

**С. А. Мартос  
С. М. Климович  
А. Ф. Соломахін**

**УКРАЇНСЬКА МОВА:  
ЛЕКСИКОЛОГІЯ  
І ФРАЗЕОЛОГІЯ**

**Навчальний посібник**



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2022

**Рецензенти:**

**Рускуліс Л. В.** – доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри української мови і літератури МНУ імені В. О. Сухомлинського;

**Фінклер Ю. Е.** – доктор філологічних наук, кандидат соціологічних наук, професор, професор кафедри видавничої справи та медіакомунікацій Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради  
Херсонського державного університету  
(протокол № 2 від 26 вересня 2022 року)*

**Мартос С. А.**

М29 Українська мова: лексикологія і фразеологія : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності «Журналістика» / С. А. Мартос, С. М. Климович, А. Ф. Соломахін. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. – 236 с.

ISBN 978-617-554-068-8

Навчальний посібник складено відповідно до Стандарту вищої освіти України: першого (бакалаврського) рівня, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика з дотриманням принципів науковості, послідовності й наступності у вивченні навчального матеріалу.

Запропоновані матеріали орієнтують навчальний процес на пошуково-творчі вправи, містять систему різноманітних завдань, які формують основні мовні компетентності сучасного журналіста та редактора мультимедійних ЗМІ. Посібник містить термінологічний словник і перелік рекомендованих онлайн-джерел для самостійної роботи.

Може бути корисним для викладачів і здобувачів вищої освіти спеціальності «Журналістика».

УДК 811.161.2:[81'373+81'373.7](075.8)

© С. А. Мартос, 2022

© С. М. Климович, 2022

© А. Ф. Соломахін, 2022

ISBN 978-617-554-068-8

<b>ПЕРЕДМОВА.</b> . . . . .	<b>4</b>
<b>ПРОГРАМА КУРСУ.</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ.</b> . . . . .	<b>9</b>
<b>ЛЕКСИКОЛОГІЯ. СЛОВО І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ.</b> . . . . .	<b>24</b>
<b>СИНОНІМИ. ОМОНІМИ. АНТОНІМИ.</b> . . . . .	<b>53</b>
<b>ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПОХОДЖЕННЯМ.</b> . . . . .	<b>74</b>
<b>ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗІ СТИЛІСТИЧНОГО ПОГЛЯДУ.</b> . . . . .	<b>93</b>
<b>РОЗВИТОК СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.</b> . . . . .	<b>111</b>
<b>ФРАЗЕОЛОГІЯ.</b> . . . . .	<b>134</b>
<b>ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.</b> . . . . .	<b>148</b>
<b>РЕКОМЕНДОВАНІ ОНЛАЙН-ДЖЕРЕЛА.</b> . . . . .	<b>233</b>

## Компетентності і програмні результати навчання

### 1. Анотація курсу

Вивчення дисципліни «Мовна підготовка: українська мова» у закладах вищої освіти, зокрема спеціальності 061 Журналістика, зумовлене як теоретичними, так і практичними міркуваннями. Практичне значення курсу полягає в опануванні теоретичного матеріалу, закріпленні його шляхом виконання комплексу вправ і завдань з метою майстерного володіння словом в усіх його аспектах майбутніми журналістами, піднесенні культури мовлення суспільства в цілому.

Викладання курсу передбачає вивчення специфіки мови сучасної преси як одного з найважливіших засобів масової інформації; окреслення меж її впливу на становлення норм літературної мови. При цьому засвоюються лексичні особливості газетного дискурсу, виявляються мовні зміни в сучасних газетних жанрах, закріплюються норми літературної мови з метою усунення мовних помилок, що знижують рівень культури ЗМІ.

### 2. Мета та завдання курсу

**Мета:** різнобічний мовленнєвий розвиток майбутніх фахівців, усвідомлення місії комунікативної, репрезентативної та культуроносною функцій української мови в засобах масової інформації.

#### Завдання:

- усвідомлення суті понять «сучасна українська літературна мова», «національна мова», «мова ЗМК»;
- знання особливостей публіцистичного стилю та його жанрів;
- розрізнення особливостей лексики, граматики, орфоепії, орфографії та етикету в мові ЗМК;
- засвоєння орфоепічних, орфографічних, граматичних, лексичних, стилістичних норм української мови;
- уміння виступати з доповідями та повідомленнями перед аудиторією за результатами власної пізнавальної діяльності, дотримуючись орфоепічних і граматичних норм;
- здатність дискутувати, переконливо аргументуючи особисту життєву позицію, узгоджуючи її із загальнолюдськими моральними і етичними нормами;

- писати твори, добираючи відповідні мовні засоби, виражаючи своє ставлення, враховуючи ситуацію спілкування, зокрема адресата;
- вільно користуватися словниками;
- редагувати неправильно побудовані речення, виправляти орфоепічні і граматичні помилки в мові ЗМК.

### 3. Програмні компетентності та результати навчання

Після успішного завершення дисципліни здобувач формуватиме такі програмні компетентності та результати навчання:

**ІК 1.** Здатність виконувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

**ЗК 02.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК 04.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**ЗК 05.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ЗК 08.** Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

**ЗК 11.** Здатність спілкуватися державною мовою.

**СК 02.** Здатність формувати інформаційний контент.

#### Програмні результати навчання:

**ПР 04.** Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

**ПР 11.** Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою.

**ПР 14.** Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

**ПР 15.** Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

**ПР 17.** Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

**ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ.** Поняття національна та літературна мова. Найістотніші ознаки літературної мови. Усна й писемна форми існування мови та особливості їх використання в засобах масової інформації. Поняття норми літературної мови, нормативних варіантів. Типи норм. Стилї сучасної української літературної мови. Публіцистичний стиль, його різновиди. Інформативно-впливова та соціально-оцінна функція публіцистичного стилю. Місце публіцистичного стилю в системі функціональних стилів літературної мови. Роль публіцистичного стилю у формуванні стилістичних і мовних норм. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Фахова мова журналіста. Мовне законодавство та мовна політика в Україні. Мовне питання у Конституції України. Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Культура мовлення журналіста.

**ЛЕКСИКОЛОГІЯ. СЛОВО І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ.** Лексикологія в системі лінгвістичної підготовки журналіста. Предмет лексикології. Загальна характеристика словникового складу української мови. Слово як одиниця мови. Слово та поняття. Типи лексичних значень слів в українській мові. Лексична сполучуваність та її порушення в журналістському тексті. Полісемія (багатозначність слів) та моносемія (однозначність слів). Стилїстичне використання багатозначності слова. Терміни. Ключові терміни журналістики. Функціонування термінів у мас-медіа. Пряме й переносне значення слова. Основні типи переносних значень слів. Метафора, метонімія, синекдоха в текстах ЗМІ. Виникнення експресії у зв'язку з переносним уживанням слова.

**СИНОНІМИ. ОМОНІМИ. АНТОНІМИ.** Синоніми, їх основні типи: ідеографічні (семантичні), семантико-стилїстичні, контекстуальні, абсолютні. Синонімічний ряд. Використання в мові ЗМІ ідеографічних синонімів. Слова-дублети й абсолютні синоніми. Використання в журналістських текстах стилїстичних синонімів. Застосування в мові ЗМІ контекстуальних синонімів. Роль синонімів у забезпеченні точності висловлювання. Місце перифраз у журналістському

тексті. Принципи заміни слів перифразами. Евфемізми на сторінках преси. Омоніми. Повні омоніми, омофони, омограми, омоформи. Явище міжмовної омонімії. Міжмовні омоніми в журналістському тексті як вияв незнання значення українського слова. Можлива двозначність за непередуманого використання омонімів. Стилїстична мета використання омонімів; каламбур у журналістському тексті. Пароніми. Парономазія як стилїстичний прийом у масмедіа. Антоніми загальномовні та контекстуальні. Функції антонімів у журналістському тексті. Образно-виражальні засоби, побудовані на антонімії. Антитеза, оксиморон у масмедійному дискурсі.

**ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПОХОДЖЕННЯМ.** Групи лексики сучасної української мови за походженням. Власне українська і запозичена лексика. Основні причини запозичень. Різновиди запозичень: лексичне, словотвірне, морфологічне, семантичне, калькування. Слова іншомовного походження. Фонетичні та морфологічні ознаки іншомовних слів. Зловживання іншомовними словами. Явище пуризму. Інтернаціоналізми, їх ознаки. Кальки. Екзотизми (етнографізми) та варваризми, їх значення в публіцистичному тексті. Іншомовні слова в сучасних засобах масової інформації. Функціональна і стилїстична характеристики різних за походженням слів у журналістських текстах.

**ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗІ СТИЛІСТИЧНОГО ПОГЛЯДУ.** Стилїстичне розшарування лексики. Використання в пресі лексики загальноновживаної та стилїстично забарвленої. Загальноновживана, професійна та спеціальна лексика. Професіоналізми і терміни. Територіальні й соціальні діалекти. Територіальні діалектизми, арготизми, жаргонізми й сленгізми, суржик у ЗМІ. Конфесійна лексика у журналістських текстах. Стилїстично нейтральна лексика. Умови використання в мові ЗМІ суспільно-політичної, виробничо-професійної, науково-термінологічної, офіційно-ділової, розмовної, просторічної лексики. Емоційно-експресивні різновиди мовлення. Слова урочисті, піднесено-схвильовані, іронічні, зневажливі, презирливі та їх використання в журналістських текстах. Застарілі слова. Архаїзми як засіб надання урочистості або «зниження» висловлювання.

Використання історизмів для відтворення колориту епохи. Стилстичне використання історизмів і архаїзмів у мові ЗМІ.

**РОЗВИТОК СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.** Неологізація лексики в українських ЗМІ як ознака суспільного поступу. Неологізми. Нові аббревіатури в українській пресі. Межі використання в журналістських текстах нових складноскорочених слів. Українська модерна політологічна лексика. Іншомовні слова та їх українські відповідники. Терміни ринкової економіки. Комп'ютерна термінологія. Інші наукові терміни. Фемінітиви у ЗМІ як відображення суспільних викликів сьогодення. Експресивне словотворення в газетних текстах. Мовотворча діяльність журналістів, її роль у збагаченні словникового складу української мови. Неолексеми, okazіоналізми в газетних текстах. Уплив суспільно-політичних, економічних, культурологічних факторів на розвиток лексики української мови.

**ФРАЗЕОЛОГІЯ.** Фразеологічна одиниця і слово. Відтворюваність як основна ознака фразеологічної одиниці. Класифікація фразеологічних одиниць. Джерела і склад української фразеології. Фразеологія і збагачення засобів вираження в журналістському тексті. Використання фразеологізмів у журналістських текстах залежно від їх жанрових різновидів. Трансформація фразеологізмів у мові мас-медіа. Фразеологізми як мовні кліше в засобах масової інформації. Фразеологізм і контекст. Номінативні функції фразеологізмів. Фразеологізми як засіб емоційного впливу в газетному, теле- і радіомовленні. Майстерність журналіста у використанні фразеологічних засобів.

## ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чому авторка називає літературну мову соціально престижною? Як ви розумієте поняття «мовна мода»?

Ставлення до літературного стандарту, або кодифікованої літературної мови як соціально престижної форми національної мови, змінюється залежно від освіти, територіального походження мовців, їхнього професійного, культурного рівня, соціального статусу. Дотримання загальноприйнятої літературної норми сприяє порозумінню між автором і читачем. Але там, де вступає в дію мовна мода, не дбають про порозуміння, доступність інформації, а ставлять за мету здивувати читача, слухача незвичністю, оригінальністю висловлювання.

(С. Єрмоленко)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте вислови відомих людей про рідну мову. Прокоментуйте їх.

1. Мова – душа кожної національності, її святощі, її національний скарб. У мові наша стара й нова культура, ознака нашого

національного визнання... І поки живе мова – житиме і народ, як національність. Не стане мови – не стане й національності: вона геть розпоршиться «поміж дужчим народом»... (І. Огієнко).

2. Незвичайний педагог – рідна мова – не тільки навчає багато чого, а й навчає напрочуд легко, за якимсь недосяжним полегшеним методом (К. Ушинський).
3. Той, хто зневажливо ставиться до рідної мови, не може й сам викликати поваги до себе (О. Гончар).
4. Все називається Україною – універмаг, ресторан, фабрика. Хліб український, телебачення теж українське. На горілчаній етикетці експортний гетьман з булавою. І тільки мова чужа у власному домі... (Л. Костенко).
5. Українське слово. Ти частка тих, хто вже давно померли, їх жага нетлінна, безсмертне і величне, як Говерла, багате і дзвінке, як Україна. Закоханим – ти лагідна, як мати, а недругам як постріл із гармати. Беру тебе, як скарб, в пісенній вроді з джерел, що не міліють у народі (Д. Луценко).
6. Українській мові – як цариці, українській мові я складаю шану і любов. Тільки безсердечні й безголові зневажають знов тебе і знов. Тільки ті, які добра не знають, у яких сумліннячко слабе, що ні серця, ні душі не мають, – можуть відцуратися тебе! (О. Гуменюк).
7. Слова – полова, Але огонь в одежі слова – Безсмертна, чудотворна фея, Правдива іскра Прометея (І. Франко).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте вислів. До Міжнародного дня рідної мови (21 лютого) напишіть вітання студентам і викладачам вашого закладу вищої освіти, узявши слова Пантелеймона Куліша за епіграф.

Своєї мови рідної і свого рідного звичаю вірним серцем держітеся. Тоді з вас будуть люди як слід, тоді з вас буде громада шановна, і вже на таку громаду ніхто своєї лапи не положить (П. Куліш).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Ознайомтеся з книгою. Які факти наводить автор, визначаючи високий рівень мовної свідомості? Що зображено на фото? Знайдіть інформацію про цей об'єкт. Напишіть замітку.



Пилип Селігей у книзі «Мовна свідомість: структура, типологія, виховання» виділяє з недавньої історії різних народів вияви протесту проти порушення мовних прав. Він зазначає: «Задля захисту мови учасники цих протестів ставили під загрозу свою свободу, а інколи – життя. Отже, вони не просто вболівали за мову, а сприймали її як непроминущу цінність, вважаючи невіддільною часткою свого «Я». Це дає підстави впевнено розпізнати в них високий рівень мовної свідомості».

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Про який період історії України йдеться? Пригадайте, що ви знаєте про українізацію. Наведіть кілька фактів. Прокоментуйте останнє речення тексту.

Вивчаючи події в хронологічному порядку, не можна позбутися враження, що за кожен здобуток українізації довелося платити втратою української сили або потенціальної української сили. Отож, українізація була процесом двобічним. Рівнобіжно до заходів, спрямованих на поширення української мови, робилося зусилля знизити українську культуру, а з нею й мову. Ці зусилля, окрім прямих наслідків, породжували страх. Розмовляти по-українському на людях – хоч це офіційно заохочувалося – вважалося серед міського населення ризикованим, хіба що при спеціальних okazіях, які офіційно проголошувалося українськими.

(Ю. Шевельов)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи звертаєте ви увагу на мовні помилки у мовному портреті вашого населеного пункту? Поміркуйте, яким чином ви як майбутній журналіст можете сприяти уникненню анормативів? Знайдіть помилки на зображеннях міських об'єктів Херсона, сформулюйте правила правопису.

Допомагала уникати помилок і «сторінка» «Мовні помилки». До рубрики регулярно потрапляли бігборди, афіші, назви магазинів та навіть етикетки різноманітних товарів із мовними недолугостями. У кадрі демонструвався «помилковий» об'єкт, пояснювалося походження помилки (росіянізм, звичайна неграмотність чи випадковість), а ведуча розповідала, як виправити ситуацію та уникати подібного надалі. Цікаво,

що у створенні рубрики часто брали участь телеглядачі: надсилали поштою або приносили до студії етикетки з помилками, повідомляли, де можна побачити неправильне вживання українських слів у місті.

(Головешко Д. Програма Запорізької ОДТРК «Мова як море»: 15 років мовного виховання. *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 182–189.)



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Прокоментуйте вислів. Поясніть словосполучку «пострадянський плебс». Чому авторка вживає великі літери, не завжди дотримуючись норм української мови?

Проблема мови – частина цієї глобальної проблеми громадянської культури суспільства. ПОВАГА ДО МОВИ – ЦЕ ПОВАГА ДО ЛЮДИНИ. До її культурного коріння. До її історичної та родинної пам'яті. До її моральних цінностей. Тобто повага до Іншого в системі культури, побудованій на центральності особистості. Тож у ставленні до української мови з боку пострадянського плебсу, де б він не перебував – у самій Україні чи за її межами, – ми постійно стикаємося з тією самою матрицею: особи, не навчені поважати Іншого, в Іншому здатні бачити лише міфічного «Ворога» з великої літери.

(О. Пахльовська)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Як ви розумієте висловлювання автора «екологічно чисті матеріали», «наше слово – це наша зброя»?

Формування та популяризування мовних норм взагалі, а особливо у ЗМІ – одне з важливих завдань культурної України. Цей процес повинен бути професійним, систематичним, різноманітним за формою та змістом, цікавим для пересічного реципієнта. Професіоналізм у тому, що авторами передач є мовознавці, які спільно з редакторами ЗМІ створюють «екологічно чисті» у мовностилістичному плані науково-популярні матеріали для ефіру. Ми повинні пам'ятати, що наше слово – це наша зброя.

(Білограць Х., Нечипір А. Мовностилістичні помилки ведучих українських телеканалів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки». 2019. Вип. 3. С. 129–135.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте словникову статтю. Доберіть 4–5 зразків різних підстилів публіцистичного стилю. Прослідкуйте, чи наявні в текстах основні ознаки публіцистичного стилю. Назвіть мовні засоби, характерні для кожного підстилю.

**Стиль** (лат. *stilus* від грецьк. *stylos* – загострена паличка для письма) **публіцистичний** (лат. *publicus* – суспільний, народний) – один з функціональних стилів літературного мовлення, призначений для передачі масової інформації. **Сфера використання:** громадсько-політична, суспільно-культурна діяльність, освіта. **Основне призначення** – вирішення суспільно-політичних питань, активний вплив на слухача або читача, спонукування його до діяльності; пропаганда певних думок, переконань, агітація за їхнє втілення. **Основні ознаки:** поєднання логічності доказів, точності висловлення з емоційно-експресивною образністю. **Основні мовні засоби:** суспільно-політична лексика, емоційно забарвлені слова й вислови. Властиве вживання іменних словосполучень, речень з однорідними членами, різного типу відокремлень, стилістичних фігур і тропів. Для С. п. характерні такі **підстилі:** 1) *власне-публіцистичний* (повідомлення, хроніка, прокламації, відкриті листи, огляди міжнародного життя); 2) *науково-публіцистичний* (ємні матеріали на теми сучасної політики, економіки та суспільних відносин, літературно-критичні статті, наукові та літературно-мистецькі огляди, рецензії); 3) *художньо-публіцистичний* (нариси, фейлетони, памфлети, мемуари, політичні доповіді); 4) *мовлення преси* (інтерв'ю, репортаж, хроніка, нарис); 5) *мовлення радіо і телебачення* (мова ведучих); 6) *усне публічне мовлення* (промови, виступи на зборах, мітингах); 7) *стиль церемоній*. Кожний з цих підстилів має свої мовні й жанрові особливості.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте словникову статтю. Яким чином сьогодні розповсюджуються «віруси»? Доберіть фрагмент публікації у газеті на тему «Екологія». Прослідкуйте, які риси притаманні газетному стилю.

