

Л. І. Шевченко,

*чл.-кор. НАН України, д-р. філол. наук, проф.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
завідувач кафедри стилістики та мовної комунікації:*

Д. Ю. Сизонов,

*канд. філол. наук, доц.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри стилістики та мовної комунікації*

НОВІ СЛОВА ЯК МАРКЕРИ ЧАСУ: МЕДІЙНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ СЬОГОДНІ І В ПЕРСПЕКТИВІ

Стаття присвячена аналізу сучасної медійної лексикографії у світових дослідницьких практиках. Зокрема акцент зроблено на словниках, які відображають динамічні зміни лексико-фразеологічного фонду української мови в масовій комунікації. На прикладі інноваційної лексикографічної праці «Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа» (2017-2018 рр.) схарактеризовані підходи до пошуку та аналізу в українських медіа мовних інновацій як специфічних маркерів часу, що набувають нових семантичних відтінків у зв'язку з процесами глобалізації, інформаційною світовою реальністю та полікультурністю, на що активно реагує і українська мова.

Ключові слова: медійна лексикографія, неословник, медіалінгвістика, комунікативна лінгвістика, мовна інновація.

Постановка наукової проблеми. Медійна лексикографія постулюється як інноваційний напрямок сучасної комунікативної лінгвістики, «що відбиває актуальні тенденції розвитку комунікативної сфери суспільного життя» [2, с. 9]. З середини минулого століття фаховий інтерес дослідників мас-медіа до слова в інформаційному просторі виявився не лише у виробленні операційної системи понять, властивих для медіакомунікації (див. словники «Медіалінгвістика: словник термінів і понять» за редакцією Л. Шевченко [2], «Медіалінгвістика в термінах и поняттях» за редакцією Л. Дускаєвої [3], «Dictionary of Media and Communication» [7] та ін.).

Медійна лексикографія – це ще й дослідження динамічного стану мови масової комунікації, це численні словники функціонального ресурсу слова в мас-медіа, що діагностують реальне «життя» мови ЗМІ. Саме тому в україністиці активно з'являються словники, що відбивають особливості розвитку української мови в масовій комунікації. Одним із найперспективніших пластів, що опрацьовується лексикографічно, ми вважаємо нову лексику та фразеологію.

Лексикографічні праці, які відбивали б оновлення лексико-фразеологічного фонду української мови, існують в нашій науковій історії, щоправда концептуально побудованих видань, мета яких комплексно дослідити мовні інновації у ЗМІ, небагато. Пригадаємо «Словник дієслівних інновацій» М. Карп'юка (1996), словник довідникового типу «Нове в українській лексиці» Д. Мазурика (2002), «Тлумачно-словотвірний словник okazіonalіzmів» Ж. Колоїз (2003), словник «Лексико-словотвірні інновації (1983–2003)» А. Нелюби (2004), «Нові слова та значення» Л. Туровської і К. Василькової (2008) та ін. Водночас з'являються наукові публікації, які присвячені окремим проблемам оновлення лексико-фразеологічного складу мови в медіакомунікації (О. Стишов, О. Тараненко, Н. Клименко, Є. Карпіловська та ін.).

Непоодинокі спроби аналізу нового мовного матеріалу на основі мас-медіа були і у світовій практиці:

- проект під керівництвом проф. Г. Солганика зі збору та наукової інтерпретації мовного матеріалу, його реєстру на основі російських ЗМІ (методика автора будувалась на систематичному зборі з газет і журналів нової / оновленої лексики);

- проект Інституту лінгвістичних досліджень, що передбачав укладання нового мовного матеріалу на основі преси та публіцистичної літератури 60-90-х років ХХ століття;

- проект Варшавського університету «*Młodzięzowe słowo roku*», що визначив завданням щороку публікувати нові слова, активно вживані та популяризовані поляками за допомогою ЗМІ;

