

СТИЛІСТИЧНО МАРКОВАНІ ЛЕКСИЧНІ НЕОЛОГІЗМИ В ДИСКУРСІ ЗМІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

У статті проведено лінгвістичний аналіз стилістично маркованих неологізмів дискурсу ЗМІ початку ХХІ століття, не зафіксованих найбільшими українськими тлумачними лексиконами. Матеріалом для дослідження слугували стилістично забарвлені утворення початку нового тисячоліття (понад 150 слів). З'ясовано основні причини інтенсифікації творення і вживання таких одиниць у дискурсі сучасних мас-медіа, уведено до наукового обігу конотативні неологізми з різних видів, жанрів і текстів сучасної публіцистики, визначено їх групи, проведено аналіз деяких особливостей використання названих слів.

Ключові слова: стилістично марковані неологізми, дискурс, ЗМІ, мас-медіа, чинник.

Styshov O. A. Stylistically Marked Lexical Neologisms in the Media Discourse at the Beginning of the XXIst Century. *The beginning of the second millennium is characterized by significant changes both in Ukraine and in the world that considerably affect the development of the Ukrainian language, mainly its lexical level, which is developing most dynamically. The linguistic practice of mass media discourse particularly stands out among other types of discourses with active production of new words and their communication to a wide audience. Among the extensive corpus of neologisms, the stylistically marked lexical units occupy an important place, whose study has always been and remains one of key issues of linguistics.*

The article focuses on the linguistic analysis of stylistically marked neologisms of media discourse typical of the beginning of the XXI century, which are not registered in Ukrainian explanatory dictionaries. Thus, stylistically colored formations that came into use at the beginning of the new millennium (over 150 words) served as the material of our research.

In the paper, the author presents his own understanding of the notion "the neologisms' stylistic marking" as well as singles out the main extra- and intralingual factors that contribute to active emergence and intensive use of such units in the discourse of modern mass media. The author also performs a detailed analysis of both positively- and negatively-evaluative neologisms and defines the reasons and scopes of their usage. The paper shows the prevalence of colloquial units and neologisms introduced by authors; reveals motives and grounds that cause this phenomenon as well as generalizes the genres in whose texts the analyzed units function most actively.

Consequently, stylistically marked lexical neologisms are characterized by active emergence and functioning in the mass media discourse at the beginning of the XXI century as a result of interaction of a number of extra- and intralingual factors.

The results of the carried out research give every reason to speak about prospects of further studies of various types of stylistically marked lexical units, in particular within the framework of word-building and cognitive aspects, as well as of carrying out comparative research in both closely and distantly related languages.

Key words: stylistically marked neologisms, discourse, mass media, mass media, factor.

У сучасну інформаційну добу зміни, що відбуваються як в Україні, так і у світі, істотно впливають на розвиток української мови. Як і раніше, найдинамічніше розвивається її лексичний рівень (або підсистема). Передусім це стосується дискурсу ЗМІ, який є особливо дієвим у продукуванні та донесенні до широкої аудиторії читачів, глядачів і слухачів усе нових і нових номінацій для позначення інноваційних понять, реалій, явищ, ознак, дій та процесів, тобто збагаченні словникового складу української мови початку

XXI століття. З-поміж значного корпусу неологічних назв важливе місце посідають стилістично марковані лексичні одиниці, вивчення яких було й залишається важливою проблемою лінгвістики. Про це свого часу слушно писав Ю. Шевельов: «... в систему сучасної української літературної мови завжди входить і оцінка певних фактів мови в їх динаміці – чи то як застарілих, чи то як нових» [10, с. 5]. Також схожої думки дотримуються і сучасні вчені: «Увагу дослідників мовної динаміки передусім привертають зміни в номінаційному корпусі мови і це цілком очікувано. Саме він становить той складник системи мови, який найоперативніше «реагує» на зміни в суспільному житті, на соціодинаміку, виявляє лінгводинаміку як спектри нових чи змінених (оновлених) номінаційних одиниць різного походження, формально-семантичної будови, з різними функціонально-стильовими і стилістичними (комунікативно-прагматичними) характеристиками» [2, с. 7-8].