**Стиль** (лат. *stilus* від грецьк. *stylos* – загострена паличка для письма) **газетний** – підстиль публіцистичного стилю; стиль письмової публіцистики, реалізований у ряді газетних жанрів. Йому притаманне використання суспільно-політичної лексики, оригінальність висловів, їхня доступність: *Список учасників передвиборної гонки закритий, і тепер розгортається боротьба кандидатів за наші голоси. Точніше – за наше мислення та нашу уяву. Щоб допомогти нам з вами зробити «правильний» вибір, мисливці за мандатами постараються гарненько нашу уяву затуманити. Як найбільш ефективний засіб застосовується компромат, але компромат від компромату різниться... Здебільшого компромат поширюється через пресу і ТВ... Але найбільш ефективним викидом компромату деякі фахівці вважають ... чутки. Роблять це так: у громадський транспорт підсідають два «пасажери» і починають перемивати кісточки одному з кандидатів. За пару днів плітки облітають усе місто, обростаючи найнеймовірнішими деталями. Фахівці називають це «технологією вірусу».*

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте висловлювання про роль мови для журналіста студентів спеціальності «Журналістика» ХДУ. Чи погоджуєтеся ви з наведеними міркуваннями? Доберіть заголовки до двох (на ваш вибір) висловлювань.

Мова – це універсальний спосіб вираження власної думки. Важливо вживати її правильно для того, щоб інші мали змогу зрозуміти вас. Для журналістів, мова – це їхній інструмент. У цій царині, як не в будь якій іншій, варто розуміти, що ваші слова можуть викликати як і гармонію серед народу, так і суспільний розлад. Саме тому нам, як майбутнім фахівцям, життєво необхідно знати рідну мову та вміти нею користуватися.

(Чибукіна Софія)

Для журналіста надзвичайно важливими є гарна вимова, чиста мова, грамотність та пристойний словниковий запас. Журналістів слухають і чують, їх читають та запам'ятовують, з них часто беруть приклад.

Це зобов'язує їх бути дещо грамотнішими, дещо кращими в знанні мови, ніж усі інші. Так, ми не філологи, проте ми – це обличчя українського телебачення, голос українського радіо та слова української преси. Однією з найголовніших місій журналіста була, є, буде поширення мови та слідування її правилам. Адже нас рано чи пізно буде слухати та читати вся Україна.

(Дрозд Марія)

Журналісти – це не філологи, вони відрізняються як мисленням, так і уявленнями про грамотність. Грамотний журналіст має не лише знати правила орфографії та пунктуації, а й розуміти те, про що пише та говорить. Уявіть собі, що буде з працівником, який опублікував рекламу або статтю, припустивши явних помилок. Під впливом побаченого/прочитаного, у читача пропаде авторитет і бажання отримувати інформацію від журналіста, який зробив це. Сама людина, яка є журналістом, асоціюється з такими словами, як комунікабельність, грамотність письмового та усного мовлення, емоційність, прямотинність, відповідальність за сказане та інтелект.

(Довбиш Альбіна)

Українська мова для журналістів є надзвичайно важливою. Адже саме журналісти своїми матеріалами на телебаченні, радіо, газетах, сайтах або навіть власних блогах можуть формувати мову нашого народу. Люди, а особливо діти, сприймають все, що читають або чують, тому медійникам необхідно слідкувати за своєю вимовою та розвивати своє мовлення й думки саме українською.

(Кравченко Анастасія)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте вислови Івана Огієнка. Чи актуальні вони сьогодні? Аргументуйте свою відповідь.

1. Нікому не хочу витикати їхніх «помилочок», – хочу тільки допомогти нашій пресі скоріш створити найміцніший ґрунт для розвитку нашої культури – соборну літературну мову... всі ми спокійно приймаємо... лікарські поради, так само можна приймати й фахові поради мовні, коли мовний організм наш «не в порядку».
2. Через те, що рідна мова – найголовніший ґрунт, на якому духовно зростає й цвіте нація, рідномовна політика – це найважливіша політика всякого народу.

(І. Огієнко)



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Поміркуйте, чи може журналіст зробити внесок у творення мови? Дайте письмову відповідь на одне із запитань автора: «Хіба в сучасному суспільстві можлива комунікація невнормованою мовою?», «Хіба етично пишати мовою, а водночас нічого не робити для її блага?».

Утім наївно думати, буцімто нормативність можна усунути із сучасної лінгвістики. Норма незнищенна, надто ж у мовленні. Усі, хто хоче розмовляти й писати правильно, гарно, ефективно, звіряють своє мовлення з нормами. Порад щодо граматики, слововжитку, довершеного стилю пересічні мовці потребуватимуть завжди. А як інакше? Хіба в сучасному суспільстві можлива комунікація невнормованою мовою? Навіть самі антинормалізатори, заперечуючи мовні норми, послуговуються при цьому об'єктом свого заперечення.

Мова – спільний витвір попередніх поколінь. А коли так, то й наше покоління має зробити внесок у її творення. Хіба етично пишати мовою, а водночас нічого не робити для її блага?

(Селігей П. Нормативний підхід у мовознавстві й мовна критика. *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 66–72.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте вислів. Перефразуйте його, зберігаючи зміст висловлювання.

Святий обов'язок журналістів – донести до всіх людей гуманістичний зміст української національної ідеї, всебічно розкрити, показати, що незмінним її складником є державна незалежність, самодостатня цінність особистості, розвинена національна самоповага, господарська дбайливість, чесність, порядність, патріотизм, взаємодопомога, матеріальний добробут.

(В. Лизанчук)

**ЗАВДАННЯ.** Напишіть есей, узявши за початок перше речення наведеного вислову.

Якщо національна мова віддзеркалює обличчя народу, то мова ЗМІ відбиває обличчя держави. Різні політичні партії, товариства, громадські організації, виробничі об'єднання, соціальні групи, виражаючи себе у слові, що йде у світ через різні канали, у своїй сукупності створюють відповідний образ держави.

(Г. Євсєєва)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті про українську періодику 1917–1920 років. У чому, на вашу думку, полягає відмінність мовних реалій сьогодення від реалій зазначеного періоду, про які пише О. Данилевська? Напишіть замітку на тему «Преса – об'єкт і суб'єкт мовної політики».

О. Данилевська вказує на істотну відмінність мовних реалій сьогодення від тих, які склалися в Україні в 1917–1920 рр., попри практично тотожні формальні заходи мовної політики.

«Саме україномовна періодика була потужним засобом удержавлення української мови, стимулювала внутрішній розвиток мови, посилюючи її стильову диференціацію, сприяючи процесам нормалізації та кодифікації правопису», – підкреслює О. Данилевська, зауважуючи, що преса тих років була одночасно і об'єктом (коли державна влада опікується створенням нових видань, протегує їм), і суб'єктом (здатна сама реалізувати цілі мовного реформування) мовної політики.

Кожна кількість україномовного видання пропонувала увазі читачів матеріал, присвячений розв'язанню мовної проблеми: по-перше, тексти законів, постанов, розпоряджень тощо; по-друге, ґрунтовні аналітичні статті про заходи мовного реформування; по-третє, статті агітаційно-пропагандистського спрямування, а також бібліографічні огляди нових українських книжок, рецензії, листи читачів із міркуваннями про перспективи розвитку української мови в українській державі, матеріали, присвячені культурі мови.

Опосередкованим свідченням позитивної налаштованості соціуму до змін мовної ситуації дослідниця вважає тональність публікацій, загальну стурбованість долею української мови, доброзичливість у ставленні до тих, хто поки що не володіє мовою належним чином.

(Шумицька Г., Путрашик В. Новинні сайти як індикатор мовної ситуації в Україні (на прикладі вебресурсів Закарпаття). *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 163–180.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Випишіть визначення понять «мовна політика», «концепція державної мовної політики», «державна мова»; поясніть пунктограму «Тире між підметом і присудком». Поясніть орфограму «Правила вживання великої літери». Законспекуйте 10 статтю Конституції України.

Функціонування української літературної мови залежить від стану мовної політики в державі, освіті, культурних традицій народу.

Мовна політика – це система заходів (політичних, юридичних, адміністративних), спрямованих на регулювання мовних відносин в державі, зміну чи збереження мовної ситуації в державі.

Мовна політика є частиною національної політики, органічною складовою певного політичного курсу держави.

Концепція державної мовної політики – це система засадничих нормативних постанов, які ґрунтуються на компетентному оцінюванні мовної ситуації в Україні, і якими мають керуватися органи державної влади та органи місцевого самоврядування у своїй практичній діяльності, регулюючи суспільні відносини в мовній царині.

Пріоритетом мовної політики в Україні є утвердження і розвиток української мови – головної ознаки ідентичності української нації, яка історично проживає на території України, становить абсолютну більшість її населення, дала офіційну назву державі.

Державна мова – це офіційно визнана обов'язкова мова законодавства, судочинства, діловодства, навчання дітей у школах, офіційних засобах масової інформації тощо. Державність української мови є невід'ємним атрибутом конституційного ладу держави, атрибутом нації.

У 10 статті Конституції України зазначено: «Державною мовою в Україні є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України. Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування. Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом».

Державний статус української мови гарантує Конституція. Але деталі використання мов у різних сферах життя має визначати закон.

Верховна Рада України 25 квітня 2019 року ухвалила закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Закон, що зміцнює позиції державної мови в Україні, називають «історичним рішенням» і депутати, й посадовці, які підтримали його, і прості українці у соцмережах. Новий закон закритий більшістю «білих плям» щодо статусу української мови, але при цьому не обмежив права національних меншин.

**ЗАВДАННЯ.** Окрім 10 статті Конституції України, мовне питання висвітлено в інших статтях. Прочитайте їх. Визначте, до якого функціонального стилю належать подані тексти. Відповідь обґрунтуйте. Поясніть правопис виділених слів.

**Стаття 11.** Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх *корінних* народів і національних меншин України.

**Стаття 12.** Україна дбає про задоволення *національно-культурних* і мовних потреб українців, які проживають за межами держави.

**Стаття 24.** Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця *проживання*, за мовними або іншими ознаками.

**Стаття 53.** Громадянам, які належать до національних *меншин*, відповідно до закону гарантується право на навчання рідною мовою чи на вивчення рідної мови у державних і комунальних навчальних закладах або через національні культурні товариства.

**Стаття 103.** Президентом України може бути обраний громадянин України, який досяг тридцяти *п'яти* років, має право голосу, проживає в Україні протягом десяти останніх перед днем виборів років та володіє державною мовою.

**Стаття 148.** *Суддею Конституційного Суду України* може бути громадянин України, який на день призначення досяг сорока років, має вищу юридичну освіту і стаж роботи за фахом не менш як десять років, проживає в Україні протягом останніх двадцяти років та володіє державною мовою.

**ЗАВДАННЯ.** Знайдіть і прочитайте названі статті Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Подайте основні положення цих статей у вигляді презентації/відеогляду/фотоальбому/інфографіки/постерів тощо.

- Стаття 24. Державна мова у сфері телебачення і радіомовлення.
- Стаття 25. Державна мова у сфері друкованих засобів масової інформації.
- Стаття 27. Державна мова у сфері користувацьких інтерфейсів комп'ютерних програм та вебсайтів.

- Стаття 28. Державна мова у сфері інформації для загального ознайомлення.
- Стаття 29. Державна мова у сфері публічних заходів.
- Стаття 32. Державна мова у сфері реклами.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із роботами студенток ХДУ Борзової Дарини, Маслової Катерини, Щерби Ксенії. Проведіть моніторинг виконання Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» у одному із регіональних ЗМІ (на ваш вибір). Результати проаналізуйте й оформіть у довільній формі.

**МОНІТОРИНГ UA: СУСПІЛЬНЕ**

UA: ХЕРСОН

Українське радіо, Херсон  
Вулиця з новим назвою

Мова видання: українська  
Промоніторинговий сайт: передивітайтесь рубрики відео та повний, я зробили висновки, що цей ресурс надає будь-яку інформацію українською мовою.

**ХЕРСОНСЬКІ ФАКТИ**  
ЄДИНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОРТАЛ

ХХ ДИВІРО БУДЕ ХОКЕЙ

ЗАПРОШУЄ

ПАСАЖИРСЬКІ ПЕРЕВОЗИ

КАК НАС НАЙТИ

**Моніторинг**

Моніторити я буду херсонський сайт новин «Кавун City».  
Сайт має декілька рубрик, постійне оновлення валютного курсу та довідник компанії (адресу, номера телефонів, електронну пошту).  
Сайт україномовний, тому Закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної» на цьому порталі дотримано.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із фрагментом статті. Дайте тексту заголовок. Складіть тезисний план. Поясніть значення словосполучень «мовний еталон», «професіограма фахівця», «загальна періодика». Поясніть правопис складних слів *соціокультурний*, *мовностилістичний*, *медіапростір*. Зверніть увагу на те, що стаття 2014 року, а за українським правописом 2019 року *масмедіа* пишемо разом.

Розвій духовної культури соціуму визначається, насамперед, станом функціонування мови в усіх сферах суспільної діяльності. Ця проблема невіддільна від осмислення національного та соціокультурного феномену мовної особистості кожного. Від рівня індивідуального мовлення залежить формування загальнонаціонального мовного еталону, суспільних етичних та естетичних ідеалів.

Мовленнєва культура як складова загальної культури є одним із найважливіших показників цивілізованості суспільства. Нині досконале володіння мовою стає важливим компонентом професіограми фахівців різного профілю, що актуалізує увагу дослідників.

Журналістика належить до тих виняткових галузей знань, для яких мовлення є не абстрактним поняттям, а знаряддям висловлення авторської думки, способом передачі та засвоєння інформації, засобом спілкування, джерелом виразності та мовотворчості. Задля того, щоб ефективно впливати на розум, волю і почуття інших людей, представники цієї професії повинні досконало володіти мовленнєвою культурою – невід’ємним атрибутом та індикатором журналістської майстерності.

Проблема мовної культури журналіста не нова, але актуальна повсякчас. Про це свідчить і постійна увага до неї науковців. Питання мовної компетентності, зокрема й журналістів, висвітлено з різною

мірою докладності в деяких працях сучасних українських дослідників: С. Єрмоленко, А. Капелюшного, О. Пономарева, О. Сербенської та ін. До цієї теми не раз уже зверталися автори численних публікацій як у фахових виданнях, так і в загальній періодиці. Опубліковано чимало посібників і довідників з культури української мови.

Серед основних фахових умінь журналістів чільне місце займає рівень володіння словом. Це й регламентує одна із заповідей журналістики, за визначенням Е. Фіхтеліуса: «Бережіть культуру мови». Журналіст повинен бути носієм, творцем, пропагандистом культури слова, роблячи свій внесок у формування мовної особистості. А відтак рівень його власного літературного мовлення має особливе значення.

Якщо у XIX–XX ст. утвердженню літературних норм сприяв авторитет письменників, то з кінця XX ст. зростає роль мови засобів масової інформації, які сьогодні здійснюють величезний вплив на мовну ситуацію в державі. Помилки, які роблять журналісти, шкодять функціонуванню та розвитку української мови. Культура журналістського мовлення стосується більш глобальної проблеми – «мовного питання», яке не втрачає гостроти.

Засоби масової інформації – один із елементів громадського життя, який активно віддзеркалює суспільні процеси, впливає на громадську свідомість, формує суспільну думку, визначає духовні цінності. Мова ЗМІ – невід’ємний і значущий складник сучасного медіапростору, що чутливо реагує на всілякі інновації, зрушення в мовній системі, взаємодії мови та соціуму, проблеми духовної культури нації.

Виразним показником мовної компетентності та майстерності журналіста є його обізнаність із літературними нормами й мовностилістична грамотність. Суржик, калькування, порушення мовних норм загострюють тему екології мови загалом і в мас-медіа зокрема.

Зауважимо, досить важлива й відповідальна роль у культивуванні літературної мови на сучасному етапі її розвитку належить журналістові, а це вимагає від нього знань усталених стандартних норм і досконалого володіння ними у своїй діяльності. Журналістську майстерність визначають не лише фахова компетентність, комунікативні здібності, творчий потенціал, а й висока культура мовлення. Тому варто підвищувати її рівень повсякчасно, прагнути до самовдосконалення себе як мовної особистості, усвідомлено користуватися літературними нормами й мовними скарбами.

(Каленич В. Культура мовлення як чинник журналістської майстерності. *Український інформаційний простір*. 2014. № 3. С. 72–76.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Поясніть правопис виділених слів. Прослідкуйте, чи дотримані в тексті правила вживання тире. Напишіть есеє «Культура мовлення журналіста».

Щодо журналістів побутує багато думок.

Вони і четверта влада, і обличчя країни, й інформаційні вісники, і, звичайно, «у кожній бочці затичка». Проте нам давно зрозуміла головна роль працівників медійної сфери – це висвітлення усіх новин. Це найголовніше, але найменше завдання журналістів, адже окрім цього на них лежить велика відповідальність за кожне сказане, або ж написане речення, слово та літеру. Іноді потрібно бути обережними навіть зі звуками.

*Журналістська* праця дещо подібна до політичної, адже обидві професії завжди «на слуху» у всієї країни. І тих, і інших завжди слухають, *запам'ятовують* та обговорюють. Деякі відважні навіть беруть із них приклад.

Для мене культура мовлення – це не просто чинник журналістської майстерності, це головний її інструмент.

Сама культура мовлення – це яскравий показник не тільки рівня культури людини, а й її грамотності. Журналіст у своїй професії зобов'язаний інформувати, розголошувати та висвітлювати. Людина, яка не володіє культурою мовлення, навряд чи зможе робити це якісно.

Культура мовлення як чинник журналістської майстерності – це *вміння* правильно, доступно та тактовно подавати *будь-яку* інформацію, це *вміння* спілкуватися з будь-якими респондентами, це *вміння* привернути увагу аудиторії без дешевого хайпу, це *вміння*, *вреши-решт*, заявити про себе як про грамотного, культурного та розумного професіонала.

Іноді у журналістській праці виникають ситуації, де просто *неможливо* думати над реченнями хвилину, п'ять або десять.

Потрібно швидко мислити, збирати до купи літери та правильно їх використовувати. Журналіст повинен бути передусім прикладом для людей щодо культури мовлення, а не ще однією причиною посміятися над обличчями своєї країни. Адже, *взагалі-то*, таких облич інших професій у нас вистачає.

Потрібно розвивати свою культуру мовлення та прищеплювати її суспільству. Бути грамотним – це модно, а ЗМІ якраз полюбляють створювати нові тренди.

(Марія Дрозд, студентка ХДУ)

# ЛЕКСИКОЛОГІЯ. СЛОВО І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ

## Лексикологія

**Лексика**  
Це сукупність уживаних у мові слів, з якими пов'язані певні значення, закріплені в суспільному житті.  
Це одна з основних складових мови, найменш консервативний елемент мовної системи

**Лексикологія**  
Один із розділів мовознавства.  
Лексикологія досліджує словниковий склад мови з погляду походження, з історичної точки зору, у плані вживання

## Різновиди слів за значенням

- 1**  
**Повнозначні слова**  
Найголовніша ознака – номінативна функція.  
Повнозначне слово має реальний зміст, який називають його **лексичним значенням**.
- 2**  
**Службові слова**  
Не називають явищ дійсності, лише виражають різні відношення між повнозначними словами в словосполученні й реченні.  
Це **прийменники, сполучники, частки**.
- 3**  
**Вигуківі слова**  
Не мають ні лексичних, ні граматичних значень, вони виступають у мові як емоційні сигнали, виявляють лише почуття людини, не називаючи їх.

