

СКЛАДНІ СЛОВА ЯК ВИЯВ ТЕНДЕНЦІЇ ДО МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ У МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОРІЧЧЯ

Статтю присвячено аналізу словотвірних процесів у мові публіцистичного стилю початку ХХІ сторіччя. З'ясовано, що преса віддзеркалює сучасні загальномовні тенденції. Встановлено, що ЗМІ та преса є головними джерелами оновлення та поповнення української лексики, оскільки масмедійні ресурси також зазнають докорінних модифікацій.

Ключові слова: складні слова, мовна економія, масмедійний дискурс.

Постановка наукової проблеми та її актуальність. Медійна сфера, безумовно пов'язана з процесом комунікації, у цивілізованому суспільстві виконує кілька важливих функцій – передусім збирати, зберігати, передавати, поширювати інформацію. Очевидним на сьогодні є той факт, що преса як один із видів засобів масової інформації, зазнає стрімкого розвитку з огляду на тісний зв'язок із суспільством, що миттєво реагує на злободенні події та проблеми громадськості, а також усі сфери життя в Україні та й у всьому світі загалом, що спричинює постійно нові мовні пошуки їх авторів. Що стосується безпосередньо медійних текстів (статті, блоги, ревію, інтерв'ю тощо), то беззаперечним є факт привернення уваги читачів, досягнення експресивності та формування бажаного висновку після прочитаного/побаченого є саме мовні засоби. А відтак поява у мові сучасних українських газет та журналів великої кількості словотвірних номінацій, що згодом поповнюють словниковий склад мови, викликає посилене зацікавлення серед мовознавців.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Економію як мовне явище не заперечує жоден із дослідників і визнає ось уже кілька поколінь мовознавців. Початок вивчення питання явища мовної економії відмічає ще у ХVІІ столітті Р.Будагов і пов'язує з Рене Декартом, потім дослідження прослідковуються у працях Герберта Спенсера, датовані ХІХ сторіччям; пізніше згадує таких науковців, як Герман Пауль, Олександр Потебня, Поль Пассі, Отто Єсперсен, Андре Мартіне та ін. [4, с. 30].

У лінгвістичних розвідках багатьох учених зазначено, що точкою відліку вивчення проблеми економії мовних засобів можна вважати 80-ті рр. ХХ сторіччя. Проте сутність явища лінгвістичної економії в мові та мовленні була відома ще в стародавні часи, хоч античні лінгвісти і не використовували термін «економія» [7, с. 9]. Дослідженням поняття

мовної економії активно займалися І. О. Бодуен де Куртене, Г. Пауль, О. О. Потєбня, Г. Суїт, П. Пассі, О. Есперсен, Г. Фрей, А. Мартіне, Х. Мозер, А. І. Ковригіна та інші. Сучасні науковці Г. Вокальчук, К. Городенська, Є. Карпіловська, Л. Кислюк, Ж. Колоїз, С. Лук'яненко, Д. Мазурик, І. Мислива-Бунько, А. Мойсієнко, А. Нелюба, О. Стишов, Г. Шаповалова розглянули мовну економію з погляду оказіонального словотвору, а також проаналізували виникнення і функціонування неологічної лексики в мові ЗМІ. Мовознавець Т. Береза, опрацювавши тексти творів української літератури та переклади світової літератури, дійшов висновку, що в українській мові є достатньо вишуканих слів, якими можна замінити розлогі конструкції [3, с. 30]. І це є підтвердженням закону економії так званої лінгвальної енергії, що є надто важливо для мови ЗМІ.

Метою нашого дослідження є з'ясування поняття мовної економії, причин його виникнення, а також яким чином сьогодні журналісти реалізують процес компресії (скорочення, зменшення) на лексичному рівні, а саме закон економії мовних ресурсів, що виявляється у пошуках більш вдалих (коротких) мовних конструкцій та який відповідає сучасній медійній комунікації, що означає просто і доступно доносити думку реципієнтові.