- польський лексикографічний проект Центру пресознавчих досліджень при Ягеллонському університеті (керівник – проф. В. Пісарек). Саме польський учений В. Пісарек є автором електронного Інтернет-проекту «*Polskie media*», на якому уніфікована та представлена медійна термінологія / термінологічні сполучення / наукова фразеологія в Польщі. У 2011 р. польські мовознавці видають аналог словника медійних термінів В. Пісарека в перекладі на англійську, французьку та німецьку мови;

- британський проект Оксфордського університету (Oxford Word of the Year). Щороку видавництво *Oxford University Press* публікує найпопулярніше слово, яке за допомогою масової комунікації стало найбільш уживаним, передусім в Інтернет-дискурсі;

- численні Інтернет-проекти «Словотвір» (<https://slovotvir.org.ua/>), «Мислово» (<http://myslovo.com/>), «10 нових слів року, що минає» (проект Укрінформ), «Слово року» від Детектор Медіа та ін.

Актуальність дослідження. Інноваційний проект, розроблюваний кафедрою стилістики та мовної комунікації Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка у вигляді щорічного словника «Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа» (автори Л. Шевченко та Д. Сизонов) [5] є актуальним для сучасної медійної лексикографії, адже «відрізняється спеціальною метою – репрезентувати інноваційні процеси, що відбуваються в українській мові на прикладі масової комунікації» [2, с. 9]. Власне опис сутності нового словника в його медіалексикографічній перспективі є окресленою **метою пропонованої статті**.

Словник має на меті стратегічні дослідницькі цілі, що мотивовані вирішенням ряду нових для української лінгвістики проблем, пов'язаних із тенденціями розвитку української літературної мови, її медійною репрезентацією, проблемами лексикографічного аналізу семантичної структури багатозначного слова, питаннями запозичень, неології, трансформації термінів у медійній комунікації, пошуком ідеографічних мовних одиниць, науковою інтерпретацією деактивованих одиниць у контексті нового часу та ін. Названі аспекти визначають актуальний пошук сучасних дослідників медіа, що розгортається в теоретичній та прикладній площинах сучасного наукового знання.

Методи аналізу. Пошук нових слів та фразеологізмів до словника відбувається за частотним принципом. Важливо наголосити на спеціальній авторській методиці «10 / 10: нові контексти / нові видання», тобто йдеться про фіксацію інноваційної мовної одиниці у 10-ти медійних контекстах 10-ти медіаджерел, що вказує на тенденцію інноваційної одиниці тиражуватися в медіа та закарбовуватися в пам'яті масового реципієнта. Це означає, що головний лексикографічний принцип – «об'єктивності та безсторонності представленого матеріалу» [11, с. 78.] здійснений у повному обсязі.

Тож,

1) при *створенні е-картотеки* (що налічує понад тисячу нових одиниць в медіа та розподілена за певними параметрами – роками появи інновації, жанрами, сферами тощо) автори користувалися *принципами методу комп'ютерної статистики* (що виявлено у кількісному підрахунку неодиниць у медіа за синхронним принципом – в певний час);

2) при *створенні словника / словників* «Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа» автори керувалися:

а) *методом типологічних зіставлень* при пошуку та науковій паспортизації неологізмів, що був використаний як основний: це відповідає коректності щодо представлених неолексем (нове слово, зафіксоване з урахуванням фонових знань реципієнтів, актуальне для певного аналізованого проміжку часу). Наведені принципи добору та налізу матеріалу дали змогу авторам довести репрезентований у виданні головний критерій стратифікації, появи та фіксації неологізму в медійній комунікації;

б) *принципами системного представлення* нових мовних одиниць у медіа. Для опрацювання матеріалу був використаний *метод медіамоніторингу*, що дозволив максимально повно описати медіаджерела сучасної України. Так, до суцільної вибірки мовного матеріалу за допомогою зазначеного методу увійшли медіатексти різних сфер (політичної, економічної, культурно-мистецької, освітньої тематик), жанрів (інформаційно-аналітична та художньо-публіцистична група жанрів друкованої / електронної преси) та засобів зв'язку (радіо, телебачення, Інтернет).