## Слово як одиниця мови

**Слово** — найменша самостійна одиниця мови, що складається зрідка з одного звука, а частіше з граматично оформленого звукового комплексу, за яким суспільною практикою закріплене певне лексичне значення і якому властива відтворюваність у процесі мовлення.

Між звуковим комплексом, що становить слово, і лексичним значенням слова пряма залежність відсутня, тому що назва предмета чи явища ще не розкриває їх суті.

## Типи лексичних значень слів

- 1**  
**Пряме номінативне значення**  
є основним типом лексичного значення.  
У ньому відбивається об'єктивна реальність, пізнана дійсністю, з його допомогою визначаються й називаються поняття.
- 2**  
**Фразеологічно зумовлені значення**, їх особливість полягають у тому, що такі значення реалізуються тільки в стійких словосполученнях. Вони досить широко функціонують у мові.
- 3**  
**Синтаксично зумовлене значення** виявляється тоді, коли слово виступає лише в певній синтаксичній функції.  
Наприклад:  
*І вродиться ж така шарманка, — злився Тимко, слухаючи базікання (балакун, базіка).*

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із анотацією до публікації Ріпей М. Лексема «вказувати» в газетних публікаціях. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Журналістські науки». 2021. № 1 (1). С. 69–74.* Доберіть із газетно-журнальних матеріалів 10–15 речень із дієсловом *вказувати*. Прослідкуйте, чи дотримуються журналісти нормативного вживання цієї лексеми.

На підставі довідкової літератури та власного редакторського досвіду розглянуто вживання лексеми «вказувати» у журналістських матеріалах. Зосереджено увагу на поясненні значення цього слова у «Словнику української мови» (в 11 т.) та «Словнику української мови online». Приклади наведено із щоденної всеукраїнської газети «День», що є одним з найпопулярніших видань у рейтингу загальнонаціональних медіа.

Зазначено, що лексему «вказувати» правильно вживати на позначення «жестом, рухом, спрямованим кудись, на когось, щось, привертати до кого-, чого-небудь увагу; показувати... указувати дорогу... бути зразком для здійснення чого-небудь... відзначати, виділяти, називати що-небудь, роблячи відомим, помітним... звертаючи увагу на що-небудь, пояснювати, розкривати його сутність... наказувати кому-небудь, робити зауваження, давати розпорядження, повчати...».

А в інших випадках варто вживати не росіянізм «вказувати», а «азначити», «занотувати», «зафіксувати», «написати», «подати», «свідчити» тощо. Правильно писати «*на звороті малюнка журналіст написав (азначив, занотував)...*»; «*азначити (подати, записати) в фемінітиві назву*»; «*в декларації подати (азначити, написати) види доходів*», «*у розділі фіксують (записують, азначають) дані про види та суми доходів*», «*азначити місце проживання, серію і номер паспорта, ідентифікаційний код...*», «*інформація не буде подана*»; «*азначити (записувати) в документах*», «*записувати (азначити, занотовувати) на конверті рік народження*»; «*Менше 25 хворих на 100 000 мешканців країни свідчить...*».

Акцентовано, що від точності слововживання залежить доступність, естетичний вплив і дієвість газетних публікацій.

Ключові слова: лексема, газетні матеріали, ненормативне вживання, словники.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті. Доберіть зі «Збірки журналістських матеріалів «Регіональна мережа журналістів за сталий розвиток на Донбасі». К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 417 с.» приклади вживання лексем *мир* і *війна* з різним семантичним наповненням.

Лексема *мир* потребує власного семантичного наповнення, але з обов'язковою вказівкою на відсутність стану війни (пор. тлумачення їх у СУМ: *війна*: «1. Організована збройна боротьба між державами, народами або ж збройними угрупованнями всередині країни. 2. перен. Стан ворожнечі між ким-небудь; суперечка, сварка з кимсь; боротьба» (СУМ I: 669); *мир*: «1. Відсутність незгоди, ворожнечі, сварок; згода (у 4 знач.). 2. Відсутність збройної боротьби між двома або кількома народами, державами; протилежне війна» (СУМ IV: 712).

Поняття *війна* в кожний історичний період набуває нових семантичних відтінків, обростає новими оцінними парадигмами. Осмислення *війни* в свідомості суспільства на синхронному зрізі оперативно фіксують ЗМК, які на сьогодні є найдієвішим засобом поширення інформації в мовному просторі України.

Онтологія війни й миру в мовно-інформаційних текстах сьогодення відповідає психологічним настроям суспільства і є відображенням сучасної соціально-політичної ситуації у країні. Навколо *війни* і *миру* як ядерних понять ЗМК формується синхронна мовно-оцінна парадигма, яка є виявом мовно-національної свідомості, показником філософського осмислення конкретного часового періоду історії України загалом і функціональних можливостей мови зокрема.

(Коць Т. Лінгвофілософія війни і миру в інформаційному просторі сьогодення. *Культура слова*. 2019. № 90. С. 132–149.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Складіть речення з дієсловами *виховувати*, *обізнати*, *читати*, *говорити*, *купувати* так, щоб в одному варіанті дієслова були нейтральними, а в іншому – використовувалися для подвійного підсилення.

Коли йдеться про дієслова, що вживаються у медіаматеріалах, вони зазвичай є або абсолютно нейтральними, або використовуються для подвійного підсилення. Наприклад, слово «виживати». Сформулюємо словосполучення із дієсловом *виживати*, в якому воно матиме нейтральний відтінок: *вижити під час шторму*. Тут дієслово «вижити»

має значення «не постраждати», «вціліти». Візьмемо інше словосполучення: «із такою зарплатнею я не живу, я виживаю». У цьому випадку нейтральний відтінок матиме дієслово «живу», а дієслово «виживаю» матиме значення «долаю труднощі», «борюся», «знаходжу вихід». У такому словосполученні дієслово «виживати» має ефект підсилення.

(Соколова К. Мовні особливості текстів журналістської співучасті: соціальні проблеми. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 86–101.)

**ЗАВДАННЯ.** Відновіть текст, уставляючи замість трьох крапок необхідні слова із довідки. Ураховуйте лексичне значення слова та доберіть необхідну граматичну форму.

Ось така вона – героїня нашого інтерв'ю. Зовні ... і спокійна, має ... характер та неабияку силу волі. Мета цього ... інтерв'ю – розкрити образ людини, яка навіть потрапивши в ... ситуацію, а саме: зміна колективу, кола спілкування, ... орієнтирів – обжитого будинку, клубів за захопленнями – залишається ... своїм переконанням, прагненням. Живе ... життям, спілкується, будує плани, ставить цілі для здійснення мрій і впевнено йде до їх досягнення.

**Довідка:** вірний, звичний, повноцінний, портретний, скрутний, стальний, тендітний.

(Збірка журналістських матеріалів «Регіональна мережа журналістів за сталий розвиток на Донбасі». К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 417 с.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із фрагментом публікації про тексти журналістської співучасті. Сформулюйте висновок щодо прочитаного. Зі словами *сумний, гарний, молодий, старий, рідний + мати, школяр, кіт, друг, сестра* складіть можливі словосполучення, використовуючи різноманітні форми цих слів. Прослідкуйте, як змінюється емоційне навантаження цих словосполучень. Уведіть кілька словосполучень у речення.

Треба пам'ятати про те, що викликати у людини співчуття може правильно підібраний суфікс. Наприклад, словосполучення «мала дитина» викликає у нас менше емоцій, ніж «маленька дитинка». Так само словосполучення «маленька дитина» і «мала дитинка» будуть складатися з різних морфів (форманти) та матимуть різні психологічні значення.

Словосполучення «мала дитина» буде нейтральним – констатуватиме факт, надаватиме інформацію. У результаті бачимо відображення події без співучасті.

Словосполучення «маленька дитинка» являтиме собою подвійне підсилення. Воно матиме за мету викликати сильні емоції на зразок співчуття, жалості, бажання допомогти, але результат буде зворотним – аудиторія блокуватиме інформацію через її надмірну перевантаженість фактами і важкості у сприйнятті.

Словосполучення «мала дитинка» і «маленька дитина» матимуть форманти в іменнику та прикметнику. За мету буде взято викликання захоплення, радості «на межі» (милювання, що переходить у смуток). Результатом реалізації такої мети буде відчуття аудиторією потрібних емоцій.

(Соколова К. Мовні особливості текстів журналістської співучасті: соціальні проблеми. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 86–101.)

**ЗАВДАННЯ.** Відредагуйте речення, уникаючи тавтології та плеоназму. Для уточнення значень термінів *тавтологія* і *плеоназм* скористуйтеся термінологічним словником посібника.

1. Зазвичай на першому занятті першокурсники розповідають свою автобіографію.
2. Креативна творчість – це невід'ємна складова журналістського фаху.
3. Вивчення народного фольклору стане в пригоді не лише студентам-філологам.
4. Це найбільш оптимальний шлях вирішити проблему девальвації.
5. Вільна вакансія редактора журналу з'явилася цього тижня в Херсонському обласному центрі зайнятості.
6. У новинах повідомили про те, що знайшли ліки, які допоможуть швидко вилікувати COVID.
7. Перегляд телевізійного шоу по телевізору був запланований на завтра.
8. На жаль, не можна передбачити наперед усі переваги й недоліки реформування освіти в Україні.
9. Напередодні Дня Святого Валентина молодий юнак купив парфуми в парфумерній крамниці.
10. Піклуватися з турботою про батьків – обов'язок дітей.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Випишіть із журналістських матеріалів 10–15 речень, у яких нейтральні слова набувають додаткового позитивного чи негативного значення.

У більшості випадків, нейтральні слова у певному контексті можуть ставати підсилювальними. Рідше нейтральні слова мають зменшувальне значення. Підсилювальне значення слова набувають, в основному, коли вживаються у саркастичному або іронічному контексті. Наприклад, слово *промовиста* є нейтральним, але у словосполученні *промовистий зовнішній вигляд* слово *промовистий* набуває дещо іронічного відтінку. Тобто за таким зовнішнім виглядом ми можемо зрозуміти, ким є людина і звідки. Наприклад, словосполучення *промовиста сукня* має негативне значення.

(Соколова К. Мовні особливості текстів журналістської співучасті: соціальні проблеми. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 86–101.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте визначення. До яких функціональних стилів вони належать? Складіть речення/міні-тексти публіцистичного стилю, використовуючи слова *мати, рідний, творити*.

**Батьківщина.** 1. Країна стосовно до людей, які народилися в ній і є її громадянами; вітчизна. // Місце народження кого-небудь. 2. перен. Місце зародження, походження або виникнення чого-небудь.

(Словник української мови: в 11 томах. Том 1, 1970. С. 112.)

**Батьківщина** – одна з найцінніших духовних вартостей людини, обороняючи яку, людина здіймається до вершин подиву гідного героїзму, а втративши яку, відчуває себе ніби без ґрунту під ногами й або намагається всіма силами її знову віднайти, або духовно порожніє й морально занепадає... Любов до Батьківщини – одне з кращих людських почувань.

(Євген Онацький «Українська мала енциклопедія»)

Пам'ятай, що **Батьківщина** – це твоя колиска, твоя хата, вогнище твого щастя, це земля твоїх предків, на якій пролито багато крові та поту.

(Василь Сухомлинський)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про програму «Мова як море» тележурналістки О. Гладій. Чи доступно й цікаво, на вашу думку, авторка подала пояснення слова *меценат*? Доберіть кілька прикладів вживання цього слова в сучасних масмедіа.

Цитата «Ну що б, здавалося, слова?» (з поезії Т. Шевченка) цілком відображає зміст однієї з постійних рубрик. О. Гладій часто присвячувала «сторінку» широковживаним словам, про історичне походження та первинний зміст яких знають далеко не всі. Приміром, у серпні 2008 р. рубрика була присвячена слову, що дедалі частіше використовується у засобах масової інформації, ділових колах та у побутовому спілкуванні, – «меценат»:

«Таке знайоме слово, яке промовляється завжди з надією і сподіванням, – меценат. Звичайно так називають багатих покровителів наук і мистецтв, покровителів учених, акторів, співаків. Слово це вживається й переносно, образно, а також у різних порівняннях. Так, у різних публікаціях можна прочитати розповіді про меценатів – окремих підприємців, які опікуються футбольними чи хокейними командами, самодіяльними колективами, поетами чи художниками, обсипаючи їх різними благами. А справжній, історичний Меценат (або Меценас) – це римський політичний діяч першого століття до нашої ери, що уславився покровительством поетам і художникам, бо сам теж був натурою артистичною, хоч талант мав невеликий».

(Головешко Д. Програма Запорізької ОДТРК «Мова як море»: 15 років мовного виховання. *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 182–189.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент книги Чак Є. «Барви нашого слова». Чи дізналися ви щось нове? Напишіть замітку про одне зі слів у рубрику «Мовні цікавинки».

**Термін** – римський бог меж і прикордонних знаків, стовпів, кам'янів, які вважалися священними. Поняття «термін» – слово, яке точно визначає певну умову (строк), подібно до того, як межові стовпи визначали границі земельних ділянок. У сучасній мові **термін** – слово, яке позначає також певне поняття, що застосовується в науці, техніці, мистецтві тощо.

**Фортуна** – у староримській міфології богиня сліпого випадку, щастя. Зображувалася на кулі або колесі (символ мінливості щастя), з пов'язкою на очах, з крилами, з рогом достатку в руці. Переносно словом **фортуна** називають щасливий випадок, удачу.



У 490 р. до нашої ери на Марафонській рівнині відбулася велика битва між персами і греками. Звістку про перемогу над персами приніс до Афін грецький воїн, який без відпочинку пробіг відстань від містечка Марафон до Афін, що дорівнювала 42 кілометри 195 метрів. На згадку про цей подвиг у наш час влаштовують спортивні змагання з бігу на таку ж відстань – так званий *марафонський біг*, або просто *марафон*.

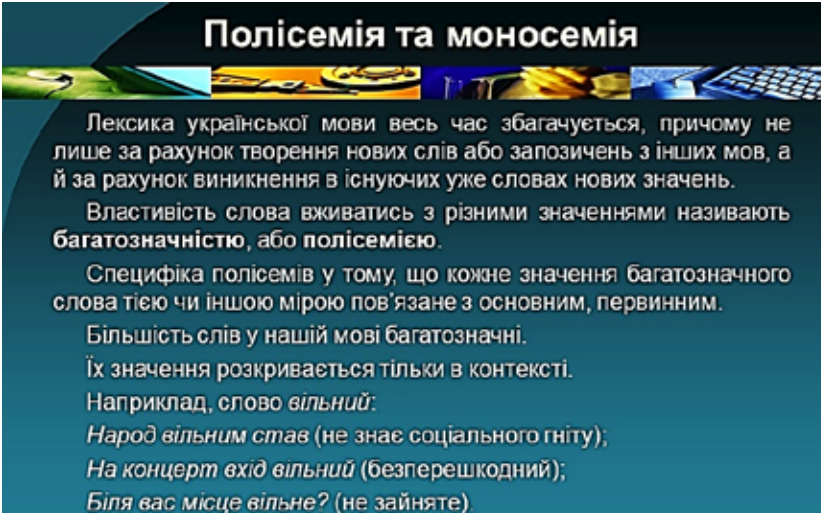
*Силует* – площинне однотонне зображення людини або предмета, подібне до їхньої тіні. А пов'язане з цим словом власне ім'я – прізвище французького міністра фінансів при Людовіку XV – *Силует*. На нього було зроблено карикатуру у вигляді тінювого профілю, і від цього пішла назва.

**ЗАВДАННЯ.** Трансформуйте наведений текст таким чином, щоб він містив рекомендації щодо вибору мовних засобів.

Психологи рекомендують уникати у своєму мовленні, зокрема внутрішньому, слів *якби*, вилучити зі свого словника слова *мушу*, *повинен*, оскільки все, що ми робимо з обов'язку, породжує підсвідоме бажання уникнути його. Натомість використовуйте слова *я хочу*, *я обираю*, *я вирішив*. Будьмо уважні до слова *але*, за яким попередня інформація стає начебто недостовірною – тоді для чого було її подавати?

Дуже важливим є значення тих чи тих слів для конкретної людини. Якщо уявити собі вимовлене слово написаним, то для одних це будуть літери прописні, жирні, а для інших – такі, як у молодших класах: виведені охайно, з усіма заокругленнями та з'єднаннями. «Страшні», злі слова уявляються чорними, доброзичливі, заспокійливі будуть кольоровими відповідно до улюблених барв і стану душі в конкретний момент. Ще слово не промовлене, а наш мозок уже чує його звучання і при потребі це звучання можна «відредагувати». Вважається, що округлі форми літер викликають у переважної більшості людей позитивні емоції, а гострі, «ковані» – здебільшого насторожують, тривожать, гальмують реакцію на прочитане.

(Бабич Н. Сакралізація мовної практики як спосіб морального оздоровлення суспільства. *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 10–17.)



### Полісемія та моносемія

Лексика української мови весь час збагачується, причому не лише за рахунок творення нових слів або запозичень з інших мов, а й за рахунок виникнення в існуючих уже словах нових значень.

Властивість слова вживатись з різними значеннями називають **багатозначністю**, або **полісемією**.

Специфіка полісемів у тому, що кожне значення багатозначного слова тією чи іншою мірою пов'язане з основним, первинним.

Більшість слів у нашій мові багатозначні.

Їх значення розкривається тільки в контексті.

Наприклад, слово *вільний*:

*Народ вільним став* (не знає соціального гніту);

*На концерт вхід вільний* (безперешкодний);

*Біля вас місце вільне?* (не зайняте)

**ЗАВДАННЯ.** Користуючись онлайн-словниками, визначте однозначні і багатозначні слова в наведеному тексті. Запишіть значення виділених у тексті слів. Напишіть есей на тему «Корисна їжа – основа здоров'я».

На жаль, ми забули про найпростіші речі. А зараз, коли світ поринув у пандемію, вони актуальні як ніколи. Ми хочемо високого імунітету, не хочемо чути про хронічні *хвороби*, бажано, щоб наші діти могли краще концентрувати увагу і їх успішність була на висоті. Проте суспільство досі ігнорує важливі елементи для *здоров'я*, такі, як звичайна чиста питна вода, кисень, корисна *їжа*.

(Збірка журналістських матеріалів «Регіональна мережа журналістів за сталий розвиток на Донбасі». К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 417 с.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Доберіть 5–7 текстів рекламних повідомлень, у яких наявні багатозначні слова. Запишіть значення цих слів.

Дієвим прийомом у рекламному тексті є вживання полісемічних слів і виразів: «*Райська насолода*» («Bounty»), «*Маленький помічник у великих справах*» («Nokia») тощо – вони забезпечують заплановану багатозначність, підтекст, викликають бажані асоціації. Полісемія дозволяє

співвідносити рекламований об'єкт із концептуальними реаліями буття, наділяти його обов'язковими для міфологізованої рекламної реальності глибиною та значущістю, подекуди надаючи символічного статусу.