Перед собою ставимо завдання: показати та дослідити актуальні приклади мовних економій, які відображені у медіатекстах, якими мовними засобами здійснено реалізацію економії у сучасних медіатекстах, адже преса та ЗМІ є одним із найважливіших чинників оновлення й збагачення української лексики, а мовну основу її становлять переважно складні слова.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. На початку ХХІ ст. досить помітно зростає кількість багатокомпонентних складних слів у різних мовах взагалі та й в українській зокрема. Мовознавці це явище пов'язують з потребою ущільнення, «компактного» використання інформації, що міститься в декількох поняттях або назвах об'єктів, об'єднанням компонентів в одному слові. Саме такий підхід, за свідченням Л. Азарової, «дає можливість розширити мовний інформаційний простір, уникаючи істотного збільшення однокомпонентних слів, оскільки розвиток різноманітних галузей знань може призвести до лавиноподібного потоку появи нових однокомпонентних слів, що, у свою чергу, ускладнює сприйняття різноманітних текстів галузевого спрямування» [1, с. 226]. І це очевидно, адже такі лексичні утворення мають переваги над іншими: вони завжди коротші, ніж громіздкі словосполучення, на основі яких такі одиниці утворені, а також, як уважає Л. Азарова «за багатьох комунікативних ситуацій виникає необхідність у висловленні двох ідей однією лексевою» [2, с. 6].

Засновник теорії мовної економії А.Мартіне зазначав, що суперечність між потребами людини і її намаганнями мінімалізувати свої розумові і фізичні зусилля можна розглядати як рушійну силу мовних змін, а також реалізувати рівновагу між потребами спілкування та інерцією пам'яті, бо мовну поведінку регулює «так званий принцип найменшого зусилля», який дослідник пропонує замінити звичайним словом «економія» [10, с. 126].

Тенденцію до явища мовної економії за допомогою складних слів А.Нелюба пояснює тим, що масовість і одночасність найменування великої кількості закладів, установ, понять і т.ін., номінативна некомпетентність і «лінощі» авторів назв призводять до появи скорочень, а отже й утворення складних слів різними способами словотвору. Внаслідок чого, первісна багатослівна назва стає «незграбною», неекономною, що знову ж таки призводить до скорочення [11, с. 132].

Тож можемо говорити про явище економії мовної енергії, що є важливою складовою для мови ЗМІ, адже завдяки утворенню складних слів автори можуть використовувати більше функційно-стилістичних можливостей вказаних одиниць, більше естетичне та понятійне наповнення. І це все дасть змогу надати цим словам більшого комунікативно-прагматичного потенціалу – викликати у реципієнта нові асоціації, емоції, сформувані необхідне ставлення до зображуваного, що є передумовою основного завдання – спершу вплинути на читача, а згодом переконати.

Отже, бачимо, що явище економії зумовлює використання саме способу, коли одне слово перебирає на себе функцію цілого словосполучення і в зв'язку з цим змінює й синтаксичну функцію (*автомобільний друг – автодруг, мазати брудом – брудомазія, гоголівський фестиваль – гогольфест, жертви грант – грантожер, автомобіль для коханої – коханомобіль* тощо). Через те, що такі конструкції є завжди значно коротшими, ніж громіздкі словосполучення, деколи порівняння або й навіть цілі речення, які є основою побудови таких конструкцій, тому і є «найбільш економним засобом номінації» [13, с. 143].

Традиційно в українському мовознавстві осново- і словоскладання вирізняють як окремі, самостійні й рівноправні способи словотворення [14, с. 370] унаслідок використання яких утворюються складні слова.

У словотвірній практиці визнано, що до складних належать слова, утворені складанням повних основ, здебільшого двох, а також скорочених основ. За твердженням А. Нелюби, такі слова в українській мові становлять два різновиди:

– поєднання першого скороченого і другого повного елементів: *технагляд, держплан, укрмова;*

– поєднання двох (рідше трьох) скорочених елементів: *продмаг, комунгосп, техред, райагропром*.

Такі різновиди було виокремлено на підставі відмінностей у процесах формування номенів, їхнього статусу та реальних наслідків у словотвірні номінації [11, с. 141].

За твердженням В. Горпинича, на підставі твірних елементів виокремлюють два типи складних одиниць: складені слова – поєднання кількох слів у єдину лексичну одиницю (*депутат-коаліціант, країна-імпортер, водій-порушник, жінка-роботодавець, сусід-пенсіонер, депутат-бютівець, спідниця-«олівець», чоботи-«угі»*) і складні слова – похідні, що утворилися поєднанням кількох основ у цілісну лексичну одиницю (*кризомор, кучмовіз, літозбір, наркопригода, відео вакансії, сонцемобіль*) [6, с. 128].

Відповідно до цього спробуємо вказані явища розглянути крізь призму процесів словотвірної номінації й одночасно з'ясувати їхній зв'язок із явищами мовної економії.