Універсально природа стилістичної маркованості сприяє віднесенню її до основних і важливих мовних категорій, що й пояснює істотне зацікавлення нею багатьох українських і зарубіжних лінгвістів у різних ракурсах (Л. Лисиченко, С. Єрмоленко, В. Чабаненко, Л. Мацько, О. Пономарів, О. Тараненко, В. Кононенко, А. Мойсієнко, Н. Бойко, Т. Космеда, Н. Бабич, Ю. Арешенков, В. Нагель, Б. Коваленко, В. Виноградов, О. Ахманова, Т. Винокур, В. Гак, В. Телія, М. Кожина, Н. Арутюнова, О. Вольф, Н. Лук'янова та ін.). Однак, як засвідчує зібраний нами фактичний матеріал, нові стилістично забарвлені одиниці на початку XXI століття потребують більш ґрунтовного аналізу, комплексних праць, оскільки їх кількість у дискурсі мас-медіа неухильно зростає й урізноманітнюється, збагачуючи емоційно-експресивні, оцінні та образні засоби загальнонародної української мови. Тому вважаємо: ця тематика залишається досить важливою, що й визначає актуальність цієї статті. До того ж, нові стилістично марковані слова потребують фіксування, належної інтерпретації і лексикографічного опрацювання.

Мета дослідження – лінгвістичний аналіз стилістично маркованих неологізмів дискурсу ЗМІ, не зафіксованих найбільшими українськими тлумачними словниками.

Стаття має такі завдання: обґрунтувати своє розуміння поняття *стилістична маркованість неологізмів*, з'ясувати основні причини інтенсифікації творення і вживання таких одиниць у дискурсі мас-медіа на початку XXI століття, увести до наукового обігу нові лексичні одиниці з різних видів, жанрів і текстів сучасної публіцистики, провести аналіз деяких особливостей використання названих слів.

Фактичним матеріалом для дослідження слугували стилістично марковані неологізми початку нового тисячоліття (понад 150 слів), вибрані і задокументовані нами здебільшого з дискурсу українськомовних ЗМІ (газет, журналів, програм і передач радіо й телебачення).

У цій статті під *стилістичною маркованістю* неологізмів розуміємо наявність у словах додаткової конотативної інформації емоційного, експресивного, оцінного, образного чи стильового характеру, яка поки що є

оказіональною, але залежно від настанови автора може надавати інформації різних відтінків – урочистості, патетики, піднесеності, задушевності, фамільярності, жартівливості, комізму, гумору, іронічності, згрубілості, зневаги, осуду, агресивності та ін.

Зібраний нами фактичний матеріал і словники неологізмів [3; 4; 5; 6; 1; 7; 9] засвідчують, що порівняно з попередніми періодами розвитку словникового складу дискурсу мас-медіа, часовий зріз початку XXI століття характеризується інтенсифікацією, тобто істотним зростанням і поступовим закріпленням у мові значного корпусу нової стилістично маркованої лексики. Це також є переконливим свідченням того, що словниковий склад сучасної української мови вільно й інтенсивно розвивається в різних його виявах.