(Хавкіна Л. Вербальні засоби як чинник міфопородження в українському рекламному просторі. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 107–115.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті: Шумарова Н. Концепт «радість» в інтерпретації студентської аудиторії. *Стиль і текст*. 2014. № 159. С. 51–58. Чи міг би журналіст використати ці матеріали в публікації? Відповідь обґрунтуйте. Назвіть кілька тематичних груп лексики української мови, які не зазначені в тексті. Виберіть із тексту по 10 однозначних і багатозначних слів. Визначте значення багатозначних слів, складіть із ними словосполучення.

У статті розглянуто концепт РАДІСТЬ і його представленість у мовно-мисленнєвому полі свідомості українськомовної особистості. Матеріалом дослідження стали результати експерименту, проведеного серед студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Студенти мали відповісти на сім питань, що в той чи той спосіб стосувалися асоціацій, які в них викликає слово РАДІСТЬ.

Найтиповішими реакціями на слово РАДІСТЬ є такі: *щастя* (ця асоціація зафіксована в переважній більшості випадків), *родина/сім'я, діти/дитина, кохання/любов, рідні, друзі, батьки* (зафіксовано навіть відповідь «батьківська хата»), *сміх, усмішка/посмішка* (частина студентів не розрізняють значень цих слів), *весна, літо, свято, подарунки, обійми* тощо.

Загалом класифікація й узагальнення відповідей, де було зазначено іменники та іменникові словосполучення, дає змогу виокремити кілька тематичних груп, а саме:

- родина, друзі – *мама, батько, друзі, коханий, дім, сестра, він;*
- довкілля (природа) – *природа, сонце, сонечко, осіннє сонце, небо, зірки, веселка, райдуга, бульбашки, квіти, світло, море, хвиля, річка, поле, парк, зелені дерева, цвітуть каштани;*
- артефакти, результати діяльності людини – *міст, вузькі світлі вулички, ратуша; мотоцикл, пароплав;*
- пори року й місяці – *літо, весна, осінь; травень;*
- час – *день, сонячний день, ранок; секунда; вихідний, канікули, п'ятниця; майбутнє.* П'ятниця є, очевидно, визначальним, семіотично

«навантаженим» днем не лише в наших студентів. У Польщі авторів цієї розвідки розповідали про «боротьбу за абітурієнтів» між Познанським та Вроцлавським університетами. Перемогу здобув Вроцлавський, ректор якого, закликаючи молодь подавати документи саме до цього університету, сказав: «Вечір п'ятниці у нас починається в четвер»;

- явища природи – *радуга, веселка, бульбашка, квіти, світло;*
- домашні тварини – *кіт, котик, кошеня, песик, собака, собачка;*
- фізичний або психологічний стан людини, його виразники – *щастя, сміятись, сміх, усмішка/посмішка, ейфорія, енергія, задоволення, захоплення, гарний настрій.* У відповідях, побудованих на протиставленні, зазначені *сум, смуток, біль, гнів, горе, смерть;*
- температурні характеристики – *тепло, осіннє сонце;*
- зорові характеристики – *жовтий колір, червоний, блакитне небо, пастельні кольори, яскраві барви, яскравість, фарби* (очевидно, барви); *феєрверк, спалах, сяйво;*
- звукові характеристики – на відміну від «зорових» асоціацій відповіді респондентів зі «звуковими реакціями» на стимул РАДІСТЬ є поодинокими й одноманітними – *музика, радіо;*
- розваги – ця група представлена узагальнювальним словом розваги, а також лексемами *книга, хороша книга; фільми, танці, музика, сцена, прогулянка, шопінг, подорожі, подорож за кордон, відпочинок; хобі;*
- робота – *складена сесія, успішна сесія; матеріал у газеті, акторство;*
- солодощі – *солодощі, солодке, шоколад, шоколадка, цукерки, торт; морозиво; апельсин;*
- напої – *кава, гарячий чай, алкоголь* (1 особа);
- власні назви – *Україна, Німеччина, Суми, Одеса, Пруди, Влтава; Сартр; Спанчбоб; Ігор, Юрко, Максим;*
- свята – *свято, день народження, подарунки, Новий рік, Великдень, Різдво; 1 вересня.*

Аналіз реакцій на зазначене слово свідчить, що найчастотнішими з них є слова, які належать до тематичних груп «родинні стосунки», «друзі» та «природа».

**ЗАВДАННЯ.** Відредагуйте речення, уникаючи лексичних помилок.

1. Сьогодні зростає число донорів, які готові платити за надійну незалежну журналістику.

2. Люди думають, що володарюють над природою. Але це так низько. Освоюючи природу, людина несла негативний вплив на неї.
3. Уживання яблук дуже корисливе для зміцнення організму.
4. Журналіст, готуючись до інтерв'ю, повинен ретельно продумати, які запитання задати.
5. Колектив видання зайняв перше місце на обласному конкурсі «Моя професія – журналіст».
6. На протязі року в усіх населених пунктах розповсюджується величезна кількість друкованої продукції.
7. Вірним рішенням для підвищення рейтингу телевізійного каналу стало власне кулінарне шоу.
8. Життєва історія – це тип твору, в якому висвітлюється епізод чи багаточисельні епізоди з життя звичайної людини.
9. Результати дослідження, проведеного фондом «Демократичні ініціативи», співпадають із даними соціологічної служби Центру Разумкова.
10. Вона працює швеєю вже понад двадцять років, а донька – медичинська сестра.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі значеннями наведених слів. Чи всі слова вам відомі? Складіть речення з цими словами зі значеннями «особа».

**Мажор** (від лат. *maior* – більший) – 1. Музичний лад, акорд якого складається з великої та малої терції і має бадьоре, радісне звучання. 2. *перен.* Бадьорий, радісний настрій, характер; радість, піднесеність, бадьорість. 3. *перен.* Молода людина, чие життя і майбутнє, влаштували впливові батьки, через що вона стала легкою і безтурботною, а сам він став його марнотратником.

**Модератор** (лат. *moderator* – той, що стримує) – 1. Пристрій в музичних клавішних інструментах для приглушення звуку. 2. Особа, що проводить соціологічне дослідження, керівник фокус-групи. 3. Пристрій для гальмування рідини чи газу. 4. Особа, що контролює дотримання правил в мережевих форумах, чатах чи конференціях.

**Піндос** (гр. *Πίνδος*) – 1. Історично – житель Греції, грек. 2. Давня порода гірських поні, фесалійських коней, виведених у Греції. У висоту досягають 130 см. 3. *розм.* Американець.

**Спойлер** (від англ. *to spoil* – псувати, отруювати) – 1. Передчасно розкрита важлива інформація, яка псує враження, руйнує інтригу. 2. Кандидат на виборах, який не має шансів перемогти, але відтягує

на себе частину голосів за іншого кандидата з подібною програмою, підвищуючи тим самим шанси на перемогу кандидата з протилежною позицією по головних питаннях. 3. В техніці – це елемент (або набір елементів), що змінює аеродинамічні властивості об'єкта, перенаправляючи повітряні потоки.

**Стейкхолдер** (англ. *stakeholder*) – 1. Фізична особа, група осіб або організація, що мають право на прийняття рішень і залежать від виконання прийнятих ними рішень. 2. *розм.* Зацікавлена, причетна сторона.

**Супермен** (англ. *superman* – від лат. *super* – «над» і англ. *man* – людина) – 1. Людина, впевнена у своїй перевазі над іншими людьми, надлюдина (ірон.). 2. В літературі і мистецтві – герой детективних коміксів, кінобойовиків тощо, наділений незвичайними якостями.

(Словник іншомовних слів)

**Полісемія та моносемія**

В українській мові є також слова **однозначні, моносемічні**.

Це числові назви (*п'ять, десять*), найменування деяких рослин і тварин (*клен, сосна*), здебільшого однозначні суспільно-політичні, наукові, технічні, інші слова-терміни (*суфікс, ампер, домна*).

Терміни складають чітку систему – **термінологію**, що відображає категорійно-понятійний апарат галузі знань чи сфери діяльності.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте. Знайдіть і законспекуйте інформацію про осіб, зазначених у тексті. Прокоментуйте останнє речення тексту.

Свого часу Дж. Пулітцеру та В. Херсту вдалося зробити Америку «такою, що читає», сформувавши звичку до регулярного читання газет у великій кількості людей з тих, кому було чуже друковане слово. Та замість того, щоб сприяти інтелектуальному та культурному розвитку аудиторії, газети опускалися до рівня найбільш відсталого читачької маси

з властивими їй забобонами, інстинктивними мотивами. З того часу вже минуло століття, і місія ЗМІ суттєво змінилася, сьогодні вона полягає в тому, щоб підвищити культурний рівень свого читача, сприяти його освіті та водночас забезпечувати зміцнення позицій державної мови. Сприяє виконанню таких завдань використання в текстах ЗМІ термінологічної лексики.

(Хархан І. Мистецька термінологія в текстах друкованих ЗМІ (на прикладі журналу «ART-Ukraine»). *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 278–286.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Перебудуйте речення «Наукові лексеми у газетних текстах слугують засобом інформативності», зберігаючи його основну думку. Визначте, до яких галузей знань належать терміни, подані в прикладах.

Лексика наукового стилю в мові періодики здебільшого представлена іменниками та прикметниками іншомовного походження, що надає публіцистиці нединамічності, статичності. У друкованих засобах масової інформації використовуються загальнонаукові поняття, терміни медицини та фармакології, економічних дисциплін тощо. Наукові лексеми у газетних текстах слугують засобом інформативності.

У журналістських матеріалах подають як відомі загалу наукові слова та словосполучення, так і мало або зовсім невідомі. Останні надзвичайно ускладнюють сприйняття інформації читачем. Нелегко сприймаються кілька термінів у реченні, а особливо складними для реципієнта виявляються лексеми і словосполучення, які подаються тільки в спеціальних словниках. Тексти з науковою термінологією зазвичай позбавлені образності, емоційності, вони «окнижують» публіцистику.

**Остеомієліт** є підставою для призначення терапевтичних методів лікування.

**Гайморит** – це запалення повітряних пазух верхньої щелепи.

**Озонотерапія** – унікальний безлікарський метод підвищення імунітету.

З **дистрофічними змінами** в дисках не треба нехтувати візитами до лікаря.

Науковці довели, що **вазокор та дилцерин** є малоефективними, а іноді й зашкоджують організмові.

Психотерапевти навесні часто встановлюють діагноз **депресія**.

Таке враження, що в уряд прийшла **депресія**.

Цього року відбулася **девальвація** золотих прикрас у зв'язку з підвищенням цін на золото.

**Мікроекономіка** – галузь економічної науки, що вивчає економічні пропорції в межах окремої ланки економіки.

**Штрафель** – бухгалтерський рахунок особливої форми, в якому дебетові й кредитові обороти показані в одній загальній графі.

Податок з обороту стягується з **валового обороту** на всіх стадіях руху товарів.

Відповідно до доктрини ділової цілі операція є відхиленням від **оподаткування** і викликає **податкову перекаліфікацію** та відповідне донарахування суми **недоплаченого податку** (при цьому без сплати штрафу, адже формально така операція не є порушенням).

**Анотування** – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації.

**Кваліметрія** – наука, необхідна всім наукам, оскільки об'єкти вивчення всіх наук описуються комплексом властивостей, які необхідно вимірювати.

Не повинно бути проблем у лідера з політичною **ідентифікацією**.

Голова адміністрації сказав селянам, що мої підлеглі завжди проявляють **креативність**.

Наукові слова та словосполучення використовуються як у масових інформаційних виданнях, так і аналітичних масмедіа.

(Навальна М. Дифузні процеси в лексиці наукового та публіцистичного стилів. *Стиль і текст*. 2015. № 16. С. 78–86.)

**ЗАВДАННЯ.** До якої групи лексики належать слова *бюлетень, вотум, демократія, імпичмент, коаліція, консолідація*? Дайте визначення цим поняттям. Уведіть ці слова в текст, дайте йому заголовок.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Як ви розумієте вислів авторки «інтелектуалізація сучасних публіцистичних текстів»? Терміни яких галузей знань активно функціонують у матеріалах масмедіа?

Інтелектуалізація сучасних публіцистичних текстів на суспільно-політичну тематику призводить до поширення в них детермінованих лексем, запозичених із різноманітних галузей української науково-технічної термінології, часто з уточнювальним компонентом (прикметником чи іменником *політичний, політикум*), наприклад, *турбулентність* (авіаційна термінологія): *політична турбулентність*; *дивіденди, інвестиції* (банківська сфера): *політичні дивіденди, політичні*

*інвестиції; бенефіс* (театральна лексика): *політичний бенефіс; фронт* (військова лексика): *політичний фронт; землетрус* (географічний термін): *політичний землетрус; дефолт* (термін економіки): *політичний дефолт; атмосфера, буревій* (терміни метеорології): *політична атмосфера, політичний буревій; сліпота, хвороба* (медичні терміни); *політична хвороба*; слова з уточнювальним компонентом *моральний, нігілізм* (термін філософії, психології).

(Халіновська Л. Словосполучення з ад'єктивним компонентом *політичний* у публіцистичних текстах. *Термінологічний вісник*. 2019. Вип. 5. С. 201–206.)

**ЗАВДАННЯ.** Знайдіть публікацію: Харіна А. Хто знає все про погоду у Волновасі? Війо на метеостанцію! Збірка журналістських матеріалів «Регіональна мережа журналістів за сталий розвиток на Донбасі». К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. Оформіть бібліографічний опис статті за вимогами ДСТУ 8302:2015. Випишіть 7–10 речень із метеорологічною термінологією. Яку роль терміни виконують у масмедійному дискурсі?

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі значеннями наведених слів. Чи всі слова вам відомі? Прокоментуйте, у яких галузях знань і сферах діяльності людини використовуються ці слова. Складіть речення з одним зі слів, використовуючи його в різних значеннях.

**Гіпертекст** (англ. *hypertext* – надтекст) – 1. Спосіб організації тексту, при якій окремі інформаційні елементи пов'язані між собою асоціативними відношеннями, що дозволяє швидкий пошук необхідної інформації і перегляд взаємопов'язаних даних. Найвідоміший приклад Г. – вебсторінки, розміщені в інтернеті. 2. У літературознавстві Г. – форма організації текстового матеріалу, при якій його одиниці представлені не в лінійній послідовності, а як система явно вказаних можливих переходів, зв'язків між ними. Слідуючи цим зв'язкам, можна читати матеріал в будь-якому порядку, утворюючи різні лінійні тексти.

**Трансфер** (від англ. *to transfer* – преміщувати) – 1. Переказ іноземної валюти або передача золота з однієї країни в іншу. 2. Передавання іменних цінних паперів (акцій) однією особою у власність іншої відповідним написом або заявою. 3. *спорт*. Перехід

спортсмена з однієї команди в іншу. 4. У туристичній галузі – переміщення подорожуючих з місця прибуття до місця проживання. 5. Переміщення правових норм з одного закону до іншого під час систематизації та кодифікації законодавства.

**Трейлер** (від англ. *to trail* – тягти) – 1. Контейнер на колесах, схожий на автоприцеп з обладнаним житловим приміщенням. 2. Багатоколісний тягач з причіпними візками, призначений для перевезення важких і/або габаритних вантажів. 3. Невеликий відеоролик, який складається з коротких і зазвичай найбільш видовищних фрагментів фільму, який використовується для анонсування або реклами цього фільму.

**Фітнес** (від англ. *to fit* – відповідати за формою) – 1. Загальна фізична підготовленість організму людини. 2. *біол.* Індивідуальна досконалість особини, що виражається в успіху передачі генетичної інформації нащадкам. 3. Оздоровча методика, що дозволяє змінити форми тіла, його вагу і надовго закріпити досягнутий результат.

(Словник іншомовних слів)

**Терміни журналістики**

Між словником науки і загальноповживаною лексикою існує тісний взаємозв'язок.

Наприклад, словами загальноповживаної мови, що функціонують у мові журналістики як терміни, є *журнал, телеканал, замітка, газета, радіо, журналіст, редакція* тощо.

Значення, що одночасно вживаються і в широкій загальнолітературній мові, і в спеціальній журналістській галузі, збігаються.

На мову журналістських термінів в останні роки помітно впливає суспільно-політична діяльність. Доказом цього є терміни суміжних наук гуманітарної сфери, які об'єднують, крім філології, філософію, психологію, соціологію та інші дисципліни.

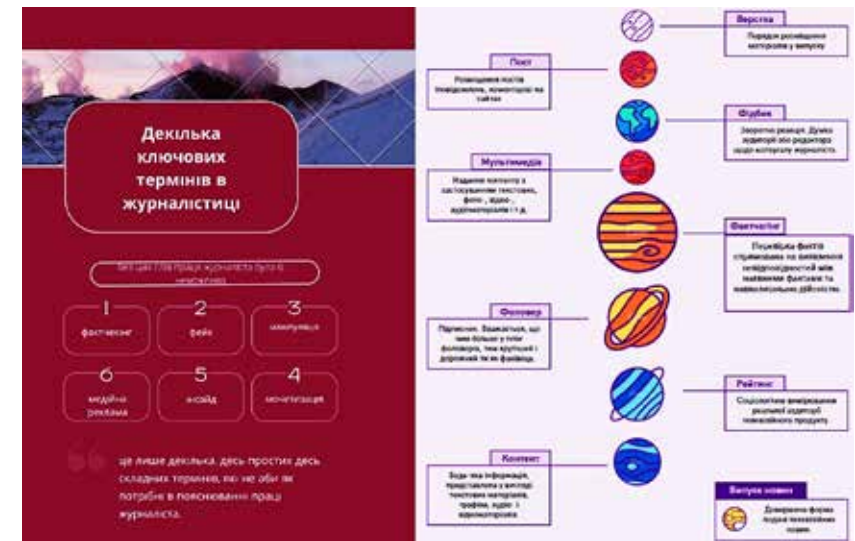
Наприклад, *дискусія, диференціація преси, демократичність преси, цільова аудиторія, соціальна роль журналістики, опитування, незалежність журналістики, заангажованість журналістики, правдивість преси* тощо.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Чи актуальним на сьогодні є твердження авторки, що журналістикознавство як система соціальних наук нині переживає бурхливий розвиток, а її категоріальний апарат залишається відкритою системою? Знайдіть кілька публікацій останніх двох-трьох років, у яких висвічується питання розвитку журналістикознавчої термінології. Оформіть бібліографічні описи статей за вимогами ДСТУ 8302:2015.

За нових умов становлення вітчизняної журналістики та науки про неї – журналістикознавства, найбільш актуальним стає питання про її поняттєвий апарат. Незважаючи на те, що українська журналістикознавча термінологія вже давно функціонує в науковій літературі та у фаховому мовленні, що укладено чимало словників, довідників, енциклопедій, наука ця не належить до нормалізованих терміносистем. В. Різун справедливо зазначає, що українська наукова школа в галузі журналістики потребує в наш час «розробки єдиного поняттєво-термінологічного апарату». Журналістикознавці В. Іваненко, В. Різун, М. Тимошик, І. Михайлин, В. Іванов, О. Мелешенко та інші у своїх працях порушують чимало проблем фахової термінології. Зокрема дослідники наголошують на різному тлумаченні вченими основних журналістикознавчих понять, невиправданому синонімічному вживанні термінів тощо. Журналістикознавство як система соціальних наук нині переживає бурхливий розвиток, а її категоріальний апарат залишається відкритою системою і потребує подальших досліджень.