Словоскладання, читаємо в Енциклопедії «Українська мова» – це «спосіб словотворення дво- або кількакореневих похідних – юкстапозитів шляхом поєднання окремих слів чи словоформ» [14, с. 569]. У цьому способі дослідники виділяють декілька різновидів словоскладання: зрощення (*в'язаносплетений, маловідомий, непроглядно-білий*), прикладковикористання (*терорист-жартівник, www-залежний, б'юті-бокс*), редуплікація (*хитрий-хитресенький, теплий-теплий, гарний-гарнісінький*). Зрощення вважають «прикладом чистої конденсації», у якій «практично економиться лише пропуск між словами» [12, с. 16], отже ознака словосполучення таких утворень виражена тільки на письмі, а якщо реалізуємо в усному мовленні – відсутністю паузи. Прикладковикористання за своїми основними ознаками більше нагадує словосполучення, але більшість мовознавців не відносять слова утворені таким типом ні до складних, ні до словосполучень, бо їхня структура має не морфологічні, а синтаксичні складники. Визначення редуплікації трактується як повне або часткове повторення кореня, основи або всього слова і дуже часто такі мовні одиниці не мають номінативної функції, бо мало чим відрізняються від словосполучень на зразок *одним один, раз у раз*. Отже, можемо констатувати, що утворилися вони не словотвірним шляхом, без використання словотворчих ресурсів, а як засвідчує Клименко Н. Ф. «будуються вони як синтаксичні структури за допомогою оформлення типів зв'язку, а не як морфологічні структури простих слів завдяки уточненню семантики їхніх складників» [8, с. 18].

Основоскладання, скорочення слів і основ – є одним із найпродуктивніших і найпоширеніших способів творення складних одиниць у сучасній українській мові, а й відповідно і у мові сучасної преси, суть якого полягає у поєднанні основ за допомогою сполучних голосних [14, с. 413] (*ціноутворення, товарообіг, офісноменеджерський, океаноельзологія, першогрім, серцезмішання*)

З огляду на морфемну будову згаданих і подібних номенів можна говорити про складність їхньої структури, бо в них безсумнівно виділяється кілька коренів чи основ.

Проте, на думку сучасної дослідниці М. Глуховської, «основоскладання відзначається найменшою продуктивністю, оскільки у творенні інновацій загалом наслідують традиційні ознаки дериватів інструментальності, і має свою специфіку: під час основоскладання використовують лише нулів суфікс (*картоплестріл, зерноліт*), а також те, що деякі елементи основоскладання виявляють тенденцію до зміни свого статусу, тобто через частотність використання набувають ознак афіксоїдів (*глуздометр, майданобус, таксобус, книжкабус*)» [5, с. 11].

Незаперечним є те, що саме складні слова на сьогодні є дуже доречним явищем з погляду мовної економії у медійній комунікації, оскільки поширення явища мовної моди, вживання в медійній комунікації нових мовних одиниць, які використовуються в нових інформаційних реаліях з оновленою семантикою і стилістичними функціями є дуже актуальним. Цікаво, що ЗМІ часто тиражують ці мовні явища, що закарбовуються в масовій свідомості реципієнтів, а ті в свою чергу потім дуже часто ними користуються. Напр.: **самофóто** (фото, яке робиш сам (український відповідник до англ. selfie). *На темі небезпечних самофотів вже активно спекулюють і російські ЗМІ* (Смолоскип України, 3/16, с. 2) або ще й такі кумедні найменування: *самознімка, самосвітлик* (від сам + світл(ина) + суфікс –ик–), *себешечка, самоклац, себеклац, особисточка, себенчик, селфі-нація, селфіцид, селфівник* – те саме, що й селфі. Ж. Колоїз дала тлумачення таким одиницям, які варто розуміти як «неадаптовані, унікальні, що характеризуються неповторністю та несподіваністю до вже адаптованих» [9, с. 56], адже більшість із таких слів є зовсім новими в нашій мові і постійно поповнюють лексичний склад. Адже мова сучасної публіцистики свідчить про активне та інтенсивне утворення складних слів. І спричинено це дією різноманітних чинників: від політичних та економічних подій в Україні до регулярного пошуку нових мовних форм. Напр.: *Сьогодні можемо говорити, що Володимир Івасюк знову випередив свій час і став піонером славнозвісного «Ленінопаду», котрий нещодавно пронісся Україною,*

наче свіжий вітер з карпатської полонини... (Літературна Україна. № 11 (5794). 16 березня. 2019. С. 7); *Питання рідності органічно переплітається з темою богошукань* (Літературна Україна. № 35 (5768). 27 вересня. 2018. С. 5); *Але я не зрадофіл...* (Літературна Україна. № 35 (5768). 27 вересня. 2018. С. 4); *І ось ми після одної такої «чарконаради» ідемо від «склянки» додому до станції метро* (Літературна Україна. № 9 (5792). 2 березня. 2019. С. 7).