Вважаємо, що інтенсифікації зростання зазначеної вище лексики сприяв ряд позамовних чинників, із-поміж яких варто назвати такі, як: 1) демократизація суспільства (аж до вседозволеності) та істотне пом'якшення цензури й самоцензури в мас-медіа; 2) активізація суспільно-політичних, економічних, воєнних процесів в Україні (ряд революцій, протестних акцій, погіршення економічної ситуації в державі, безробіття, загострення відносин між нашою країною та Російською Федерацією, ведення військових дій на сході України та ін.); 3) свобода думки і слова, яка сприяє творчій винахідливості журналістів та учасників медійного дискурсу, пошуку неординарності і новизни; 4) відсутність потрібних лексичних одиниць та еквівалентів для новотворів у нормативній мові; 5) протест проти сухої, невиразної мови, кліше, штампів та продукування експресивних, емотивних, оцінних слів; 6) вплив структурних, семантичних і стилістичних особливостей інших мов (особливо англійської), що сприяє дифузії запозичень і калькуванню (як слів, так і словотворчих ресурсів); 7) лінгвальні смаки соціуму, зміна ціннісних орієнтирів та мода на певні мовні одиниці в конкретну історичну добу; 8) лібералізація і більша розмитість норм української літературної мови порівняно з радянською добою; 9) інтенсифікація міжособистісних контактів із обміну інформацією (особливо завдяки інтернету) тощо.

Також у цих процесах важливу роль відіграють внутрішньомовні фактори, до яких відносимо такі: 1) закон економії мовних засобів і мовної енергії; 2) системну організацію мови; 3) постійне ускладнення та збагачення мовної структури; 4) прагнення до обмеження сприйняття обсягу лінгвальної інформації; 5) інтеграція та диференціація елементів мови; 6) надання переваги більш експресивним мовним формам; 7) дія аналогічних тенденцій тощо.

Уважне спостереження за дискурсом ЗМІ початку XXI століття дає змогу помітити та констатувати їх істотну відмінність у мовному плані від дискурсу мас-медіа радянської доби. Лінгвальна практика останнього характеризувалася істотним домінуванням стандартизованої нейтральної лексики (сухого, раціонального викладу, нудного і тріскотливого пропагандисько-інформаційного характеру, декларативністю), канцеляризмів, штампів тощо. Дискурс сучасних українських мас-медіа відзначається як збагаченням жанрів, так і більшою динамічністю, новизною, а головне – переважанням експресії,

емоційного, образного подання матеріалу (який спрямований до серця читача, слухача, глядача) над немаркованим стандартом. На нашу думку, усе це відбувається завдяки ряду особливостей.

1. Нинішня публіцистика характеризується динамічним оновлення лексичного складу, передусім активізацією продукування різноманітної стилістично маркованої лексики. За нашими даними, нові позитивнооцінні одиниці в аналізованому дискурсі продукуються не так інтенсивно та становлять незначний відсоток порівняно з негативнооцінними словами. Так, створенню піднесеного, урочистого плану оповіді в дискурсі сучасних ЗМІ сприяють нові книжні слова. Дери́вація і використання таких одиниць, безперечно, слугує зацікавленню сприймача інформацією: *медіабомонд*, *єврозвитяга*, *дивочин*, *гастрофантазія*, *супермегасейв* та ін. Пор.: *З одного боку, очевидно, що наш медіабомонд зголоднів за справжніми, а не думтими успіхами вітчизняного кіно на міжнародній арені, і тому так безоглядно радіє успіхам МКФ Стрембицького, Ширмана, Васяновича* (газ. «Дзеркало тижня», 13.01, 2006, 00:00); *Але, повірте, Бенітесу потрібна передусім єврозвитяга*, що принесе, якщо рахувати суперкубок, Рафі вже шостий міжнародний трофей. 1927.kiev.ua. Також у ряді мас-медіа, особливо в художньо-публіцистичних текстах, засвідчено продукування й функціонування поетизмів, які вносять не лише емоційність, експресивність, образність, а й відповідний естетичний складник: *відеопоезія*, *землетрудич*, *хліботворець*, *віршоказка*, *феєрити*, *духокрилий*, *автокрала*, *автовишиванка*. Напр.: *Культ успіху й багатства захопив землі землетрудичів. Зранку до ночі через телевизор ми споживаємо своє, вірніше, чуже гламурне щастя* (газ. «Пенсія», №88, лютий 2011); *Мова про гарно ілюстровану віршоказку, придатну як для читання під лампою вдома, так і для читання вголос у групах продовженого дня в садочках-школах, на дитячих перформансах тощо* (газ. «День», 20.12, 2016, 10:30). Позитивно стилістично забарвлені одиниці виникають і в результаті семантичної модифікації відомих книжних слів відповідно до розвитку суспільства. Ілюстрацією може слугувати лексема *високочолій*, у якій на основі відтінку значення 'перен. Який відзначається високим інтелектом' [8, I, с. 495], постала нова семантика – 'елітарний': *Якщо ж говорити про «високочолу» літературу (от кутюр), то саме це поняття несе в собі певну елітність, а остання ніколи не може бути чисельною (тоді це не еліта, а звичайна маса)* (газ. «День», 24.10, 2002). Ще одним прикладом є відоме слово *зірочка* [див. 8, III, с. 578], яке набуло значення 'юна особа, яка прославилася в якійсь сфері діяльності (у спорті, науці, мистецтві і т. ін.)': *Одразу дві тенісні зірочки України почали виступати на дорослому «Аустреліен оупен»-2018 (заголовок статті)* (газ. «Україна молода», 12.01, 2018). Безперечно, наведені вище нові семантичні утворення, посилюють вплив поетичного слова на сприймача інформації. Засвідчено, що стилістична маркованість окремих лексичних одиниць унаслідок активного вживання їх (особливо в дискурсі ЗМІ) поступово стирається і вони стають нейтральними. Прикладом може слугувати слово *вогнеборець*, яке, виникнувши в кінці ХХ століття, спочатку мало стилістичні відтінки урочистості, піднесеності, але згодом їх втратило і нині є нейтральним