(Орлова Н. До проблеми визначення основних понять сучасного українського журналістикознавства. *Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 26–29.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з інфографікою «Ключові терміни журналістики» студентів ХДУ Литовченко Сніжани, Невинського Андрія, Лизун Єлизавети, Шломи Юлії, Чибукіної Софії. Підготуйте власний контент на цю тему. Продемонструйте й прокоментуйте його на аудиторному занятті.





**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте. Зверніть увагу, що за українським правописом 2019 року слово *пресконференція* пишеться разом. Чи є слово *пресконференція* журналістичнознавчим терміном? Відповідь обґрунтуйте. Чому словосполучення *пресконференція з журналістами* трактують як тавтологію. За потреби тлумачення *тавтології* подивіться у термінологічному словнику посібника.

Дослідники визначають *прес-конференцію* як спеціально організовану зустріч офіційних осіб (керівників, політичних діячів, представників структур державної влади, фахівців зі зв'язків із громадськістю, бізнесменів тощо) зі ЗМІ з метою інформування держави чи регіону з різноманітних питань (повідомити новину, ознайомити зі свіжою інформацією або ж зробити важливу заяву). Цей захід проводять тоді, коли є суспільно значуща новина й організація чи окрема публічна особа, безпосередньо пов'язана з цією новиною, бажає її прокоментувати, надати відомості з першоджерела.

(Федоренко О. Потенціал інтерактивних методів навчання у формуванні журналістської компетентності. *Стиль і текст*. 2014. № 159. С. 59–67.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Доберіть до нього заголовок. Випишіть 10–15 багатозначних слів, складіть кілька речень із одним словом у різних його значеннях. Чи є у тексті журналістичнознавчі терміни? Відповідь обґрунтуйте.

Обрати тему, про яку ми хочемо написати, займає чи не половину часу роботи.

Якщо кут зору чи ракурс обраний правильно, зробити матеріал, який усі будуть передруковувати й обговорювати, справа професійності. Залишається найголовніше – чи зацікавить це нашу аудиторію?

Перш за все, треба скласти портрет споживача контенту: хто він, якого віку, як одягається, які видання читає, які фільми дивиться, що його цікавить тощо.

Тримайте в голові цей образ, коли починаєте творити.

Тоді ви будете підбирати слова й конструкції, які найближче підходять вашому читачеві, спираючись на тему, яку висвітлюєте.

Наприклад, якщо ваші статті читає категорія 25+ і переважно жінки, можна опиратися на інтереси цієї вікової аудиторії та охопленість контенту – писати щось новинарне, про культуру, країну, косметологію, екологію. Якщо чоловіки – про спорт, новини, кримінал. Теж саме і з людьми поважного віку – медицина, політика, події новини. Але не будемо вдаватися до стереотипів, це лише приклади.

Якщо ми знаємо аудиторію, далі постає питання – що дати їй цікаве та важливе? Повинна бути актуальність, свіжість та певні критерії відбору новин:

- нововведення;
- регіональна прив'язка;
- свята;
- події одного дня;
- «вічнозелені» теми: екологія, культура, політика, медицина;
- шок-контент.

Адже якщо ви напишете, що людину вкусив собака – це вже не новина, а собака вкусила людина – новина.

Варто пам'ятати про основні новинні стандарти: баланс думок, точність, повнота інформації. Якщо ви пишете на розгорнуту тематику, надавайте коментарі хоча б двох осіб, які мають різні погляди та думки щодо вашої роботи.

Дуже важко сприймаються цифри (що на словах, що текстово).

Адже дані самі по собі нічого не говорять.

Цифра про те, скільки Україна витрачає на “Euronews”, може обурювати, але, щоб читач хоча б приблизно оцінив, крадуть чи ні, порівняйте з аналогічною цифрою в іншій країні.

«Міськрада цього року закупила скріпок на 100 тисяч» – це мало про що говорить. Порівняйте з іншими аналогічними міськрадами й закупівлями в попередні роки, тоді це виявить неабиякий інтерес. Укажіть джерела цих даних. Кожен жонглює цифрами й фактами, проте для довіри важливо показати звідки ви берете дані.

А якщо в тексті багато цифр, зробіть із них інфографіку і проілюструйте нею статтю.

Написання за принципом піраміди гарантує, що принаймні головну думку прочитають. Стаття повинна відповідати на 6 запитань: хто? що? де? коли? чому? як?

На початку пишеться найголовніше, потім менш головне, те, чим можна пожертвувати.

Матеріал не повинен бути переобтяжений науковими термінами, письменницькими зворотами та «думками вголос». Читачам інформація подається легко і простими словами, аби кожен зрозумів зміст повідомлення та був зацікавлений у перегляді стрічки новин.

(Дарина Борзова, студентка ХДУ)

### Пряме й переносне значення слова

Пряме значення	Переносне значення
Слово в прямому значенні виступає назвою предмета. Пряме значення містить основний, реальний зміст слова, є його основним лексичним значенням. Пряме значення є первинним, хоч іноді може бути і вторинним, якщо первинне втрачено.	Завжди вторинне. Переносне значення слова сприймається як нове, окреме значення уже відомого слова. Переносні значення слова обов'язково пов'язані з первинними. Цим переносні значення відрізняються від переносного вживання слова.

### Переносне значення і переносне вживання слова

- Переносне значення слова **необхідно відрізнити** від його переносного вживання, що використовується, як засіб образної характеристики предмета чи явища, надання йому потрібних ознак лише в певному контексті, наприклад: *краплина радості, рожевий сон*.
- Переносне вживання слів поширене у художньому й публіцистичному стилі.

Переносне вживання слова функціонує у мові у вигляді:

метафори

метонімії

синекдохи

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Знайдіть у прикладах видання «Дзеркало тижня» метафори. На основі якої подібності вони створені? З якою метою використовуються метафори в масмедіа? Чому в інформаційних текстах уживання метафор обмежене?

З метою максимального впливу на свідомість адресата автори публіцистичних та інформаційних текстів вдаються до зображальних засобів мови (метафора, оксиморон, перифраза), що створюються при вживанні слів і виразів в образно-переносному смислі. Вторинні номінації надають суспільно-політичним та масово-інформаційним текстам образності, експресивності, емоційності, свіжості, оригінальності.

Метафора є ефективним оцінним засобом, який функціонує, щоб надати певної оцінки суспільним процесам та явищам. Яскраві метафоричні образи надають текстам жвавості, своєрідності, роблять його цікавим для адресата, дозволяють якнайточніше передати думку, певні почуття, авторське бачення світу:

*Політична стабілізація відкриє шлях зовнішнім запозиченням і великому вітчизняному бізнесу.*



*І все-таки проти неї грає економіка країни, яка щомісяця вимагає битви за бюджетний врожай і абортуює обігові кошти підприємств, змушених сплачувати податки наперед.*

*Та її політична стабільність може бути невдовзі зруйнована як внутрішнім конфліктом у потенційній владі, так і, в разі закручування гайок, опозиційними політиками та народними протестами.*

*Нинішнє ж можливе об'єднання Януковича і Тимошенко, швидше за все, скидатиметься на порятунок себе, консервацію контрольованої ними політеліти та штучне гальмування запущеного внаслідок безлічі розчарувань процесу «повернення з базару».*

*Саме ці цифри примусили Януковича підвестися з лаврів, на яких він по-сибаритськи вмотивувався, і сісти за стіл переговорів.*

*Жоден із них не прийде до влади на хвилі натхненних мас.*

Інформаційний текст значною мірою обмежує вживання метафор: перевага надається точності, дохідливості слова. Тому засобів метафоричного образу в газетних текстах значно менше: *Де похорони замінюються масовою пиятикою, а голова колгоспу по черзі спить то з дружиною, то з ідеологічною тецею.*

(Матола В. Лексичні особливості вираження суб'єктивної оцінки. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 153–162.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Доберіть 7–10 прикладів функціонування метафор у рекламних текстах. Визначте різновиди метафор. Яку роль виконують метафори в рекламі?

Емоційної насиченості рекламним текстам надають риторичні фігури, зокрема метафори. Прагматичний ефект, створюваний метафорою, у першу чергу зумовлений яскраво вираженими оцінними конотаціями, що дозволяють розглядати цю одиницю як універсальний спосіб впливу на адресата. Метафора – засіб ємної, наочної, конкретної характеристики подій та явищ, їх емоційної оцінки. Серед рекламних метафор можна виділити такі:

- військові метафори: «Пантенол Спрей – захисник вашої родини», «Q10 plus. Абсолютна перемога над зморшками!», «Siemens diparower. Безжальний ворог пилу та бруду»;
- транспортні метафори: «Oriflame. Шлях до краси»;
- метафори, пов'язані з явищами природи: «У животі ураган? Приймай Еспумізан»;
- аква-метафори: «Джерело зволоження для вашої шкіри»;
- метафори часу: «Silk-epil Soft Perfection. 1200 хвилин у подарунок».

(Волосожар С. Лексико-граматичні засоби аргументації в рекламних текстах. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 125–131.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Як ви зрозуміли твердження автора «Завдяки метафорі виникає семантична двоплановість, «двовипуклість» образу»? Дайте визначення поняттям «лід», «сенсорні слова».

Для підсилення комунікативного впливу на читача автори вдаються до емоційно-експресивних мовних засобів на рівні лексики та фразеології – метафори, метонімії, перифразів, трансформованих фразеологізмів тощо. Вони увиразнюють повідомлюване, допомагаючи читачеві витворити свій образ, актуалізувати певні свої асоціації.

Значення метафоричних образів стає зрозумілим завдяки зрозумілості прямого значення слова, на якому він створений. Завдяки перенесенню значення за подібністю виникає семантична двоплановість, «двовипуклість» образу, а це розширює асоціації читача й тим самим поглиблює сприйняття прочитаного.

Приклади метафоризації сенсорних слів у заголовках супроводжуватимемо лідом до них, оскільки саме в ліді (або й у тексті) вжите слово у прямому значенні або синонімічне до нього):

*«Біла смерть» стала «білим золотом» (Засніжена Європа купує в Україні технічну сіль – своєї для розчищення доріг там не вистачає) (подібність за цінністю);*

*Танки «помацали» Майдан (На Хрещатику відбулася генеральна репетиція параду військ) (подібність за дією);*

*Чи завжди «грязеві ванни» цілющі? (Чому на бруд виборчих кампаній люди реагують не бурхливо) (подібність за відчуттями);*

*Плями на медалі (Нобелівська премія миру дісталася ... другові косовських сепаратистів – экс-президенту Фінляндії) (подібність за сприйняттям);*

*Колючка з дерева Азарова у м'яких місцях «Нафтогазу» (Вітчизняні податківці зірвали газові переговори в Москві) (подібність за відчуттями);*

*Голландці поцілувалися з «Газпромом» (Підписано угоду між «Газпромом» та голландською Gasunie про будівництво газопроводу дном Балтійського моря) (подібність за дією).*

(Шевченко Л. Мовні засоби активізації сприймання газетного тексту (на матеріалах газети «Україна молода» 2007–2011 рр.

*Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 57–67.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про заголовки-метафори. Назвіть метафори, які вам найбільше сподобалися. Запишіть кілька військових, мистецьких і медичних метафор; складіть із ними речення.

В інтернет-медіа поширені заголовки-метафори, що стають своєрідним гачком, на який потрапляє читач. У простій метафорі поєднується оцінність, контрастність і несподіванка, створювана семантичними перетвореннями словесного знака. Зауважимо, що сучасна когнітивна лінгвістика вважає метафору не тропом, який прикрашає мову і робить образ більш зрозумілим, а формою мислення. Дж. Лакофф справедливо підкреслює, що метафорична модель може слугувати ефективним знаряддям для маніпулювання суспільною свідомістю. У ЗМІ суспільно-політичне, економічне, культурне життя держави, світу, політичні лідери тощо представлені через призму метафори. Метафоричне моделювання ґрунтується на залученні реалій із різних поняттєвих сфер.

Одна із них – військові дії. Відзначаємо метафоричне переосмислення батального лексикону. Наприклад: *У парламенті йде війна за перерозподіл посад і впливів – експерт; Боротьба за НАЗК. Як Порошенко і Яценюк воюють за сфери впливу; Україну роздирають дві війни – огляд ЗМІ; Бізнес російських олігархів в Україні – таємна зброя Кремля, – брат Немцова; Агенти впливу. Як працює п'ята колона Росії; Україна сьогодні є полігоном глобального гібридного тероризму, – Микола Голомша; Кібервійна: партизани України проти військ Росії; Україна vs олігархи: хто переможе?; Путін – в'язень гібридної війни, яку сам розв'язав, але в якій не зможе перемогти – Дікінсон; Українська корупція становить ядерну небезпеку для всієї Європи, – The Washington Times; Мінський фронт; Безвіз – це перемога України на дипломатичному фронті; Забужко: Ми тільки «відстрілюємося», а «веде», як і раніше, Кремль. Більшість таких метафор – стереотипні образні структури, оновлені в нових контекстуальних умовах. Активізації мілітарної метафори сприяє позамовна дійсність. Війна відбувається не лише на Східному фронті, але й у суспільно-політичному житті.*

У ролі заголовків-експресивів показові метафори, в основі яких переосмислений кримінальний жаргон, що посилює негативний аксіологічний зміст інформації. Наприклад: *Наперсточники Банкової: як АП помстилася активістам за е-декларування; НАПК. Зміна «наглядців»?; Забужко назвала Кремль «світовим гонником»; Трамп прийде до розуміння, що Путін є політичним шулером, – Березовець.*

Суспільно-політичні події в заголовках електронних ЗМІ представлені й за допомогою мистецької метафори, де політики – актори, а політичне життя – театр, гра, цирк. Наприклад: *Експерт прогнозує «хороший спектакль» у політиці; Україна поверне Донбас за «хорватським сценарієм», – експерт; Верховна Рада – театр абсурду.*

За допомогою морбальної метафори, у структурі якої є медична лексика, журналісти доносять інформацію про актуальні політичні, суспільні події, подають їх з додатковою експресією. Наприклад, *Вірус страху. Чому ми поступаємо в інформаційній війні; Теранія президентської партії; «Клінічна смерть» Революції Гідності; Екс-прем'єр Великобританії назвав корупцію раковою пухлиною, яка вбиває Україну; Транші МВФ – це знеболювальне, а не ліки для української економіки.*

(Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–222.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Напишіть есеї на тему «Торгівля – дзеркало економіки», використовуючи в тексті метафори.

З метою досягнення естетичного ефекту та підсилення значення сказаного в розслідувальних матеріалах аналізованого періоду автори нерідко використовують яскраві метафоричні вислови на зразок «виробнича арена», «крива рентабельності різко поповзла», «торгівля – дзеркало економіки», «бути в ролі соціального громовідводу», «учасники товарного конвєсера». Проте така образність можлива тільки в певних семантичних контекстах (соціальний, економічний тощо).

(Мочарська Л. Розслідувальна публіцистика в Україні: становлення, мовностилістичні особливості. *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 250–259.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагменти публікацій про функціонування метонімії у журналістських матеріалах. Яка роль метонімії у медіатекстах? Доберіть із інтернет-видань 7–10 речень із метонімією.

\* \* \*

Метонімічна образність таких заголовків містить у собі подвійний вплив на читача. З одного боку, сенсорне спрямування на сприйняття вже є маркованим, а з другого – образність створює «подвійне дно» і спонукає читача до його розшифрування. Наприклад, метонімічний заголовок *Розкосій погляд дитинства* має такий лід: *Індустрія дитячих іграшок успішно подолала кризу, закріпивши на місці лідера Китай,*

(текст про Міжнародну виставку іграшок у Нюрнберзі). Саме лід дозволяє розшифрувати візуальний образ за суміжністю специфічного розрізу очей у людей східної національності.

Приклади простіших метонімічних асоціацій:

*Кап-кап і долар! (Експерти радять забути про дешевий бензин: ціна на нього найближчим часом тільки зростатиме)* (суміжність дії та вартості);

*Хто тепер скаже «гав»? (Китайцям забороняють мати більше ніж одного собаку на сім'ю)* (голос і його власник);

*Уже не в білому, але ще не в чорному* (одяг Ю. Тимошенко в асоціативному зоровому відображенні її політичного настрою);

*Коли вона розкриває рота, краще затулити вуха* (Азаров про Юлю) (асоціації рухів і пов'язаних з ними процесів говоріння та слухання);

*Я дістаю із дірявих штанин...* (Російських бомжів мобілізують на захист демократії. Днями в Росії прийняли рішення про відкриття спеціальниць для голосування бомжів) (асоціація одяг – соціальний статус).

(Шевченко Л. Мовні засоби активізації сприймання газетного тексту (на матеріалах газети «Україна молода» 2007–2011 рр. *Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 57–67.)

\*\*\*

В одному з матеріалів натрапляємо на метонімію, побудовану за принципом заміни частини цілим або ж навпаки. У фразі «щоб не влутуватись у брудні ігри навколо хліба» поняття хлібокомбінат замінено поняттям хліб.

(Мочарська Л. Розслідувальна публіцистика в Україні: становлення, мовностилістичні особливості. *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 250–259.)

\*\*\*

Менш популярний метонімічний заголовок. Він привертає увагу читачів компресією змісту, лаконічністю висловлення. Наприклад: *СБУ викрила агентурну структуру, слід якої веде до Москви; Єлісєєв: Кремль ніколи не виконає «Мінськ»; Вашингтон знає, хто готував і платив сепаратистам за заворушення на Сході України; Київ гарантує рівні можливості для учасників «Євробачення-2017».*

(Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–222.)

## СИНОНІМИ. ОМОНІМИ. АНТОНІМИ

### Синоніми, їх види

**Синоніми** – це слова, що означають назву того самого поняття, спільні за своїм основним значенням, але відрізняються значеннєвими відтінками або емоційно-експресивним забарвленням. Н-д: *горизонт* – *обрій*, *небозвід* – *небосхил*, *крайнеба* – *круговид* – *кругозір*.

**Абсолютні синоніми** – це такі, які тотожні своїм значенням, але розрізняються неоднаковою поширеністю в різних мовних стилях.

Найчастіше вони виникають внаслідок запозичення іншомовних слів: *ландшафт* до *красвид*, *анемія* до *недокров'я*.

Є синоніми **контекстуальні** – це такі синоніми, які вступають у синонімічні відношення з іншими словами лише в певному контексті, в певному словесному оточенні.

Наприклад, дієслово *спливати* поза контекстом не виступає синонімом до слова *минати*, але «*Спливало життя, як листя за водою*» (Л. Костенко).

### Синоніми, їх види

За характером додаткових значень синоніми поділяються

1

**Ідеографічні (семантичні, понятійні)**

означаючи те саме поняття, різняться між собою додатковими значеннєвими відтінками: *досягнення* – *здобуток* – *завоювання*.

2

**Стилістичні синоніми**

характеризуються емоційно-експресивним забарвленням: *обличчя*, *лице*, *вид*, *лика*, *писок*; *лагідний*, *ласкавий*, *ніжний*.

3

**Понятійно-стилістичні (семантико-стилістичні)**

розрізняються значеннєвими відтінками, семантичним обсягом, емоційно-експресивним забарвленням: *лихо*, *біда*, *нещастя*, *горе*.

## Синонімічний ряд

**Синонімічний ряд** – група слів зі спільним лексичним значенням: *пілот – льотчик – авіатор*.

Склад синонімічних рядів не однаковий.