Політична та військова ситуація 2013 – 2019 рр. в Україні дала поштовх журналістам до утворення ще новіших лексичних утворень, так званих авторських неологізмів, які дуже швидко ввійшли у користування і на сьогодні такі слова використовує значна частина реципієнтів. Напр.: *автомайдан, євромайдан, лжемайдан, правосек, Радагаскар (Верховна Рада), булавохапання, ватотермінатор, вєстеносець, газосрач, Дніпротурчинськ, Дніпроценюк, Елденеерія, кацапстанський, Кернодобкінець, Кримнашівець, Ляшкоманія, Медведчукодан* і багато інших.

На початку ХХІ сторіччя дуже поширеним явищем став процес гібридизації – а саме утворення складних слів шляхом поєднання запозиченої та власнеукраїнської основи, що згодом спричинило певну «моду на слова». Їхніми твірними здебільшого стали основи словосполучень, компоненти яких можуть мати або не мати асоціативні ознаки (*бруднопис, легкопис, євробляха, лайвербердівець, Путімон (Путін+покемон), Рашотудейний, скайпопятика*). Помітним у цій групі є прийом ігрового перекладу іншомовних слів власне українськими стилістично забарвленими засобами (напр.: *лайкоман, бігборди і бігморди, Фейсбук і Мордокнижка, Лайноньюз (лайно+Лайфньюз), Лугандопітек (Зневажлива назва жителів Луганди (зневажлива назва самопроголошеної терористичної ЛНР), Пионкафон (Телефон у стилі В. Пионки (колишній генпрокурор України), хатоскрайник*)

Очевидним є те, що всі скорочення в мові мають лише дві найзагальніші спільні ознаки: складні слова постали через бажання й намагання мовців зекономити (час, простір, енергетичні й графічні затрати) і те, що всі мають генетичні повні відповідники – слово чи словосполучення [11, с. 41].

Словотвірними також є процеси утинання слів, що неодноразово привертали увагу науковців, тож спробуємо побіжно розглянути декілька з них: *фанатик, фанат, фан, професіонал-профі, депутат – деп, фестиваль-фест, тележурналіст – тележурик, радіожурналіст – радік, вундеркінд – вундик, стадіон – стадік, ризик – рез* тощо. Наприклад: *інфа, інет, комп.* Деякі з наявних в українській мові утинків потребують окремих пояснень, щодо особливостей їх уживання, оскільки, використовуючи такі вирази, слід дуже доречно відбирати такі одиниці для правильного їх розуміння.

Як бачимо, дериваційне ядро складних слів формують іменники, малопродуктивними є складні прикметники, дієприкметники та прислівники, які часто фіксують як редуplikовані (*високо-високо, багато-багато*) або ж синонімічні (*добровільно-примусово, трохи-потроху*).

Підвищена увага мовознавців до складних лексем є цілком закономірною, адже такі короткі висловлювання часто несуть у собі глибокий зміст, цим самим збагачуючи нашу мову задля уникнення надлишковості та одноманітності мовлення.

Висновки та перспективи дослідження. Отже, можемо стверджувати, що складні слова є результатом відображення взаємодії мови, зокрема її словотвірної системи, з особливостями розвитку і потребами українського суспільства на сучасному етапі стрімкого розвитку інформаційного суспільства, а також на тлі економічних та політичних змін у державі. ЗМІ та пресові видання поряд із публіцистикою та художньою літературою – це головне джерело оновлення, збагачення та поповнення української лексики новими словами. Складні слова як економні за формою номінативні одиниці відзначаються значним семантичним наповненням. Таким чином вони є частим явищем у мові і чудовим виразально-зображальним стилістичним засобом. Адже функціонування розлогих складних синтаксичних конструкцій, нетипових описових зворотів тощо для мови ЗМІ є небажаним явищем, а це є передумовою використання в масмедійному дискурсі більш стислих, а отже більш влучних форм. Отже, явище мовної економії водночас є бажаним явищем у лексичній системі української мови, адже має на меті простоту і доступність донесення думки реципієнтові, але з іншого боку, пошук більш вдалих (коротких) мовних конструкцій іноді дещо впливає на правильність розуміння короткої вербальної форми, що зумовлює правильний його вибір.