в) *методом лексикографічної інтерпретації*, що застосовувався для аналізу зібраного матеріалу, його паспортизації та лінгвістичної аргументації новизни.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи принципи відбору мовного матеріалу та формуючи комп'ютерну картотеку, автори керувалися принципом коректного щодо функцій та комунікативної сфери представлення як мовного матеріалу, так і його форматування. Для послідовної логіки представлення нового мовного матеріалу та для зручності лексикографічної роботи ми створили спеціальну базу нових одиниць під робочою назвою «*Мовні інновації.UA*», репрезентовану на Google-платформі *blogspot (newlexua.blogspot.com)*. Електронна картотека дозволяє розподілити матеріал за зручністю в роботі лексикографа: рік (2017 / 2018 / 2019), тип медіа (друкована преса / телебачення / радіо / Інтернет / соціальні мережі / реклама), жанр (блог / інтерв'ю / новина / телесюжет та ін.), комунікативна сфера (політична / культуральна / освітня / спортивна / економічна та ін.).

Перспектива роботи з е-картотекою та принципи її створення для сучасних медіасловників є однією з домінантних у світі, що підтверджено численними публікаціями (див. роботи С. Гайди, Р. Муна, Д. Періна та ін. на прикладі польської, англійської, німецької мов). Інноваційність запропонованої е-картотеки підтверджується тим, що вперше в українській віртуальній лексикографії медійний ресурс не просто фіксується за допомогою комп'ютерних технологій, а й вказуються ярликові маркери, що дозволяють відтворити реальну картину оновлення лексико-фразеологічного фонду української мови (напр., вказівка на походження слова, приналежність до певної сфери комунікації, тип оцінки в масовій свідомості, семантичний маркер).

На сьогодні дискусійним залишається не стільки сам факт все більшої появи комп'ютерних систем для словників нового типу, скільки принципи побудови електронних картотек. Пригадаємо в цьому контексті монографію провідного австрійського лінгвіста Б. Тошовича [10] в рамках досліджень із генераторської лінгвістики (йдеться про механізми функціонування мовних одиниць в електронних форматах, створення web-корпусів на рівні структури та таксономії).

Важливими критеріями для коректного маркування словникових статей в електронній картотеці (і ширше – щорічному словнику) нами були обрані екстралінгвальні фактори комунікації, які на сьогодні є мотиваційно домінантними у стилістиці, зокрема коли йдеться про входження мовних інновацій до літературної мови. Такі маркування допомагають з'ясувати, з якої сфери одиниця потрапила в мову та / чи в якій сфері одиниця функціонує в новому статусі. Умовні позначки у вигляді лексикографічних маркувань нами представлені в «Принципах укладання словника» [5, с. 8] та описані окремо в публікації [6]. Це дає змогу коректно пояснити причини появи та подальшого функціонування інновацій у мові, а також дозволяють спостерігати за реальною динамікою мовної системи. В електронній картотеці запропоновано систему умовних позначок, що аргументують наукову системність роботи над словником (в паперовій та електронній версіях): *політ.* (політична сфера), *культ.* (сфера культури), *екон.* (економічна сфера), *рекл.* (сфера реклами), *спорт.* (спортивна сфера) та ін.