В одному синонімічному ряді слова можуть відрізнятися тільки за значеннєвими відтінками, в іншому — мірою емоційного забарвлення, позитивної чи негативної оцінки, в третьому — об'єднуються синоніми стилістично нейтральні й урочисто-піднесені, фамільярні, розмовні.

У синонімічному ряді виділяється **стрижнєве слово**, або **домінанта**. Це слово, що найбільш чітко визначає основний зміст, властивий членам синонімічного ряду. Стрижнєве слово належить до найуживаніших з-посеред усіх членів синонімічного ряду:

*ходити* — *крокувати* (урочисто), *марширувати* (в шерензі), *поспішати* (швидко), *плентатися* (повільно).

**ЗАВДАННЯ.** Пригадайте, що ви знаєте про синоніми, омоніми та антоніми зі шкільного курсу української мови. Прочитайте текст. Чи дізналися ви щось нове з цієї теми? Поміркуйте, яким чином журналіст, окрім заголовків, може використовувати синоніми, омоніми та антоніми у власних матеріалах.

Хей друзі! Сьогодні я спробую вам розповісти про синоніми, омоніми та антоніми.

Розберімо трішки теорії. Почнемо з синонімів.

Синоніми – це слова, різні за звучанням і написанням, які мають дуже близьке або тотожне лексичне значення. Наприклад, до слова *горизонт* можна дібрати багато синонімів: *обрій, небозвід, небосхил, крайнебо* та *видноколо*. Щоб підібрати близькі слова, вам потрібно

«Окей Google» тому, що телефон є завжди під рукою. Якщо ви пишете журналістські матеріали, то для того, щоб уникнути повторів, можна використати синоніми.

Ідемо далі. Омоніми – це слова, які однаково звучать та пишуться, але мають різне значення. Зараз наведу приклади: *лисички* – це не тільки тварини, а й вид грибів. *Атлас* не тільки збірник карт, а ще тканина, значення слова залежить від наголосу.

Наша зупинка – станція «Антоніми». Антоніми – це протилежні за значенням слова. *День – ніч, солодке – солоне, перемога – поразка*. Так можна до самої ночі складати антонімічні пари, але краще розповім щось цікавіше.

Із синонімів, антонімів, омонімів можна зробити цікаві заголовки. Наприклад: «Долари чи «бабки»?», «Казка і реальність», «Вірю – не вірю», «Мова про мову». Як бачите, журналісти роблять такі заголовки. Це однозначно привертає увагу читача, тому що заголовки – це перше, що впадає в очі. Ще можна поєднувати жаргонізми з синонімами, антонімами та омонімами.

Якщо хочете крутий заголовок, то можете використовувати такий лайфхак!

(Нікіта Лісовець, студент ХДУ)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про функціонування синонімів у рекламному тексті. Чи вдало, на вашу думку, використали копірайтери контекстуальні синоніми? Доберіть приклад реклами товару або послуги, у якому наявні синоніми. Запишіть рекламний текст, виділіть у ньому синоніми.

Значно ефективнішим є синонімічний повтор, який полягає в тому, що використовують синоніми там, де варто вжити лексичний повтор. Кожний новий мовний зворот, що замінює лексичний повтор, додає нову рису до характеристики об'єктів реклами. Порівн.:

*Уяви розумну **техніку**. Уяви, одного дня в тебе з'явилася **помічниця**, яка має особливий кулінарний талант. За допомогою своїх трьох грилів вона швидко та смачно готує навіть найскладніші страви (не кажучи вже про розігрівання чи розморожування). Її фірмовий секрет – дальнє інфрачервоне випромінювання керамічного нагрівального елемента, яке глибоко проникає у продукти. Ось чому ця **розумниця** вміє готувати продукти рівномірно всередині і ззовні, зберігаючи їх соковитість. А це вона завжди охайна, бо її керамічне покриття чиститься напрочуд легко. Розумна, швидка, працьовита – і до того ж справжня **красуня**! Вона просто ідеально пасує до стильного інтер'єру нової кухні. З **мікрохвильовою піччю Samsung серії Super Grill II (моделі PG 838 R, R-3 та R-SB) все це легко уявити.***

Об'єктом реклами є мікрохвильова піч Samsung, але про це споживач дізнається лише наприкінці реклами. На початку тексту укладачі вжили низку контекстуальних синонімів, які допомагають створити всебічне уявлення про цю побутову техніку (*помічниця – розумниця – красуня*) і пов'язати всі позитивні характеристики з маркою Samsung.

Більш вдалий прийом – вживання на початку рекламного тексту синонімів до об'єкта реклами, потім – назви товару, і після цього – знову заміна її на синонім:

*Адже справжня жінка навіть невелику паузу в роботі може перетворити на свято. Свято спілкування з подругою, колегами або свято смаку. Для цього, наприклад, достатньо завжди мати під рукою каву «Петровська слобода» три в одному. Всього декілька хвилин на приготування – і цей смачний напій, що являє собою класичне поєднання кави, вершків і цукру, прикрасить дружню розмову з колегами, подругою або хвилини, коли хочеться побути на самоті.*

В основу цього тексту покладено такий синонімічний ряд: *свято спілкування, свято смаку, кава «Петровська слобода», смачний напій, класичне поєднання кави, вершків і цукру.*

Більшість копірайтерів починають рекламний текст із назви товару і, тільки переконавшись, що реклама асоціюється у споживача саме з цією назвою, добирають до неї синоніми:

*Кухонний комбайн BOSCH MUM 4756 EU – не лише надійний, універсальний та потужний помічник дбайливої господині. Він може слугувати унікальною прикрасою будь-якої кухні – незалежно від стилю та уподобань. Найпомітніша зовні принада цього унікального агрегату – чаша з нержавіючої сталі, що замінює традиційну пластикову. Додайте до цього «космічну» сріблясту панель, світлодіодні індикатори режимів роботи – і ви одразу зрозумієте: для цього комбайна треба шукати найпомітніше та найпочесніше місце на кухні.*

У тексті створено синонімічний ряд, що містить чотири компоненти: *кухонний комбайн BOSCH, надійний, універсальний та потужний помічник дбайливої господині, унікальна прикраса будь-якої кухні, унікальний агрегат.* Домінантою цього ряду є назва товару, яка знайшла відображення у рекламному слогані: *«BOSCH. Винахід для життя».*

(М'ясняккіна Л. Типи міжфразового зв'язку в рекламному тексті. *Стиль і текст.* 2012. № 13. С. 49–55.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте анотацію до статті. Знайдіть і ознайомтеся із публікацією. Які зміни відбулися у семантиці терміна *корупція*? До якого висновку приходять авторка? Випишіть синонімічний ряд терміна. Доберіть кілька речень із інтернет-видання, у яких уживане слово *корупція* або зазначені синоніми до нього.

У статті розглянуто вживання терміна *корупція* в сучасній українській мовній практиці. Проаналізовано розвиток семантики терміна в тлумачних, галузевих словниках, у чинних нормативно-правових актах України, монографічних дослідженнях. Вказано синонімічний ряд терміна *корупція*, підкреслено національну специфіку реалізації словотвірних моделей у сучасному українському мовному просторі.

(Яценко Н. Корупція: термін і поняття. *Культура слова.* 2017. № 87. С. 200–208.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації (у тексті аббревіатура *УМ* – газета «Україна молода»). З якою метою використовуються перифрази в текстах масмедіа?

Керують процесом читання та сприйняття різні емоційно-експресивні шари лексики, фігури мови, створені на основі чуттєвої лексики. Серед таких мовних засобів можна назвати перифрази – образні описові звороти, котрі підсилюють мовну виразність тексту. Такий важливий чинник, як повторюваність висвітлюваних тем, спонукає автора до створення синонімічного ряду, що дозволив би не тільки уникнути багаторазового повторення того самого слова, а й увести в номінацію елемент характеристики, тобто зробити уявлення про названі предмет, явище або дію більш рельєфним. Частина перифразів «УМ», як видається на перший погляд, справді вводиться в текст для уникнення повторів. Наприклад: *Зелений континент потрапив під жіночий каблук (Главою уряду Австралії, вперше стала жінка); Місто, забарвлене морем (Столиця Каталонії Барселона вражає свободою, шедеврами архітектури та її мистецтва).*

Для появи цих перифразів, є, на наш погляд, об'єктивні й суб'єктивні підстави. Визначальною особливістю мови «УМ» є створення атмосфери інтимності в спілкуванні з читачем, для чого тут використовують іронію, гумор, жарт. Проте у першому перифразі жартівливу частину заголовка не можна поєднати з прямою номінацією держави суто стилістично, а також і семантично, бо Австралія жіночого роду.

У другому ж перифразі задається атмосфера ознайомлення з містом через свободу морської стихії та його мистецького сприйняття.

Ще однією мовною стратегією «УМ» є актуалізація в текстах поширених у цей час слів і конституцій розмовного мовлення, що теж приваблює читача, з яким спілкуються його мовою.

Нашу увагу привернула ціла серія перифразів з актуалізованими сенсорними компонентами з «присмаком», із «запахом», «з відтінком» тощо: *Післясмак «тряндового» вина (У Грузії мітинги, найбільші з часів*

*приходу Саакашвілі до влади); Революція кольору крові (У Киргизстані); Дискусія з присмаком «Нафтусі»; Японське цунамі з «чорнобильським присмаком»; Парфуми із запахом газу; Похід за пенсією з науковим відтинком; Мільйони з присмаком піару (Про Павла Лазаренка).*

(Шевченко Л. Мовні засоби активізації сприймання газетного тексту (на матеріалах газети «Україна молода» 2007–2011 рр. *Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 57–67.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи всі індивідуально-авторські перифрази ви б зрозуміли без пояснень? Наведіть кілька прикладів загальнономовних перифраз. Законспекуйте висновок автора статті про функціонування перифраз у різних журналістських жанрах.

Ефективним засобом конденсації думки та вираження безпосереднього ставлення автора до змісту висловлювання є перифраза. У досліджуваних текстах функціонують:

- 1) загальнономовні перифрази: *Яким чином кроїться Основний Закон України – під сукню чи костюм, – невідомо* (Дзеркало тижня) (пор.: Основний Закон України – Конституція); *Місця в уряді пропонувалося поділити п'ятдесят на п'ятдесят – між чинним прем'єром і можливим президентом* (Дзеркало тижня) (пор.: п'ятдесят на п'ятдесят – порівну);
- 2) індивідуально-авторські перифрази: *А як повторив до Майдану Леонід Кучма: «Україна – не Росія»* (Дзеркало тижня) (пор.: Майдан – «помаранчева революція» 2004 року); *Як, мабуть, чимало й інших учасників незалежного зовнішнього оцінювання та їхніх «уболівальників», які з нетерпінням очікували оцінок за тести.* (Дзеркало тижня) (пор.: «уболівальники» – знайомі); *Після понурих переглядів (під завісу Канн) спільно з громадянською позицією дружно заявляємо: це не те кіно, яким варто було б пишатися на першому фестивалі Землі!* (Дзеркало тижня) (пор.: фестиваль Землі – Каннський кінофестиваль).

Функціонування перифраз у досліджуваних текстах пов'язано з їх жанровими особливостями й комунікативно-прагматичними завданнями. Більш частотні перифрази в таких жанрах, як нарис, фейлетон, памфлет, аналітична інформація, коментар; у хроніці, передовій статті, замітці частотність використання перифраз низька, це здебільшого загальнономовні описові звороти.

(Матола В. Лексичні особливості вираження суб'єктивної оцінки. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 153–162.)

**ЗАВДАННЯ.** До наведених перифраз доберіть відповідники. Складіть по два речення, використовуючи в одному перифразі, а в іншому – відповідник. Чи змінюється смисл і емоційне сприйняття висловів?

Слуги народу, не останні люди, оковита, діти териконів, шляхетний метал, прихильники серпа і молота, Країна півмісяця, Піднебесна.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. У чому виявляється привабливість перифрази для читача? Поміркуйте, чому саме заголовки-перифрази є найрозповсюдженішими в медіатекстах? Доберіть кілька прикладів перифрастичних заголовків, які є маркерами сучасної доби.

Показова для інтернет-ЗМІ експресивна функція перифрастичного заголовка, що містить лексичні індикатори, маркери сучасної доби. Наприклад: *Люди сцени Майдану, Справи з «гучними прізвищами», Печерна еліта, Промоутер «руського міра» в Україні* тощо.

Перифрази – дієвий засіб конденсації думки з ефектом непередбачуваності, емоційно-експресивної оцінки повідомлюваного. У структурі перифрази завжди є елемент певної загадки, яку читач має відгадати, покладаючись на свій досвід.

Найпоширеніші заголовки-перифрази на позначення політичних діячів. Це пов'язано з підвищеною політичною активністю в суспільстві, зникненням одних і появою інших колоритних особистостей. Наприклад: *Нові «януковичі»; Кентавр бізнесу та влади; Лозовий пояснив, чому Ляшко називає Тимошенко «кремлівською зозулею»; Палац Ахметова все-таки зняли на відео. Розмах «короля Донбасу» вражає; 20 друзів Мартиненка. Як проходив суд над сірим кардиналом Народного фронту; Господар Кремля загрожує можливістю глобальних конфліктів.*

Пейоративні перифрази підвищують експресивність висловлювання, його оцінність, привертають увагу до події чи явища, підкреслюють роль і значення конкретної особи в політичному житті України.

(Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–222.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте уривок газетної публікації. Чи вдало, на вашу думку, автор використав перифраз?

«Квітами Едо» називають японці вогняні стовпи, що супроводжують пожежі, спричинені землетрусами та цунамі. Наймовірне вміня опое-тизувати нищівну руйнацію та смерть. Едо – це давня назва Токіо.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з матеріалами Інституту мовознавства імені О. О. Потебні НАН України про первісне значення назв столиць найбільших країн світу. Запишіть до кількох назв столиць (на ваш вибір) перифрази. Уведіть їх у речення або мінітексти. Поміркуйте, чи зрозуміють читачі без підказки про яке місто йдеться?



Алдис-Абеба (Ефіопія) – нова квітка; Алжир (Алжир) – острови; Амстердам (Нідерланди) – дамба на річці Амстел; Анкара (Туреччина) – яр, зупинка; Ашгабад (Туркменістан) – місто кохання; Афіни (Греція) – узвиштя, узгір'я; Багдад (Ірак) – Божий дар; Баку (Азербайджан) – Боже місто; Белград (Сербія) – біле місто (за кольором фортечних стін); Берлін (Німеччина) – драговина, болото; Братислава (Словаччина) – Преслав або Браслав (особові імена); Будапешт (Угорщина) – буда «домівка» + пешт «вогнище»; Буенос-Айрес (Аргентина) – добрі вітри; Бухарест (Румунія) – Букурове поселення; Варшава (Польща) – Варшове поселення; Вашингтон (США) – від прізвища Вашингтон, букв. «маєток Васси»; Відень (Австрія) – біле містечко; Вільнюс (Литва) – місто на річці Вільня або Вілія, букв. «велика»; Делі (Індія) – поріг, межа або місто раджі Діллу; Дублін (Ірландія) – чорний затон; Душанбе (Таджикистан) – понеділок; Єреван (Вірменія) – поселення народності ері; Єрусалим (Ізраїль) – місто бога Шалима; Загреб (Хорватія) – місто на насипу; Каїр (Єгипет) – непрístupна фортеця; Канберра (Австралія) – місце для зборів; Київ (Україна) – місто Кия; Кишинів (Молдова) – новий хутір або криниця, джерело; Копенгаген (Данія) – купецька пристань; Лондон (Велика Британія) – місто Лондіна або укріплення

на узвишші; Любляна (Словенія) – від імені Любля; Люксембург (Люксембург) – мале місто; Мадрид (Іспанія) – місто або лісова порість; Мехіко (Мексика) – від імені ацтекського бога війни Мехітли; Мінськ (Білорусь) – місто на річці Мень, букв. «мала»; Москва (Росія) – за назвою річки, яка буквально означає «драговина, мочар; покрученість»; Осло (Норвегія) – гирло річки Ло; Оттава (Канада) – за назвою річки, яка походить від імені індіанського племені оттава; Париж (Франція) – від назви галльського племені парисії; Пекін (КНР) – північна столиця; Прага (Чехія) – річковий поріг; Пхеньян (Північна Корея) – приморська рівнина; Рейк'явік (Ісландія) – димна затока; Рига (Латвія) – закрут, вигин, лука, коліно (річки); Рим (Італія) – від давньої назви річки Тибр – Румо(н), яка, імовірно, походить від назви одного з племен етрусків, що населяли береги цієї річки; Сеул (Південна Корея) – столиця; Сінгапур (Сінгапур) – лев'яче місто; Софія (Болгарія) – храм Святої Софії; Стокгольм (Швеція) – острів, укріплений палями або острів у затоці; Таллінн (Естонія) – данське місто або зимове місто; Ташкент (Узбекистан) – кам'яне місто; Тбілісі (Грузія) – тепле джерело; Тегеран (Іран) – долішне місто; Токіо (Японія) – східна столиця; Улан-Батор (Монголія) – червоний богатир.

### Евфемізми у ЗМІ

У функції контекстуальних синонімів часто використовуються так звані **евфемізми** – це слова або словосполучення, які непрямом, а приховано, ввічливо чи пом'якшено визначають назви якогось предмета, явища: *навіки спочити – померти, поважного віку – старий*.

*На задніх лавах сиділи поважні віком.*

*Запах трамваїв* – метонімія, своєрідний евфемізм, призначений для "пом'якшення" опису ситуації поширення запаху спітнілого тіла.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Назвіть різновиди евфемізмів і функції, які вони виконують у мові ЗМІ. У прикладах, наведених у статті, знайдіть евфемізми. Складіть із ними речення.

У широкому розумінні евфемізм відноситься до синонімів, хоча він і не є прямим синонімом. А отже, при утворенні нових евфемізмів, особливо у мові ЗМІ, необхідно намагатися досягнути його правильного сприйняття слухачем, тому варто зважати на різні рівні сприйняття мовця і слухача (фонові знання, картину світу). Адже механізм евфемізації полягає у заміні, приховуванні прямої номінації. Вторинні номінації, які замінюють табуйовані вислови, базуються на ментальних метафоричних образах, що визначаються способом мислення людини та її сприйняттям світу. Зважаючи на це, автору евфемізму необхідно враховувати фонові знання учасників комунікації.

Австралійська дослідниця Кейт Беррідж пропонує шість різних типів евфемізмів, відповідно до їхніх функцій:

Захисний евфемізм – щоб знівелювати негативне значення і уникнути образи.

Секретний евфемізм – щоб містифікувати й зображувати інформацію у фальшивому світлі, спотворювати.

Евфемізм, що надихає, – щоб підносити і підвищувати.

Провокаційний евфемізм – щоб викривати і спонукати.

Об'єднувальний евфемізм – щоб проявити солідарність і допомогти ідентифікувати групу. Такі евфемізми пов'язані з соціальними діалектами, як, зокрема, сленг і жаргон; виступають як засіб ідентифікації себе в групі або об'єднанні групи. Це периферійна функція евфемізму.

Ігровий евфемізм – щоб веселитися й розважатися. Виявляється в мовних трансформаціях одиниць мови, яку використовують мовці часто в гумористичному контексті – створюють зі звичайних слів і фраз незвичні.