та синонімом-дублетом до *пожежник*. Проте аналізована лексема поки що зберігає стильову закріпленість за художніми стилями – публіцистичним і художньо-белетристичним, а в нехудожніх (науковому і офіційно-діловому) не вживається.

2. Зібраний нами фактичний матеріал переконливо засвідчує істотне домінування в дискурсі мас-медіа початку XXI століття стилістично маркованих слів із негативним оцінним забарвленням, тобто одиниць зниженого плану («низький» стиль). На нашу думку, це зумовлено рядом причин. Передусім неправильним розумінням журналістами й учасниками комунікації в дискурсі ЗМІ поняття «демократизація», яке багато хто сприймає як уседозволеність. Також помічено характерне *підігрывання* досить значної частини авторів мас-медійних матеріалів *низьким смакам і вподобанням* певної частини членів українського суспільства з метою бути «своїми», подавати матеріали, як вважають такі адресанти, дохідливіше і впливовіше. Однією з важливих причин є особливість людської психіки, яка надзвичайно оперативно реагує на ненормативні сторони суспільного життя, негативні дії та вчинки і якості людей або й цілих соціальних прошарків, а в ставленні ж до позитивних явищ в житті громадяни відзначаються, як правило, стриманістю, оскільки це – норма, звична буденність, як і має бути.