Зауважимо, один із новаторів системного комп'ютерного укладання словників С. Лендау слушно нагадував лексикографам, що «корпус завжди є добіркою й може репрезентувати лише мовлення та письмо дібраних транскрипцій та текстів» [1, с. 316]. У зв'язку зі збільшенням е-корпусів та е-методик їх укладання лексикографам на практиці доведеться дедалі більше покладатися на комп'ютерні інструменти (такі нові програмові інструменти в укладанні електронної картотеки пропонуємо і ми в рамках нашого словника). Підкреслимо, усі неословники комп'ютерного типу розробляються в межах суворих часових обмежень, адже «нове слово / словосполучення є реакцією на

час і фонові знання комунікантів, які використовую ці мовні інновації» [8, с. 330]. Щоб відсортувати тисячу і більше мовних одиниць та їх словоформ, знадобиться кілька годин часу (е-картотека, в цьому контексті, дуже зручний та раціональний спосіб). Новітні комп'ютерні технології з їх особливою мультифункцією брати участь в укладанні словників посідають на сьогодні чільне місце серед усіх нових словників у США, Великій Британії, Франції, Японії та інших розвинених країнах.

Наголосимо, що потенціал словників кінця ХХ – поч. ХХІ ст. передбачає орієнтування на антропоцентричний підхід і зосередження уваги на прагматичному відношенні «словник-користувач». На думку дослідника З. Салзмана, для ефективного користування лексикографічним джерелом потрібно вміти обирати відповідний тип словника для адекватного задоволення потреб користувачів, знати його основні складники на макро- й мікроструктурному рівнях, легко знаходити потрібну реєстрову одиницю, адекватно сприймати інформацію про мовну одиницю в лексикографічній праці [9, с. 392].

Саме на функціональній прагматиці і будуються сучасні теорії створення неословників в Україні та світі. Інструкції до таких словників, їх структури, збору матеріалу та власне укладання вже на початку ХХІ ст. були розроблені як зарубіжними, так і українськими вченими (див. роботи Д. Діккенса, В. Широкова, О. Тараненка, В. Дубічинського, Л. Шевченко та ін.).

Звертаючись, зокрема, до праці О. Тараненка [4] наголосимо, що в ній детально обгрунтовані принципи укладання абсолютно нових словників відповідно до нової вербальної реальності: йдеться передусім про семантичний та стилістичний аспекти аналізу української лексики. Видання концептуально нової теоретико-практичної літератури сприятиме, на нашу думку, кодифікації вже наявних принципів укладання словникової продукції та розробленню новітніх підходів у практичній лексикографії.

Зокрема, О. Тараненко на поч. ХХІ ст. наголошує на дериваційних моделях в системі слово- / фразеотворення сучасної української мови. Дослідником пропонується при складанні реєстру зважати на активну динаміку української мови, що пов'язані з екстралінгвальною мотивацією: масовим ужитком мовної одиниці в розмовному та медійному функціональних стилях. Дослідником наголошується *на трьох основних чинниках* в появі нових слів / значень на словотвірному рівні: 1) систематизація та нормування різних елементів словотвірної структури української мови та адаптації до нормативних стандартів; 2) широкий потенціал джерельної бази в оновленні лексико-фразеологічного фонду української мови: від розмовних елементів до okazіонального словотворення та стилістичної трансформації; 3) екстралінгвальна мотивація, що впливає на оновлення мови (науково-технічний прогрес, інформаційна глобалізація, мультикультурність та ін.) [4, с. 22]. Вважаємо, що ці фактори можна розширити, адже мовна система сьогодні зазнає великого зовнішнього впливу, а тому і розширення функціональних кордонів необмежене.

Очевидно, в нашій лексикографічній концепції ми орієнтувалися на українську школу комп'ютерної лінгвістики, де основна роль у творенні електронної бази мовних одиниць належить різним типам електроніки, що допомагає не тільки систематизувати, а й скласифікувати одиниці за певними параметрами (див. здобутки в цьому напрямку Українського мовно-інформаційного фонду НАН України на сайті <http://www.ulif.org.ua/>).