Література

1. *Азарова Л.Є.* Закономірності структурної організації багатокomпонентних складних слів у концепції «золотої» пропорції // Проблеми гуманітарних наук : збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія». Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2018. Випуск 38.

2. *Азарова Л.Є.* Складні слова в українській мові: структура, семантика, концепція «золотої» пропорції : [монографія]. Вінниця : Універсум-Вінниця, 2000. 222 с.

3. *Берега Т.* Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української мови. Львів : Апріорі, 2015. 420 с.

4. Будагов Р. А. Определяет ли принцип экономии развитие и функционирование языка // Вопросы языкознания. 1972. № 1. С. 17–36.
5. Глуховська М. С. Асоціативно-порівняльна мотивація українських словотвірних інновацій у сфері іменника [Текст] : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Глуховська Марина Сергіївна ; Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2019. 20 с.
6. Горпинич В. О. Сучасна українська літературна мова. Морфеміка. Словотвір. Морфонологія. К. : Вища школа, 1999. 208 с.
7. Зимица Л. О. Принцип экономии в современной рекламе : автореф. диссертации на соискание уч. степени кандид. филол. Наук : спец. 10.02.01 «Русский язык». Томск, 2007. 20 с.
8. Клименко Н. Ф. Словотворча структура і семантика складних слів у сучасній українській мові. К. : Наукова думка, 1984. 251 с.
9. Колоїз Ж. В. Українська okazіональна деривація. К. : Акцент, 2007. 311 с.
10. Мартине А. Принцип экономии в фонетических изменениях. М. : Изд-во иностранной литературы, 1960. 437 с.
11. Нелюба А. М. Явища економії в словотвірній номінації української мови. Х., 2007. 302 с.
12. Никитевич В. М. Основы номинативной деривации. Минск : Вышэйшая школа, 1985. 185 с.
13. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : [монографія]. [2-ге вид., переробл.]. К. : Пугач, 2005. 388 с.
14. Українська мова. Енциклопедія. К. : Українська енциклопедія, 2000. 752 с.

References

1. Azarova L.Ye. (2018), *The regularities of the structural organization of multicomponent complex words in the concept of "golden" proportions* [Zakonomirnosti strukturnoi orhanizatsii bahatokomponentnykh skladnykh sliv u kontseptsii «zolotoi» proporsiyi] // Problemy humanitarnykh nauk : zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriya «Filolohiya». – Drohobych : Redaktsiyno-vydavnychiy viddil DDPU imeni Ivana Franka, Vyp. 38.

2. Azarova L.Ye. (2000), *Complex words in the Ukrainian language: structure, semantics, concept of "golden" proportions* [*Skladni slova v ukrainskii movi: struktura, semantyka, kontseptsiiia «zolotoi» proporsiyi*], Universum-Vinnytsia, Vinnytsia, 2000, 222 p.
3. Bereza T. (2015), *Good language - in one word: a dictionary of exquisite Ukrainian language* [*Harna mova – odnym slovom: slovnyk vyshukanoi ukrainskoi movy*], Apriori, Lviv. 420 p.
4. Budagov R.A. (1972), *Does the principle of economy determine the development and functioning of a language?* [*Opredelyaet li printsip ekonomii razvitie i funktsionirovanie yazyka*] // Questions of linguistics [*Voprosy yazykoznavniya*]. Vyp. 1. – Pp. 17 – 36.
5. Hlukhovska M.S. (2019), *Associative-comparative motivation of Ukrainian word-building innovations in the sphere of the noun: Author's thesis* [*Asotsiatyvno-porivnialna motyvatsiia ukrainskykh slovotvirnykh innovatsii u sferi imennyka: avtoreferat dys. ... kand. filol. nauk*], Kharkiv, 20 p.
6. Horpynych V.O. (1999), *Contemporary Ukrainian Literary Language. Morphemic Wordwork Morphology* [*Suchasna ukrainska literaturna mova. Morfemika. Slovotvir. Morfonolohiia*], Vyshcha shkola, Kyiv, 208 p.
7. Zimina L. O. (2007), *The principle of savings in modern advertising: Author's thesis* [*Printsyp ekonomii v sovremennoy reklame: avtoreferat dys. ... kand. filol. nauk*], Tomsk, 20 p.
8. Klymenko N.F. (1984), *Word-building structure and semantics of complex words in modern Ukrainian language* [*Slovotvorcha struktura i semantyka skladnykh sliv u suchasniy ukrainskiy movi*], Naukova dumka, Kyiv, 1984, 251 p.
9. Koloiz Zh.V. (2007), *Ukrainian Occasional Derivation* [*Ukrainska okazionalna deryvatsiia*], Aktsent, Kyiv, 2007, 311 p.
10. Martine A. (1960), *The principle of economy in phonetic changes* [*Printsyp ekonomii v foneticheskikh izmeneniyakh*], Izd-vo inostrannoy literatury, Moscow, 1960, 437 p.
11. Neliuba A.M. (2007), *The phenomena of economy in the word-building nomination of the Ukrainian language* [*Yavyshcha ekonomii v slovotvirniy nominatsiyi ukrainskoi movy*], Kharkiv, 2007, 302 p.
12. Nikitevich V.M. (1985), *Basics of nominative derivation* [*Osnovy nominativnoy derivatsiyi*], Vysheyschaya shkola, Minsk, 1985, 185 p.