Помічено, що стилістично забарвлені слова негативного реєстру, створені журналістами й авторами матеріалів у дискурсі ЗМІ, чітко відбивають реальні і поняття, притаманні нинішнім особливостям життя як української, так і світової спільноти – важливим проблемам і явищам, особам, вчинкам, діям, оцінкам і т. ін.: *кнопкодавство, кнопкодавцтво, банкопад, казножер, агроолігарх, рашист, путлер, єврорабіння, трампофобія* та ін. Напр.: *У Раді зросло «кнопкодавство» (заголовок). <https://ua.korrespondent.net> ; Ми його [Антон Яценка з фракції «Відродження»] тасмно називасмо «Шива парламенту», бо він любить кнопкодавцтво одразу за 4 місяця... (5-ий канал, 27.06, 2017, 19:09); Банкопад в Україні триває, середній клас зникає, а корупціонери почуввають себе чудово (112-ий канал, 27.01, 2017, 10:59).* У дискурсі мас-медіа початку XXI століття засвідчено негативну тенденцію до вульгаризації – творення, активне вживання і навіть смакування іронічними, осудливими, зневажливими та лайливими словами: *зомбоящик, архівбогість, беркутня, недофюрер, Луанда (від Луанск і Уганда), Донбаве (від Донбас і Зімбаве), пропагандон, лугандон, лайнюк* та ін., пор: *Російський «зомбоящик» неподільно панує навіть на звільнених територіях. Сьогодні головне — перемогти в цій війні (журнал «Український тиждень», 13.02, 2017); Отже, перспективу початку третьої світової можна оцінити як 50 на 50. Або путіновед має рацію і недофюрер [В.В.Путін] надалі бавитиметься у танчики поки вистачить сил і креативу, або під загрозою «розносу» в нього все-таки здадуть нерви. (<https://newsonline24.com.ua/putinska-rosiya-prirechena-skil...>); Сьогодні це вже розстріли з автомата за державну українську символіку чи привітання «Слава Україні!».* ДНР усе більше нагадує Донецьку Націстську республіку. Фактично усіх громадян України «за українськість» намагаються або убити, або терором схилити на свій бік. При цьому цей «бік» дуже різний у різних бандформвань – від

самостійності «*Луганди та Донбавве*» до входження у склад РФ (<https://tsn.ua/analitika/luganda-ta-donbabve-349028.html>).

Характерно, що в аналізованій стилі нині надзвичайно інтенсивно проникають знижені оцінні одиниці розмовного функціонального різновиду мови (процес орозмовлення), якими журналісти досить активно послуговуються: *Шенген, безвіз, сепаратюга, сепар, аферюга, шовінюга, вождыха* та ін. Напр.: *У ЄС затвердили нову систему реєстрації на кордонах Шенгену (заголовок статті) (газ. «Високий замок», 20.11, 2017, 15:15); Чужинцям у нас наливають по вінця, а їм хочеться – по виднокруг. Україна без жодного українця – сатанинська мета шовіног (газ «Літературна Україна», 28.12, 2000, с. 8).* Це також стосується і дифузії слів із різних жаргонів та із злодійського аргю: *жирдяй* ‘товста людина’, *кікімора* ‘маскувальний костюм’, *підрізати* ‘несподівано стрімко обігнати який-небудь транспортний засіб (переважно автомобіль), перешкоджаючи його подальшому рухові та створюючи аварійну або близьку до неї ситуацію на дорозі’, *гопота збірн., несхвальн.* ‘злодії, грабіжники; агресивно налаштовані підлітки’, *дерибан* ‘незаконний поділ, привласнення земель, майна, коштів і т. ін.’, *кинути* ‘здійснити шахрайство; ошукати кого-небудь, завдати матеріальних збитків’, *козел* ‘найобразливіша лайка, адресована особі чоловічої статі’ та ін. Такими словами нині, на жаль, досить часто послуговуються в дискурсі мас-медіа: *За попередніми даними міліції, Чорновол їхала у власному авто, коли її раптово «підрізав» невідомий автомобіль, з якого вийшло кілька чоловіків (газ. «День», 25.12, 2013, 18:01); Вулиця [Дерибасівська в Одесі] була строго поділена — по одному боці гуляли «денді», інша була “гопкін-штрає” — тут могла ходити місцева «гопота».* (газ. «Високий замок», 29.04, 2015, 32:20); *Київські чиновники від медицини так само, як і профспілкові боси, хотіли заробити на санаторних землях. Різниця була лише у схемах дерибану (газ «Дзеркало тижня», 17.02, 2012); Янукович полюбає вживати й інші «специфічні» слова — «кинути», «козли» тощо (газ. «Україна молода», 15.02, 2011).* Надзвичайно високого ефекту щодо викриття вад суспільства, певних осіб і їхніх учинків (особливо політиків, керівників, чиновників та ін.), реалій, понять, процесів і явищ досягають автори, виражаючи своє негативно-оцінне ставлення, коли в ході творення пейоративних назв поєднують різностильові дериваційні ресурси — книжного і зниженорозмовного реєстрів: *жлобократ, олігарх-бандюк, мер-брехун, еоїстоюга, автохамка, авторагуль, автобовдур, відеохаптурка, євробляха, євромотлох, жлободискурс, мотозбіговисько* та ін. Пор.: *Хтось із жлобократів називає себе «помаранчевим», хтось — «блакитним», а насправді вони безбарвні. І бачити в них якийсь колір може тільки політичний дальтонік (газ. «Україна молода», 28.11, 2007); ... є ціла каста зухвалої «золотої молоді», що регулярно розважається таким чином за рахунок життя й здоров’я простих українців. І не дай нам Боже випадково опинитися на шляху цих привілейованих автобовдурів (газ. «День», 19.02, 2016, 12:51).* Цікаво, що в останні роки в дискурсі ЗМІ кількість таких утворень стрімко зростає.