Водночас зауважимо, що у світовій науковій практиці спроби опису електронної картотеки в системно-структурному та функціонально-стилістичному аспектах були (див. серію публікацій В. Іващенко, О. Іванцової, Н. Тауберта та ін.). А отже логіка аналізу і створення електронних баз та картотек визначаються, на наш погляд,

актуальними завданнями в неолінгвістиці, що і виявлено у глобальній комп'ютеризації всіх сфер людської діяльності, зокрема і мови, та концепціями створення електронного словника майбутнього (В. Широков), перспективними завданнями синкретичного зв'язку лінгвістики й інформатики (Дж. Уільямс).

Якщо деталізувати запропонований нами підхід, лексикографічна робота в межах словника «Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа» складалася з двох великих етапів:

1. Пошуково-системний:

- реєстрація нової мовної одиниці (нового семантичного варіанта лексеми; нової сполучуваності; нового фразеологізму);
- представлення контексту / контекстів, в яких зафіксована мовна одиниця;
- паспортизація «новизни» (обов'язковим був аналіз авторитетних лексикографічних видань із погляду реєстрації / нереєстрації конкретного слова / нового значення слова / фразеологізма);
- наукове упорядкування опрацьованої частини реєстру нових мовних одиниць.

2. Оцінно-аналітичний:

- систематизація матеріалу відповідно до концепції словника;
- науковий аналіз і редагування зібраного матеріалу;
- упорядкування загального реєстру опрацьованих мовних одиниць.

Важливим для розуміння лексикографа є і широкий діапазон джерельної бази словника (е-картотеки), що дозволив максимально об'єктивно представити нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа. Джерельна база є важливою і доказовою з очевидних причин:

- потужного і виявленого в усіх сферах соціуму впливу на масову мовну свідомість;
- поліваріантності функціонального ресурсу мови, що виявляється на різних носіях інформації (друковані видання, радіо, телебачення, реклама, Інтернет), можливості зафіксувати комунікативний потенціал мови в певному часовому зрізі;
- лінгвістичної об'єктивації нових мовних одиниць (їх семантики, лексико-синтаксичної сполучуваності) в українській мові;
- представлення та паспортизації нової фразеології, що виникає у сфері публічного спілкування.

Принципово важливо, що всі мовні одиниці, представлені у словнику, відбивають реальну картину часу, є маркерами сучасності і не спорадично виникають у свідомості індивіда, а активно ширяться засобами масової комунікації, активно тиражуються. Цей процес є важливим показником оновлення лексико-фразеологічного фонду української мови, фіксацією реалій та залишається поставленим стратегічним завданням в межах концепції інноваційного лексикографічного проекту.

Таким чином, для коректного представлення мовних одиниць в електронній картотеці (та / або у словнику) важливою є детально обґрунтована вказівка на:

1) *комунікативну сферу*, в якій мовна одиниця з'являється і продовжує функціонувати (це репрезентовано спеціальним лексикографічним маркуванням). Назване дає змогу простежити за рухом мовної одиниці у процесі комунікації;

(2) *первинну чи вторинну номінацію*, що ілюструє стилістичний потенціал мовної одиниці в масовій комунікації (особливо цікавим видається перехід від одного типу номінації до іншого, що пояснюється переосмисленням семантики мовної інновації в масовій свідомості);

(3) походження слова / фразеологізма, якщо йдеться про поповнення лексико-фразеологічного складу мови ресурсом інших мов (у зв'язку з інтеграцією України в європейський простір йдеться про комунікативну кореляцію з мовою-донором, здебільшого англійською: це підтверджено і зібраним нами електронним реєстром);

(4) наявність позалітературних одиниць мови як інструменту оновлення лексико-фразеологічного фонду української мови (лексикографічна реалізація у формі лексикографічних маркерів типу *молод. сленг, жарг., інвект.* та ін.).

За усіма типами маркування можна класифікувати і погрупувати лексичні та фразеологічні інновації, щоб побачити реальну картину еволюції мовної системи, зміни її словесного складу, аксіологічних домінант, які формують сучасну мовну комунікацію, простежити за «життям» мовної одиниці у відносних часових межах.