На противагу стратегії скорочення існує прийом багатослівності, який включає в себе модифікацію первинного виразу. За формою такий заміник є перифразом, як зокрема, вираз *людина з особливими потребами* замість *інвалід*, або *жінка бальзаківського віку* замість *жінка похилого віку*. Приклади у текстах масмедіа: *1 жовтня громадськість відзначає Міжнародний день людей похилого віку та День ветерана. До цього День людей поважного віку відзначали спочатку в Європі, потім свято поширилося у Сполучених Штатах і до кінця 80-х років стало відомим у всьому світі; Ольга ретельно приховувала цікавий стан за широким вбранням, проте від пильних папараці приховати цей факт було важко.*

Одним зі шляхів утворення евфемізмів є внутрішнє запозичення з діалектного багатства мови, наприклад з жаргону і сленгу тієї ж мови. Також у ролі евфемізмів можуть виступати технічні або медичні терміни: *Чому «зелений змії» страшиліший за сепаратиста?; На Закарпатті «зелений» змії штовхнув батька на вбивство; Навіть важко уявити, яку суму він збив на продажі порошку смерті: йдеться не про мільйони, а про мільярди доларів; За словами охоронців, він приїхав у заклад, розсипав по столу білий порошок та нібито нюхав його.*

У мові ЗМІ евфемізми стають засобом мітигації, тобто пом'якшення мови, маскуванню та приховуванню негативних явищ, що може переслідувати як позитивні, так і негативні цілі. Евфемізми використовують як засіб маніпуляції, особливо у промовах політиків. Крім основного, на наш погляд, завдання, евфемізми виконують й інші функції – об'єднувальну, ігрову, що ілюструє реальне життя мови. Поява евфемізмів у мові ЗМІ зумовлена не тільки соціальними та політичними факторами, вони є свідченням інтелектуалізації мовної свідомості українців.

(Булах М. Евфемізми в медіатексті: функціональний аспект.

*Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика.* 2016.

Вип. XXXIII. С. 97–110.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Знайдіть повний текст статті. Випишіть кілька прикладів евфемізмів. Як ви розумієте вислів «корупція мови»?

Метою нашого дослідження є виокремлення евфемізації як провідного процесу в формуванні номінативів мови війни та аналіз сучасної тенденції до зниження рівня, долання евфемізації в українському медійному та політичному дискурсах. У статті аналізуються промови Президента України, виголошені 2016 р., в яких спостерігаємо поступовий відхід від езопової мови щодо оцінки війни з Росією та появу нових меседжів.

Традиційно евфемізація трактується як заміна слів з грубим або непристойним змістом чи забарвленням на слова й вирази, які виражають цей зміст у пом'якшеній формі або завуальовано. При цьому в сучасному медіа-дискурсі ми все частіше зустрічаємо цей троп в дещо іншому контексті – як такий словозамінник, який вживається не замість грубого або лайливого виразу, а замість небажаного, незручного в певному контексті, перш за все, політичному. Так виникає певне «лицемірство» політичної та медійної риторики, що отримало назву «корупція мови». Юрій Килимник описує це явище як «зловживання мовою,



коли вона використовується не для спілкування, а для брехні та панування. Оскільки є і такий соціокультурний феномен, як «корупція мови», що лежить в основі системи суспільного лицемірства». Другою причиною евфемізації є цілеспрямовані інформаційні інтервенції, вживання в українській дискурсі так званих «чужих смислів» як ефективної зброї смислової війни, за визначенням Георгія Почепцова. Такі семантичні операції є вкрай небезпечними, бо «чужі» номінації несуть свої смисли непомітно, доносять інформацію напряду, майже автоматично декодуючись підсвідомістю.

У сучасному українському дискурсі, як в медійному, так і в політичному, спостерігаються тенденції до усвідомлення та подолання евфемізації, спроби вироблення спеціальної термінології мови війни, намагання як найбільш точного та однозначного висловлення щодо болючих тем, якими переймається українське суспільство. Таку тенденцію можна визначити як певну протидію «гібридизації» правди, яка все більш явно оцінюється сьогодні як велика небезпека та загроза національній ідентичності.

(Тараненко О. Долання евфемізації в «мові війни» українського медійного та політичного дискурсу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки». 2017. Вип. 883. № 1. С. 148–153.)



## Міжмовна омонімія

Явище міжмовної омонімії — продукт взаємодії близькоспоріднених мов, сплутування однакових за звучанням слів, що позначають різні поняття у різних мовах.

Дібрала та докладно пояснила правильне вживання таких омонімів Ірина Фаріон:

Ми часто *боліємо* за „Шахтар“ (замість *уболюємо*); називаємо по *фамілії* (замість на прізвище, а фамілія живе у селі); *губимо* чужу долю (замість *занапащаємо*, а *губимо* речі); *мішаємо* грацювати (замість *заважаємо*, а *мішаємо* кашу); *лишаємо* когось прав (замість *позбавляємо*, а *лишаємо* напризволяще); *відказуємо* у послугі (замість *відмовляємо*, а *відказуємо* на запитання); *путаємо* терміни (замість *плутаємо*, а *путаємо* коней); *заказуємо* квитки (замість *замовляємо*, але *заказуємо* туди їхати).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Перефразуйте останнє речення, зберігаючи його смисл. Поясніть, чому слова *надихати* і *дихати* належать до різних семантичних рядів. Випишіть із інтернет-видань кілька прикладів, у яких наявні омоніми. Яку роль вони виконують у тексті?

Стрижем рекламної ідеї може виступати *омонімія*, яскравим прикладом чого є реклама шоколаду «Twix»: «Чорний-чорний Twix – шоколад у кубі. Можна подумати, що це шоколад з Куби [відеоряд – географічна карта], але це шоколад у кубі» – і, як висновок, звучить неологізм у слогані «Потрійна шоколадність».

У межах цієї групи мовних засобів натрапляємо на тексти з використанням *омографів* («Білизна вашої білизни. REX з активним киснем»), *омофонів* (слоган «Чистота – чисто Taid», назва горілки «Во!дочка»), «Малюки надихають, Pampers дихає» («Pampers active baby») та ін. Останній випадок демонструє доволі поширену і важливу для рекламного міфу ситуацію, коли добір співзвучних слів зі спільним коренем (омонімів) і однорідні речення створюють відчуття співмірності понять, які насправді належать до абсолютно різних семантичних рядів.

(Хавкіна Л. Вербальні засоби як чинник міфопородження в українському рекламному просторі. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 107–115.)

**ЗАВДАННЯ.** Поясніть відмінність у значеннях українсько-російських міжмовних омонімів.

Баня – баня, боронити – боронить, вершки – вершки, весілля – веселіє, вітати – витать, вродливий – уродливый, дубіти – дубить, дурно – дурно, загубити – загубить, заплескати – заплескать, калитка – калитка, краватка – краватка, луна – луна, любий – любой, нагадати – нагадать, надивитися – надивиться, наказати – наказать, неділя – неделя, облік – облик, орати – орать, пристрасний – пристрастный, річ – речь, родина – родина, рожа – рожа, свита – свита, скінчитися – скончатся, стать – стать, торопіти – торопить, трус – трус, чахнути – чахнуть, чинний – чинный, шар – шар, являтися – являться.

**Пароніми**

**Пароніми** – це слова досить близькі за звуковим складом і вимовою, але різні за значення.

**Пароніми у термінології журналістики**

**Інформаційний – інформативний.**

Під *інформаційними* слід розуміти ті явища, процеси, функції, які пов'язані з інформацією та інформуванням (інформаційний підхід, тобто підхід до інформації та інформування з точки зору інформаційної діяльності; інформаційна система, тобто система, яка має стосунок до інформації та процесу інформування).

*Інформативний* означає такий, який несе інформацію або її забезпечує (інформативні засоби, тобто засоби, які інформують; інформативна система, тобто система, яка несе інформацію або її має чи нею забезпечує).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Доберіть приклади паронімів з погляду словотвірного складу та з погляду лексичного значення. Складіть із ними речення-рекомендації щодо особливостей вживання.

Пароніми – це слова, які подібні за морфологічною будовою, але розрізняються за значенням. Переважна більшість подібних слів

належать до однієї частини мови та мають однакові граматичні ознаки. На відміну від синонімів, пароніми не можуть замінити та бути замієними одне одним.

З погляду словотвірного складу пароніми поділяються на:

- однокореневі, в яких відрізняються тільки суфікси та префікси: *трав'яний* (зроблений із трави або приготовлений із трав) – *трав'янистий* (схожий на траву);
  - різнокореневі, в яких корені мають подібне звучання: *бювет* (будівля над мінеральним джерелом) – *кювет* (водостічна канава вздовж шляху чи залізничного полотна).
- З погляду лексичного значення пароніми поділяються на:
- синонімічні: *важкий* (який має велику вагу, масивний) – *тяжкий* (той, що має велику вагу);
  - антонімічні: *еволюція* (процес поступового розвитку) – *революція* (докорінний переворот у певній сфері);
  - семантично близькі: *жилий* (приспосований для існування і життя людей) – *житловий* (стосується до житла, пов'язане з життям людей);
  - семантично різні: *зривна* (шийна прикраса у вигляді металевого обруча) – *зривня* (грошова одиниця в нашій країні).

Пароніми активно використовують у публіцистичних творах як засіб, який здатний створити/висміяти щось. Наприклад: *Коли рантом невідготовлені, неосвічені та недосвідчені люди отримують багато можливостей, тоді маємо справу з поганим стилем.*

Подібне використання називається паронімазією. Особливо часто цей прийом використовується в заголовках до будь-якого матеріалу: напр., «*Нова кампанія старої компанії*» й «*Літо нагод і пригод*».

(Дмитро Скопич, студент ХДУ)

**ЗАВДАННЯ.** Напишіть есей на обрану вами тему, використавши якнайбільше паронімів із запропонованого списку, зі «Словника паронімів» і видання О. Пономарева «Українське слово для всіх і для кожного».

Адрес – адреса, будівельник – будівник – будівничий, вид – вигляд, відносини – відношення, декваліфікація – дискваліфікація, дійовий – діючий – діяльний – дієвий, допускати – припускати, змістовий – змістовний, комунікативний – комунікаційний, корисливий – корисний, нагода – пригода, ожеледиця – ожеледь, оснований – заснований, писемність – письменність – письменство, прозаїчний – прозовий,

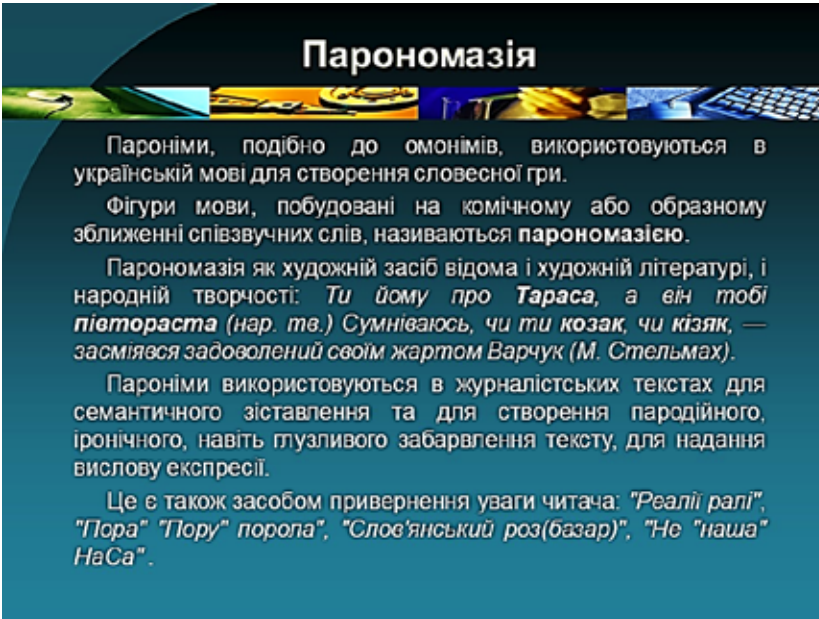
робочий – робітничий, споживчий – споживацький, спостережливий – спостережний, таємний – таємничий – утаємничений, цивілізований – цивілізаційний.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із матеріалами військової і воєнної сайту «Мова – ДНК нації». Подивіться на ютубі експрес-урок Олександра Авраменка «Військовий чи воєнний». Прослідкуйте, чи правильно вжиті ці пароніми в наведених реченнях. Відредагуйте речення.

1. Справжній героїзм на війні – це щоденна, важка, непроста робота, яка так і називається: воєнна праця.
2. Справжній військовий героїзм – це щоденна, важка, непроста праця на фронті.
3. Військовий конфлікт триває більше 5 років, і нікому не зрозуміло коли він закінчиться.
4. Місію волонтерів в українсько-російському військовому конфлікті важко перецінити.
5. Сам я обрав воєнну службу.
6. Немає ніякого сенсу брати міжнародні зобов'язання по досягненню цілей сталого розвитку, якщо ми не можемо зупинити військові дії в Донецькій і Луганській областях.
7. В указах, постановах і ухвалах нічого не говориться про те, яким чином уряд України планує досягти взяті зобов'язання по цілям сталого розвитку в Донецькій і Луганській областях в умовах воєнного конфлікту.
8. І поки російська пропаганда поширює нісенітницю про військові підрозділи афроамериканців чи НАТО на Донбасі та лякає військовою агресією і підготовкою нападу на Донецьк, іноземні інвестиції працюють тут для покращення і розвитку виключно мирного життя.
9. Наші українські воєнні – не тільки мужні герої, які ризикують своїми життями заради рідної землі, а ще й обдаровані талантами, творчі люди.
10. До того не раз бував у країнах, де велися воєнні дії.

**ЗАВДАННЯ.** Подивіться на ютубі «Мовну хвилинку» про вживання паронімів *громадський* і *громадянський*. Прослідкуйте, чи правильно вжиті ці слова в наведених реченнях. Відредагуйте речення.

1. Шукають інвесторів, готових вкласти не тільки гроші, а й свій час для розвитку громадського простору.
2. Сергій завжди мав стійку життєву позицію, займався активною громадянською діяльністю.
3. Вищі за підтримки держави мають стати також осередками громадянської активності та разом із громадським суспільством – підтримкою демократичних інститутів.
4. Громадська організація переселенців «Активна громадянська позиція», заслуговує уваги.
5. Спроби організувати дискусії на цю тему викликають обґрунтовані побоювання через можливий громадський і політичний тиск на пресу і журналістів.
6. Такими питаннями повинні займатися фахівці-лінгвісти, громадянські діячі, а не політики для свого піару.
7. Сприяння розвитку жіночого потенціалу взагалі, розвитку інтелектуальних, творчих, громадянських, духовних та фізичних можливостей жінок та членів їх родин – це головна мета клубу «Файно».



### Парономазія

Пароніми, подібно до омонімів, використовуються в українській мові для створення словесної гри.

Фігури мови, побудовані на комічному або образному зближенні співзвучних слів, називаються **парономазією**.

Парономазія як художній засіб відома і художній літературі, і народній творчості: *Ти йому про Тараса, а він тобі піотораста (нар. тв.) Сумніваюсь, чи ти козак, чи кіз'як, — засміявся задоволений своїм жартом Варчук (М. Стельмах).*

Пароніми використовуються в журналістських текстах для семантичного зіставлення та для створення пародійного, іронічного, навіть глузливого забарвлення тексту, для надання вислову експресії.

Це є також засобом привернення уваги читача: *"Реалії ралі", "Пора" "Пору" порола", "Слоє'янський роз(базар)", "Не "наша" НаСа".*

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагменти публікацій. Яку роль виконують пароніми в журналістських текстах? Відповідь аргументуйте дібраними вами прикладами.

Мінітексти жартів оцінюють чимало повсякденних ситуацій. У них традиційними є прийоми словесного гумору, зокрема створення іронічної конотації шляхом обігрування паронімів: *Обурений покупець запитує продавщицю, чому вона запевняє, що виріб із **вовни**, а на бірці написано «**бавовна**»... У відповідь чує спокійне: – **Це ми міль обдурюємо!**; Після відвідування стоматолога, коли лікар поклав у хворий зуб **миш'як**: – **Мамо, поклади мені на зуб **хом'як**, а то він знову розболівся.***

(Мамич М. Мінітексти-жарти в журналі «Жінка» (на матеріалі видання 2011–2014 років). *Культура слова*. 2019. № 91. С. 134–145.)

Каламбури створюються і за допомогою паронімів – слів, близьких за звучанням, але різних за значенням. Пароніми використовуються в журналістських текстах також для семантичного зіставлення та для створення пародійного, іронічного, навіть глузливого забарвлення тексту, для надання вислову експресії. Всі названі причини по суті є також засобом привернення уваги читача.

(Кулініч О. Засоби увиразнення заголовків у сучасних друкованих ЗМІ. *Стиль і текст*. 2009. Вип. 10. С. 109–115.)

## Антоніми

**Антоніми** – це слова з протилежним значенням.

Антоніми визначають не взагалі будь-які протилежні поняття, а обов'язково поняття співвідносності, об'єднані змістом на основі їх протиставлення: *акуратний – неохайний, високий – низький, сила – слабкість, легко – важко.*

В українській мові існують антоніми постійні (загальнономовні) і контекстуальні.

**Постійні антоніми** становлять собою сталу категорію в лексичній системі мови і характеризуються загальнонародним значенням.

**Контекстуальні антоніми** виникають внаслідок переносного вживання слова в особливому, специфічному значенні, яке не закріплене в мові, а створюється лише в певному контексті: *Мати в'яне, дочка червоніє.*

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про функціонування антонімів у рекламних текстах. Доберіть по кілька прикладів рекламних повідомлень із 1) постійними антонімами; 2) контекстуальними антонімами. Прослідкуйте, яку роль вони виконують у рекламі.

У тексті «*Мобільна доїльна установка DeLaval Bosio. Шведська якість – українська ціна!*» слова *шведська* та *українська* виступають контекстуальними антонімами. У наведеному прикладі ці слова містять імпліцитну оцінку, залучаючи адресата до активнішої участі в комунікативному процесі, що робить для нього об'єкт реклами значно привабливішим. До тих оцінок, які не подані відкрито, а виведені ним самим, отримувач повідомлення ставиться менш критично. Антоніми в рекламних текстах сприяють чіткішому окресленню та увиразненню думки.

На використанні антонімів ґрунтується антитеза, що доволі часто використовується в рекламних текстах, напр.: «*Дороге задоволення – низька ціна*», «*Specialist II від Philips – серія пілоосів класу Люкс, що гарантує максимальну ефективність і неперевершений результат. Менше зусиль – кращий результат*», «*Indesit. Ми працюємо – ви відпочиваєте*». Антитеза слугує засобом підсилення аргументованості шляхом різкого протиставлення понять.

(Волосохар С. Лексико-граматичні засоби аргументації в рекламних текстах. *Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 125–131.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Яку роль виконують антоніми в наведеному авторкою прикладі? Запишіть кілька речень із дієсловами-антонімами в ролі антитези.