Чисельні приклади засвідчують тенденцію до антропоцентризму, яка в сучасній українській мові активізує свій вияв. Це творення як одиниць із

позитивною стилістичною маркованістю (*автоледі, автомайданівка, євромайданівець*), так і з негативною (*звіздичка, кібершахрай, кулявлоби, гламурло, євролох*). Напр.: *В Тернополі проведуть «солодкий ярмарок» заради автомайданівки* (заголовок) (*ovid.com.ua Медіа-центр*); *У це важко повірити, але охорона не пропускала, ані мене, ані її [відому співачку Софію Ротару]. Не впізнали! Зате якась «звіз дичка» маленька приїхала у супроводі амбалів-охоронців на фешенебельному авто. «Пропустіть! Дайте дорогу!»*, — розсували вони людей. *І це дівча гордо, з високо задертою головою, покрокувало до входу (газ. «Високий замок», 07.08, 2017, 19:36); Велика кількість кібершахраїв працює з «зони» — голова Кіберполіції (заголовок статті) (газ. «Українська правда», 15.01, 2018, 17:18); Не вести вам народ в майбутнє, Кулявлоби — це ваш діагноз! Ви на шії народу трупні, Здатні лиш на словесний пафос* (<https://drda.org.ua>). Також останнім часом помічено інтенсифікацію продукування відонімних стилістично забарвлених оказіональних одиниць: *ахметовщина* (від прізвища голови **Центральної виборчої комісії** під час **президентських виборів 2004 року**, президента Національного університету «Одеська юридична академія» С. Ківалова), *алкошумахер* (від прізвища всесвітньо відомого автогонщика М. Шумахера) ‘водій, який зловживає швидкістю в стані алкогольного сп’яніння’, *медієтіушка, тітушня, тітушкократія* (від прізвища спортсмена В. Тітушка), *піночетизація, беркутня*. Напр.: *Ознаки мафіозності є в усіх сферах суспільного життя. У виробництві — це «ахметовщина», у вишах — «ківаловщина» ...* (www.imzak.org.ua/articles/article/id/4675-); *Наполегливо шукати однодумців і наповнювати собою всі можливі органи влади. Численні комітети, комісії, департаменти та ради. Жодного вільного місця не має залишитися корумпованим чиновникам. Інакше замість захищеною силами Небесної сотні демократії, настане інше правління — час тітушкократії* (газ. «Українська правда», 19.02. 2018, 09:00).