Висновки. Породження нового слова в медіа, його семантичні трансформації, жорсткість чи м'якість типової комунікативної ситуації, що спричиняє до значеннєвої вібрації соціального / культурного символу, вплив комунікативної сфери медіа на граматичну будову мови та ін. – все це має перспективу в науковому лінгвістичному аналізі та визначає концептуальну основу інноваційного словника, представленого для аналізу в медійній лексикографії. Вбачаємо у здійсненому щорічному словниковому проєкті серйозну перспективу – фіксувати та науково інтерпретувати інновації в мас-медіа для відтворення реальної картини динаміки та еволюції української мови.

Література

1. *Лендау С.* Словники: мистецтво та ремесло лексикографії (перекл. О. Кочерга). Київ, 2012. 480 с.
2. *Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко.* Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 214 с.
3. *Медіалінгвістика в термінах и понятиях / Под ред. Л. Р. Дускаева.* Москва : Флинта, 2018. 440 с.
4. *Тараненко О. О.* Новий словник української мови: концепції і принципи укладання словника. Київ; Кам'янець-Подільський, 1996. 171 с.
5. *Шевченко Л., Сизонов Д.* Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа: словник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. 120 с.
6. *Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю.* Принципи лексикографічної репрезентації нових слів та фразеологізмів у мас-медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика.* 2017. Вип. XXXIV. С. 76–85. <https://doi.org/10.17721/APULTR.2017.34.76-85>
7. *Dictionary of Media and Communication / D. Chandler and R. Munday.* Oxford : Oxford University Press, 2011. 480 p.
8. *Moon R.* Idioms: A View From the Web. *International Journal of Lexicography.* 2015. Vol. 28, Issue 3. P. 318–337. <https://doi.org/10.1093/ijl/ecv023>
9. *Salzmann Z.* Modern Lexicography: An Introduction (review). *Language.* 2002. 78 (2). P. 391-392. <https://doi.org/10.1353/lan.2002.0127>
10. *Tošović B.* Generatorska lingvistika. Beograd: Svet knjige, 2018, 190 p.
11. *Williams G.* In Praise of Lexicography, and Lexicographers. *Proceedings of the XVII EURALEX International Congress.* 2016. P. 77–88.

Referenses

1. Lendau, S. (2012), *Dictionaries: the arts and crafts of lexicography* [Slovnyky: mystectvo ta remeslo leksykografii'i] (perekл. O. Kocherga). Kyiv, 480 p.
2. *Medialinguistics : The dictionary of terms and concepts* (2014) [Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i ponyat], L. I. Shevchenko, D. V. Derhach, D. Yu. Syzonov, Za red. L. I. Shevchenko, VPC «Kyivskyy universytet», Kyiv, 214 p.
3. *Medialinguistics in terms and concepts* (2018) [Medialingvistika v terminah i ponjatijah], Ed. L. R. Duskaeva, Flinta, Moskva, 440 p.
4. Taranenko, O. O. (1996), *New vocabulary of the Ukrainian language: concepts and principles of making a dictionary* [Novyj slovnyk ukrai'ns'koi' movy: koncepcii' i pryncypy ukladannja slovnyka], Kyiv, Kamyansets-Podilsky, 171 p.
5. Shevchenko, L. I., Syzonov, D. Ju. (2018), *New words and phraseologisms in the Ukrainian mass media* [Novi slova ta frazeologizmy v ukrainskyh mas-media]: dictionary, VPC «Kyivskyy universytet», Kyiv, 120 p.
6. Shevchenko, L. I., Syzonov, D. Ju. (2017), *Principles of lexicographic representation of neologisms and new phraseological units in mass-media* [Pryncypy leksykografichnoi' reprezentacii' novyh sliv ta frazeologizmiv u mas-media], Aktual'ni problemy ukrai'ns'koi' lingvistyky: teorija i praktyka, Vyp. 34., pp. 76–85, <https://doi.org/10.17721/APULTP.2017.34.76-85>.
7. *Dictionary of Media and Communication* / D. Chandler and R. Munday. Oxford : Oxford University Press, 2011, 480 p.
8. Moon R. *Idioms: A View From the Web*. International Journal of Lexicography. 2015. Vol. 28, Issue 3. P. 318–337. <https://doi.org/10.1093/ijl/ecv023>
9. Salzmann Z. Modern Lexicography: An Introduction (review). *Language*. 2002. 78(2). P. 391–392. <https://doi.org/10.1353/lan.2002.0127>
10. Tošović B. *Generatorska lingvistika*. Beograd: Svet knjige, 2018, 190 p.
11. Williams G. In Praise of Lexicography, and Lexicographers. *Proceedings of the XVII EURALEX International Congress*. 2016. P. 77–88.

