйозну, а й про жартівливу тональність проаналізованих висловлювань.

#### Література:

1. Казимір І. С. Категорія контекстуальної синонімії у світлі теорії концептуально-метафоричної інтеграції (на матеріалі газетних статей). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022. № 54. С. 50–54.
2. Кияк Т. Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах. *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 32. С. 104–108.
3. Ковалевська Т. Ю. Актуальні напрями дослідження вербального впливу. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. № 3. С. 110–117.
4. Кондратенко Н. Організація семантичного поля тексту: текстовий та інтерпретаційний зміст. *Мова, Текст, Культура*. 2004. № 6.
5. Мазуренко В. В., Штовба С. Д. Огляд моделей аналізу соціальних мереж. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2015. № 2. С. 62–74.
6. Махачашвілі Р. К., Білик К. М. Корпусне дослідження текстів рубрики «надзвичайні новини» у французькій, англійській та українській мовах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. Т. 4, № 43. С. 151–154.
7. Мірошниченко І. Г. Стилий текст у мас-медійному дискурсі україномовного сегменту інтернет-мережі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. 2019. № 5 (73). С. 46–49. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/2232> (дата звернення: 20.03.2023).
8. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови. Підручник для студентів факультетів іноземної мови. Харків: Основа, 1993. 256 с.
9. Рудика Н. С. Метод компонентного аналізу в зіставних дослідженнях. *Magisterium*. 2016. № 62: Мовознавчі студії. С. 74–76.
10. Identification of Coronavirus Isolated from a Patient in Korea with COVID-19 / J. M. Kim et al. *Osong Public Health Res Perspect*. 2020. No. 11(1). P. 3–7.
11. Nida E. A., Taber C. R. The theory and practice of translation. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004.

12. Zhabotynska S. The narrative multimedia concept: an algorithm for the analysis (internet-memes about COVID-19). *Cognition, Communication, Discourse. Series "Philology"*. 2020. No. 20. P. 92–117.

#### References:

1. Kazymir, I. S. (2022). Katehoriia kontekstualnoi synonymii u svitli teorii kontseptualno-metaforychnoi intehtatsii (na materialii hazetnykh statei) [The category of contextual synonymy in the light of the theory of conceptual and metaphorical integration (based on newspaper articles)]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*. [Scientific Journal of International Humanitarian University. Philology], (54), 50–54.
2. Kim, J. M., Chung, Y. S., Jo, H. J., Lee, N. J., Kim, M. S., Woo, S. H., Park, S., Kim, J. W., Kim, H. M., & Han, M. G. (2020). Identification of Coronavirus Isolated from a Patient in Korea with COVID-19. *Osong Public Health Res Perspect*, (11(1)), 3–7.
3. Kondratenko, N. (2004). Orhanizatsiia semantychnoho polia tekstu: Tekstovi ta interpretatsiinyi zmist [Organization of the semantic field of the text: Textual and interpretive content]. *Mova, Tekst, Kultura* [Language, Text, Culture], (6).
4. Kovalevska, T. Yu. (2014). Aktualni napriamy doslidzhennia verbalnogo vplyvu [Modern areas of research on verbal influence]. *Odeskyi lnhvistychnyi visnyk* [Odesa Linguistic Journal], (3), 110–117.
5. Kyiak, T. R. (2007). Funktsii ta pereklad terminiv u fakhovykh tekstakh [Functions and translation of terms in professional texts]. *VISNYK Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka* [Journal of Zhytomyr Ivan Franko State University], (32), 104–108.
6. Makhachashvili, R. K., & Bilyk, K. M. (2019). Korpusne doslidzhennia tekstiv rubryky «nadzvychaini novyny» u frantsuzkii, anhliiskii ta ukrainskii movakh [Corpus research of the texts of the "extreme news" section in French, English, and Ukrainian languages.]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia* [Scientific Journal of International Humanitarian University. Philology], 4(43), 151–154.
7. Mazurenko, V. V., & Shtovba, S. D. (2015). Ohliad modelei analizu sotsialnykh merezh [An overview of social network analysis models.]. *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu* [Journal of Vinnytsia Polytechnic Institute], (2), 62–74.
8. Miroshnychenko, I. H. (2019). Styslyi tekst u mas-mediinomu diskursi ukrainomovnoho sehmentu internet-merezhi [Concise text in the mass media discourse of the Ukrainian-language segment of the Internet]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»: Seriia «Filolohiia»* [Scientific notes of the National University of Ostroh Academy], (5 (73)), 46–49. <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/2232>
9. Mostovyi, M. I. (1993). *Leksykologhiia anhliiskoi movy* [Lexicology of the English language.]. *Pidruchnyk dia studentiv fakultetiv inozemnoi movy. Osnova* [Textbook for students of foreign language faculties. The fundamentals].
10. Nida, E. A., & Taber, C. R. (2004). *The theory and practice of translation*. Shanghai Foreign Language Education Press.
11. Rudyka, N. S. (2016). *Metod komponentnoho analizu v zistavnykh doslidzhenniakh* [Method of component analysis in comparative studies]. *Mahisterium*, (62 : Movoznavchi studii [Linguistic studies]), 74–76.
12. Zhabotynska, S. (2020). The narrative multimedia concept: An algorithm for the analysis (internet memes about COVID-19). *Cognition, Communication, Discourse. Series "Philology"*, (20), 92–117.