Характерно, що більшість стилістично маркованих неологізмів у дискурсі сучасних ЗМІ мають певну специфіку щодо жанрового вживання. У мові преси вони найбільш активно функціонують переважно у фейлетонах, гуморесках, анекдотах, полемічних і критичних статтях, вільних інтерв’ю та ін.; на радіо й телебаченні — у гумористичних передачах (особливо в шоу), авторських програмах, перекладах кінофільмів, круглих столів, дискусіях тощо. Також відзначаємо тенденцію, яка намітилася в останні десятиліття в лінгвальній практиці мас-медіа — інтенсифікація використання аналізованих одиниць у заголовках, підзаголовках і лідах, у назвах рубрик, дайджестів, радіо- і телепрограм тощо. Вважаємо її цілком закономірною та виправданою, оскільки стилістично марковані нові слова, виконуючи як номінативну, так і емоційно-експресивну, волюнтаристичну, фатичну функції, здатні оживити заголовкові комплекси, зробити їх нетрафаретними і влучними, нерідко оригінальними і дотепними та зацікавити адресата інформації (читача, слухача, глядача), надати матеріалові викладу потрібний заряд.

Отже, стилістично марковані лексичні неологізми активно виникають і функціонують у дискурсі мас-медіа початку XXI століття завдяки взаємодії

екстра- й інтралінгвальних засобів. Вони виконують важливу стильову і стилістичну функції. Виявлено, що з-поміж названих одиниць домінують негативнооцінні утворення як індивідуально-авторські, так і розмовного стильового реєстру.

Перспективним убачаємо подальше вивчення різноманітних видів стилістично маркованої лексики, зокрема в словотворчому і когнітивному аспектах, а також у зіставних дослідженнях як у близько-, так у далекоспоріднених мовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Активні** ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пуздирева, Ю. В. Романюк; відп. ред. Є. А. Карпіловська. К.: ТОВ «КММ», 2013. 416 с. 2. **Вплив** суспільних змін на розвиток української мови: Монографія / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пуздирева, Ю. В. Романюк; відп. ред. Є. А. Карпіловська. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 444 с. 3. **Мазурик Д.** Нове в українській лексиці. Словник-довідник. Львів: Світ, 2002. 130 с. 4. **Нові** й актуалізовані слова та значення: Словникові матеріали (2002 – 2010) / Кер. проекту і відп. ред. О. М. Тищенко, авт. колектив: В. О. Балог, Н. Є. Лозова, Л. О. Тищенко, О. М. Тищенко [Інститут української мови НАН України]. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. 280 с. 5. **Нові** слова та значення: словник / Ін-т укр. мови НАН України; уклали: Л. В. Туровська, Л. М. Василькова. К.: Довіра, 2008. 271 с. 6. **Словотворчість** незалежної України. 1991 – 2016: Словник / Укладач А. Нелюба. Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2012. 608 с. 7. **Словотворчість** незалежної України. 2012 – 2016: Словник / Укладачі А. Нелюба, Є. Редько; загальна редакція А. Нелюби. Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2017. 460 с. 8. **Словник** української мови в 11 томах / Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні АН УРСР / гол. ред. кол. І. К. Білодід. К.: Наукова думка, 1970–1980. 9. **Шевченко Л. І.**, Сизонов Д. Ю. **Нові** слова та фразеологізми в українських мас-медіа: словник. К: ВПЦ «Київський університет», 2017. 114 с. 10. **Шерех Ю.** Нарис сучасної української літературної мови. Мюнхен: Наукове товариство ім. Шевченка, 1951. 406 с.

Стишов Олександр Анатолійович – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови, Київський університет імені Бориса Грінченка. Вул. Бульварно-Кудрявська, 18\2, м. Київ, 04053, Україна.

tel.: (044) 570-25-99, 067-184-80-55

E-mail: styshov@ukr.net

Styshov Oleksandr Anatoliiovych – Doctor of Philology, Professor of the Ukrainian Language Department, Borys Grinchenko Kyiv University. Bulvarno-Kudriavska Str., 18\2, Kyiv, Ukraine.