Л. И. Шевченко,

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,
заведующая кафедрой стилистики и языковой коммуникации;*

Д. Ю. Сизонов,

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,
кафедра стилистики и языковой коммуникации*

НОВЫЕ СЛОВА КАК МАРКЕРЫ ВРЕМЕНИ: МЕДИЙНАЯ ЛЕКСИКОГРАФИЯ СЕГОДНЯ И В ПЕРСПЕКТИВЕ

Статья посвящена анализу современной медиалексикографии в мировых исследовательских практиках. В частности акцентировано на словарях, отражающих динамические изменения лексико-фразеологического фонда украинского языка в массовой коммуникации. На примере инновационной лексикографической работы «Новые слова и фразеологизмы в украинских масс-медиа» (2017-2018 гг.) очерчены современные подходы к поиску и анализу в украинских медиа языковых инноваций как специфических маркеров времени. Лексико-фразеологические неоединицы приобретают новые семантические оттенки в связи с процессами глобализации,

информационной мировой реальностью и поликультурностью, на что активно реагирует и украинский язык.

Ключевые слова: медийная лексикография, неослоарь, медиалингвистика, коммуникативная лингвистика, языковая инновация.

L. I. Shevchenko,

*Kyiv national Taras Shevchenko university,
Head of the Department of Stylistics and Language Communication;*

D. Y. Syzonov,

*Kyiv national Taras Shevchenko university,
Department of Stylistics and Language Communication*

NEW WORDS AS TIME MARKERS:

MODERN MEDIA LEXICOGRAPHY AND ITS PROSPECTS

The article is devoted to the analysis of modern media lexicography in world research practices. In particular, the research paper provides a comprehensive analysis of modern dictionaries of media language (both Ukrainian and foreign) and views of authoritative linguists on media lexicography – its history, actual state and prospects. The author pays special attention to dictionaries that reflect dynamic changes in the lexical-phraseological fund of the Ukrainian language in mass communication. An innovative project which realizes the department of stylistics and language communication in the form of an annual dictionary «New Words and Phraseology in Ukrainian Mass Media» (L. Shevchenko, D. Syzonov) is relevant for modern media lexicography, as it has a special purpose – to represent innovative processes, occurring in the Ukrainian language on the example of mass communication. The purpose of the article is description of the new dictionary in its media lexicographic prospect. On the example of the dictionary the author describes various approaches to the search and analysis of language innovations in Ukrainian media as specific time markers that acquire new meanings in connection with the processes of globalization, information world reality and multiculturalism, to which the Ukrainian language is actively responding. The emergence of a new word in media, its semantic transformations, severity or softness of a typical communicative situation, which causes a significant vibration of social / cultural symbols, the influence of the communicative sphere of media on the grammatical structure of language, etc. have a perspective in scientific linguistic analysis and define the basis of the innovative dictionary presented for analysis in media lexicography. The annual dictionary fixes innovations in mass media to recreate the real picture of the Ukrainian language dynamics and evolution.

Key words: media lexicography, innovative dictionary, media linguistics, communicative linguistics, linguistic innovation.