13. Styshov O.A. (2005), *Ukrainian vocabulary of the late twentieth century (based on the language of the media)* [*Ukrainska leksyka kintsia XX stolittia (na materialy movy zasobiv masovoi informatsiyi)*], 3d ed, Puhach, Kyiv, 2005, 388 p.

14. *Ukrainian language. Encyclopedia* [*Ukrainska mova. Entsyklopediya*], Ukrainska entsyklopediya, Kyiv, 2000, 752 p.

О. А. Попкова,
*Херсонский государственный университет,
кафедра украинского языка*

СЛОЖНЫЕ СЛОВА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕНДЕНЦИИ К ЯЗЫКОВОЙ ЭКОНОМИИ В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ НАЧАЛА XXI ВЕКА

Статья посвящена анализу словообразовательных процессов в языке публицистического стиля начала XXI века. Выяснено, что пресса отражает современные общезыковые тенденции. Установлено, что СМИ и пресса являются главными источниками обновления и пополнения украинской лексики, поскольку массмедийные ресурсы также испытывают существенные модификации.

Ключевые слова: сложные слова, языковая экономия, массмедийный дискурс.

О. А. Popkova,
*Kherson State University,
Department of the Ukrainian language*

COMPLEX WORD AS A TENDENCY TO THE LANGUAGE ECONOMY MASS-MEDIA DISCUSSION OF THE 21st CENTURY BEGINNING

The article is devoted to the analysis of word-formation processes in the language of the journalistic style of the early twenty-first century. It was found out that the press reflects contemporary general trends. It is established that mass media and the press are the main sources of updating and updating of the Ukrainian vocabulary, as mass media also undergoes radical modifications.

The purpose of our research is to find out the notion of linguistic economy, the reasons for its occurrence, as well as how today journalists implement the compression process (reduction, reduction) at the lexical level, namely, the law of economy of language resources, which is found in search of more successful (short) linguistic constructions and that corresponds to modern media communication, which means simply and accessible to communicate the opinion to the recipient.

The object of the study is complicated words in the mass media of the early twenty-first century. The subject of the study is the derivational and functional-stylistic features of complicated words in the language of the press of the early twenty-first century.

For multivariate analysis of complicated words the following methods were used: descriptive, which enabled to reveal the formal signs of complicated words of the modern press, to study the factors of the creation of complicated units; component (for the description of semantics of complicated units) and functional (for distinguishing the functions of complicated words in the language of the press).

Consequently, we can argue that complicated words are the result of reflecting the interaction of language, in particular its word-building system, with the peculiarities of development and the needs of Ukrainian society at the present stage of the rapid development of the information society, as well as against the background of economic and political changes in the state. Media and press releases, along with journalism and artistic literature, are the main source of renewal, enrichment and replenishment of the Ukrainian vocabulary with new words. Complicated words as economical in form nominating units are

marked by significant semantic content. Thus, they are a frequent phenomenon in language and a wonderful expressive-figurative stylistic means.

In the long run, we see the study of the derivational and stylistic features of complicated words that function in the language of the media.

Key words: complex words, linguistic economy, media discourse.