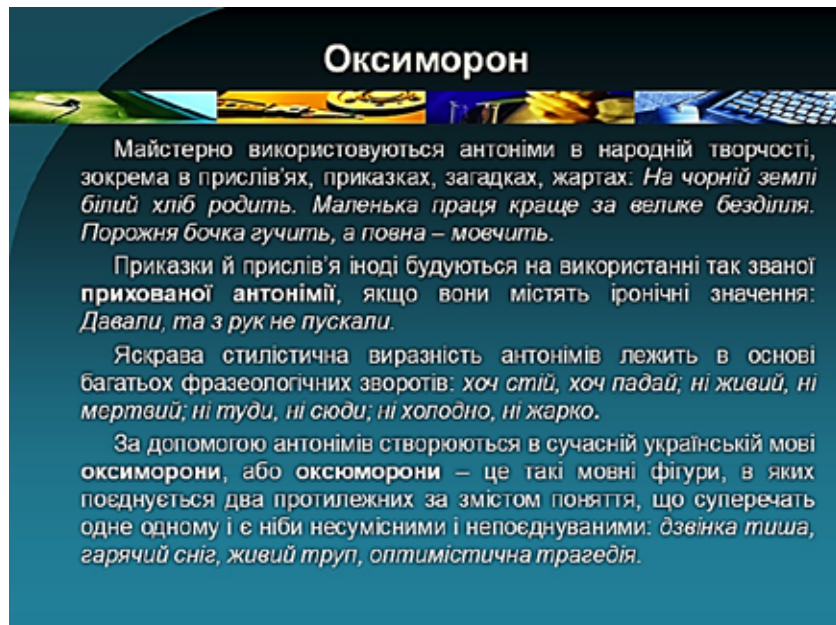
В окремих публікаціях можна натрапити на антитезу як дієвий засіб відображення конфлікту інтересів. Наприклад, у розслідуванні про колонію автор вживає парадоксальний антитетичний вислів «*Навіть якщо ходиш, все одно сидиш*».

(Мочарська Л. Розслідувальна публіцистика в Україні: становлення, мовностилістичні особливості. *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 250–259.)

**ЗАВДАННЯ.** Поясніть значення антонімів у газетних заголовках. Складіть кілька заголовків (5–7) із антонімами самотійно. Прокоментуйте, про що ви писали б у публікації.

1. Великі проблеми малого села. 2. Діалог: добро і зло. 3. Земля моя: радість і біль. 4. І вдень і вночі. 5. На голодному пайку. 6. На терезах

добра і зла. 7. Старий новий нардеп. 8. Старий товар у новій упаковці.  
9. Старі цілі, нові методи. 10. Чорна нафта й білі піски.



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагменти статей. Доберіть кілька прикладів використання оксиморона в регіональних ЗМІ. Окремо виділіть ті зразки, де оксиморон ужитий у заголовках публікацій.

\* \* \*

Експресивно насичені заголовки-парадокси, висловлювання з оксимороном. Наприклад: *Путін використає міжнародні організації для «миротворчої авантюри»; Порошенко створив НАЗК для легалізації корупції – експерт; Нардеп Чумак про діяльність уряду: досягнута стабільність у бідності.*

(Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–222.)

\* \* \*

З метою образного осмислення суспільно-політичних процесів, дій і вчинків учасників цих процесів майстри слова використовують прийом оксиморону: *Віруючий безбожник зарубав свою матір.*

(Матола В. Лексичні особливості вираження суб'єктивної оцінки.

*Стиль і текст*. 2010. № 11. С. 153–162.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте заголовки масмедіа із оксимороном. Які з них, на вашу думку, є більш вдалимими? Напишіть есе на одну із тем.

1. Із титанічною легкістю.
2. Падаємо вгору.
3. Мовчазний крик.
4. Корисна отрута.
5. Наодинці з усіма.
6. Жорстокість «м'якої сили».
7. Демон миру і бог війни.

# ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПОХОДЖЕННЯМ

## Групи лексики за походженням

- За походженням лексика української мови неоднорідна.
- Вона формувалася протягом багатьох століть у тісному зв'язку з іншими мовами.
- У лексиці української мови за походженням виділяють слова: успадковані з попередніх періодів розвитку нашої мови, власне українські та запозичені з інших мов.
- Деякі із запозичених слів уже настільки зріднилися з українською мовою, що повністю підкорюються її правилам, інші залишилися незмінними, хоч прийшли дуже давно.
- Точно власне українським чи запозиченим є слово вам зможе сказати лише академічний етимологічний словник, адже інколи таке знайоме слово як *картопля* чи *пальто*, насправді виявляється іншомовним.

## Групи лексики за походженням

**Корінна українська лексика**  
близько 90% слів

спільноіндосвропейські

*брат, вода, дерево, сидіти*

спільнослов'янські

*чоловік, душа, пилоно, кислий*

спільносхіднослов'янські

*білка, собака, дешевий, сорок*

власне українські

*кисень, віхола, добробут*

**Запозичення**  
близько 10% слів

запозичення зі слов'янських мов

*бадьорий* (білоруська)  
*повидло* (польська)  
*табір* (чеська)

запозичення з неслов'янських мов

*парус* (грецька)  
*фортуна* (латинська)  
*флейта* (німецька)  
*турне* (французька)  
*музей* (грецька)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Доберіть із інтернет-видань 7–10 прикладів із власне українською лексикою, яка зазначена у статті. Чи відомі вам інші власне українські слова?

Як зазначає І. Фаріон, «кожна мова – це окрема національна й інтелектуально-естетична картина світу, і щоб вона була і здійснювалася, мусить працювати така критична маса лексики, що відрізнятиме її від усіх інших».

Сучасні медійники активно використовують слова, яких немає в російській мові. Ось приклади: вояк (солдат), військо (армія), артилерійний (артилерійський), суворий (строгий), рушати (крокувати), летовище (аеропорт), чинник (фактор), ченці (паломники), жалобний (траурний), лаштунки (куліси), відсоток (процент), баня, склепіння (купол), крамниця (магазин), зазвичай (як правило), пишатися (гордитися), хідник (тротуар), світлина (фотокартка), родина (сім'я), помешкання (квартира), шляхетний (благородний), замислитися (здуматися).

Журналістові випала поважна місія – вкорінювати властиву українській мові лексику. Намагання дібрати з нормативних паралельних форм таку, якої немає в російській мові, засвідчує про прагнення долати нав'язані тоталітарною системою стереотипи.

*Є. Красноцока засуджено до довічного ув'язнення.*

Слово *довічне* замінило російську кальку *пожиттєве*.

*Аварія трапилася внаслідок того, що водій маршрутного автобуса № 53 здійснив наїзд на жінку. Потерпілу доправили до лікарні.*

Усталені у результаті, доставили замінено на внаслідок, доправили.

*Україна збільшила виторг від експорту електроенергії на чверть.*

Слово *виторг* замінило російську кальку *виручка*.

*11 квітня в Україні ймовірні грози. В Україні доцитиме.*

Слово *доцитиме* вживається лише в українській мові. Воно компактне, замінює словосполучення із трьох слів *буде йти дощ*. Це слово не лише засвідчує про намагання журналіста повернути автентичну українську норму, а й є прийнятнішим у тексті ЗМІ, оскільки його змістова насиченість сприяє економії мовних засобів.

*Львівські туристичні агенції скеровують своїх працівників до інших країн, позаяк дбають про свій рейтинг.*

Іншомовне слово *агентство* функціонує в російській та в українській мовах. Журналіст вжив властиве лише українській – *агенція*, а серед синонімічних сполучників, які можна було використати

в підрядному реченні причини, вибрав *позаяк*, який теж є лише в українській мові.

(Конохова Л. Лінгвістична креативність як вияв творчості журналіста. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки». 2019. Вип. 3. С. 149–154.)

**ЗАВДАННЯ.** Випишіть власне українські слова. Доберіть до них синоніми. Із 2–3 парами слів складіть речення публіцистичного стилю. Прослідкуйте, як змінюється зміст речення.

Багаття, фарватер, гай, держава, сузір'я, боксер, баскетбол, прізвище, передбачати, вариво, вермішель, чарівний, мрія, інтуїція, вибалок, кафе, голота, реверанс, відродження, смуга, рюкзак, зачарований, нездара, дуель, малесенький, кремезний, леді.

### Іншомовні слова

- Жодна культура світу не розвивається в ізоляції, відірвано від інших культур.
- Контакти народів зумовлюють культурний обмін, зокрема й обмін слів.
- Тому в кожній мові, крім "своїх", є "чужі", тобто запозичені слова.

У лексичному складі  
корейської мови є 75%  
китаїзмів

В англійській мові до  
60% слів  
французького  
походження

### Іншомовні слова

- Крім зовнішніх чинників, запозичення стимулюються внутрішніми чинниками.
- По-перше, це намагання уникнути полісемії, закріпити за своїм і чужим словом різні смислові відтінки.

*варення* "зварені в цукровому сиропі, меді чи патоці ягоди або фрукти"

↔

*джем* (англ. jam) "желеподібне варення"

*подорож* "поїздка або пересування швидкістю по місцях, віддалених від постійного місця проживання"

↔

*круїз* (англ. cruise) "подорож по воді"

*розповідь* "повідомлення про кого-, що-побудь"

↔

*репортаж* (фр. reportage) "розповідь кореспондента з місця події в пресі, по радіо, телебаченню"

- По-друге, це прагнення замінити багатослівне найменування однослівним: *управний стрілець* – *снайпер*, *біг на короткій дистанції* – *спринт*.

### Іншомовні слова

	приклади				
англійська	<i>бюджет</i>	<i>хокей</i>	<i>мітинг</i>	<i>пудинг</i>	<i>джемпер</i>
французька	<i>вуаль</i>	<i>тротуар</i>	<i>бюро</i>	<i>екіпаж</i>	<i>шофер</i>
латинська	<i>фортуна</i>	<i>коляда</i>	<i>фізика</i>	<i>Віктор</i>	<i>Марина</i>
грецька	<i>парус</i>	<i>вишня</i>	<i>крокодил</i>	<i>Андрій</i>	<i>Слена</i>
польська	<i>хлопець</i>	<i>кохати</i>	<i>млин</i>	<i>грань</i>	<i>драбина</i>
голландська	<i>боцман</i>	<i>вахта</i>	<i>гавань</i>	<i>матрос</i>	<i>шторм</i>

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи знали ви про таке свято? Знайдіть інформацію про те, як його відзначають. Чи існують у світі ще дні, присвячені словам? Чи знали ви, що слово *дякую* запозичене з німецької мови? Випишіть із інтернет-видань кілька речень із виділеними словами (великі букви), вказавши назву публікації, автора і видання.

Для того, щоб нагадати всім про чемність, гарні манери, уміння бути вдячним, щороку 11 січня у світі відзначають ДЕНЬ СЛОВА «ДЯКУЮ».

Ніщо не коштує так дешево й не цінується так дорого, як увічливість. Слова вдячності здатні творити дива. Вони виражають увагу та повагу до інших, символічно повертають людям добро, дарують радість, налаштовують на позитив, покращують стосунки, допомагають нам стати ближчими одне до одного.

Сьогодні бажано подякувати нашим рідним, близьким, друзям, колегам.

Українці, коли хочуть висловити дяку, кажуть СПАСИБІ або ДЯКУЮ.

Походження першого слова очевидне. Виникло воно внаслідок стягнення та звукової видозміни давнього виразу СЪПАСИ БОГЪ, що буквально означало «хай спасе тебе Бог». Так казали співрозмовнику на знак поваги та приязні, бажаючи, щоб у нього все було гаразд. Прикметно, що словники української мови фіксують давнішу форму цього слова – СПАСИБІГ, а також похідну зменшено-пестливу форму – СПАСИБОНЬКИ.

Значно більше похідників дали в нашій мові іменник ДЯКА та дієслово ДЯКУВАТИ: ВДЯЧЛИВИЙ, ВДЯЧНИЙ, ВДЯЧНІСТЬ, ВІДДЯКА, ВІДДЯЧИТИ, ЗАВДЯКИ, ЗАВДЯЧИТИ, ЗАВДЯЧЛИВІСТЬ, НАДЯКУВАТИСЯ, НЕВДЯКА, НЕВДЯЧНИЙ, НЕВДЯЧНІСТЬ, ПОДЯКА, ПОДЯКУВАТИ, ПОДЯЧНИЙ, РОЗДЯКУВАТИСЯ.

Людину, яка не відчуває і не виявляє вдячності називаємо НЕВДЯЧНИКОМ: «Я, щоби не показатися невячником, намислив тепер дати по спроможі якусь полекшу тим, що її потребують» (Дж. Боккаччо, переклад М. Лукаша).

Вислів НЕ ЗДЯКУВАТИСЯ означає «не знайти слів для висловлення вдячності». Пор.: «Приїзди, Свириде, в гості: прийму тебе у власній господі так, що й не здякуєшся!..» (М. Коцюбинський).

Слово ДЯКУВАТИ запозичене в українську мову, як і в інші слов'янські, з німецької. Дієслово DANKEN на германському мовному ґрунті генетично пов'язане з англійським THANK.

(Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України)

**ЗАВДАННЯ.** У наведеному тексті знайдіть іншомовні слова. Скориставшись онлайн-словниками, з'ясуйте значення невідомих вам слів. Складіть речення із виділеними словами.

Формування мовної особистості майбутніх журналістів є важливим соціокультурним завданням. Метою цієї розвідки було визначення варіативності *інтерпретацій* ольфакторної рецепції Києва як характеристики мовної *компетенції* особистості. Конкретні завдання полягали у визначенні набору лексики, яким послуговуються студенти для позначення відчуття запаху. Спостереження над запахами міста, осмислені студентами та інтерпретовані крізь призму індивідуального сприйняття, незважаючи на обмеженість лексичного складу мови для позначення ольфакторних найменувань, дозволили виявити *креативні* можливості молоді у виконанні мовно-текстового завдання – розбудови семантичного одоративного простору.

(Шумарова Н. Вираження ольфакторної рецепції як спосіб представлення мовної особистості. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 30–42.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі значенням та походженням іншомовних слів. Чи всі слова вам відомі? Оберіть одне зі слів, напишіть замітку. Для привернення уваги читача візуалізуйте матеріал.

**Аватара** (санскр. *अवतार* – сходження) – 1. У філософії індуїзму – позначення сходження Бога з духовного світу у нижчі сфери буття з певною метою; втілення. 2. Невелике зображення, яке користувач форуму або блогу використовує разом з ніком (псевдонімом). Відображається у профілі зареєстрованого користувача форуму або сайту. Може бути як фотографією, так і якоюсь картинкою, яка відображає суть користувача і допомагає максимально правильно створити перше враження у співрозмовника.

**Кітч** (нім. *Kitsch* – халтура) – 1. Естетично бідний об'єкт масової культури, сучасного псевдомистецтва, творів, яким бракує смаку. 2. *розм.* Бездарність, відсутність смаку, халтура.

**Маскот** (фр. *mascotte* від прованс. *mascoto* – заклинання) – відомий персонаж, що втілює спільноту, колектив, заклад чи бренд, і використовується у рекламних чи маркетингових цілях; персонаж-талісман.

**Мем** (англ. *memе* від гр. *μνημα* – спогад) – 1. Одиниця культурної інформації, поширювана від однієї людини до іншої за допомогою



імітації, навчання тощо. 2. У культурології – одиниця інформації, яка міститься у свідомості і діє на події таким чином, щоб у свідомості інших людей утворилося більше число його копій. 3. У соціології – одиниця суспільної взаємодії. 4. У психології – одиниця мислення, завдяки якій здійснюється його процес.

**Мурал** (англ. *mural* – настінний від ісп. *muro* – стіна) –

1. Декоративний розпис стіни або стелі з гармонійним включенням в композицію архітектурних елементів робочої поверхні; стінопис.
2. Твір, виконаний у подібній техніці.

(Словник іншомовних слів)

## Інтернаціоналізми

Серед іншомовних слів є чимало інтернаціоналізмів.

Це слова, що вживаються в багатьох неспоріднених мовах і разом з тим зберігають близькість або спільність своєї семантики та фонетико-морфологічної будови.

Виникнення інтернаціональної лексики зумовлене культурно-історичними взаємозв'язками між народами.

Інтернаціональні слова відомі українській мові досить давно.

Ще в староукраїнських пам'ятках XVI-XVII ст. засвідчується чимало запозичень з різних мов, особливо з латинської, грецької, німецької, що, вживаючись як терміни, набули інтернаціонального характеру: *апеляція, декрет, календар, інвентар, копія, ревізія, сума, офіцер*.

## Іншомовні слова у ЗМІ

До процесів, які активно діють у сучасній українській мові, належить процес запозичення іншомовної лексики, специфіка якого, безумовно, не вичерпується тільки його інтенсивністю.

Активізація процесу запозичення відбувається на тлі інших, не менш активних процесів у галузі лексики, які знаходять своє втілення у **публіцистичному стилі** як найбільш проникному й відкритому для всіх новоутворень.

У кінці XX - на початку XXI ст. більшу частину запозичень, які вільно використовуються в газетах, журналах та інших засобах масової інформації, становлять **англіцизми**, і це є характерним не тільки для української мови.

**ЗАВДАННЯ.** Із українсько-англійського глосарію з методології медіадосліджень (Методологія досліджень мас-медіа : робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с.) випишіть назви загальнонаукових методів пізнання, дослідження, вивчення тощо. З'ясуйте їх походження. Визначте, які з них є інтернаціоналізмами.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи погоджуєтеся ви з авторкою? Відповідь аргументуйте. Скористайтеся онлайн-словниками і з'ясуйте, з яких мов запозичені слова *постмодернізм, реінкарнація, бутафорія*? Дайте їм визначення.

Людина постмодернізму характеризується ненаситністю, істинним голодом до «хліба і видовищ», вона, як сучасна реінкарнація відвідувачів гладіаторських боїв у римському Колізеї, волає не до відтворення життя, а до його «відбування» тут і тепер перед ними. Постмодерне суспільство хоче інтерактивності, воно тепер не згодне на театр, йому треба

реаліті-шоу без постановки, без акторів, зі справжніми стражданнями, жертвами, відчуттями, врешті-решт смертю. «Геть бутафорію!», – наче промовляє вона. Мало тепер жити в реальності, мало ситуацій/випадків, які їй посилає доля, вона хоче охопити все більше сторін життя, у яке вона закинута насильницьким актом народження.

(Циховська Е. «Суспільство спектаклю»: перспективи та загрози сучасних ЗМІ. *Стиль і текст*. 2014. № 15. С. 231–240.)

**ЗАВДАННЯ.** У наведеному тексті знайдіть слова іншомовного походження, поясніть їх правопис. За українським правописом 2019 року *веб-дизайнер* чи *вебдизайнер*? Запишіть 10–15 назв професій іншомовного походження.

Дизайнер – одна з найбільш престижних і високооплачуваних професій на сьогодні. Саме ці фахівці роблять наше життя красивішим. Поняття «дизайн» можна застосувати до будь-якого виду людської діяльності. Саме тому ця професія існує в такому розмаїтті видів: дизайнер поліграфії (створення макетів, верстка), фітодизайнер (озеленення будинків та офісів, створення зимових садів), ландшафтний дизайнер (благоустрій територій), дизайнер інтер'єрів (благоустрій квартир і офісів, підвищення функціональності і якісного рівня інтер'єрів), веб-дизайнер (створення сайтів, банерів), дизайнер одягу (втілення актуальних тенденцій моди), фуд-дизайнер (створення гарних зображень страв для різних меню і кулінарних книг), дизайнер принтів тощо.

Інтер'єр, поліграфія, рекламні технології, промислове виробництво, фешн-індустрія без гарного дизайнера одразу перестають бути гарними.

(<https://mik.dcz.gov.ua/publikaciya/naypopulyarnishi-profesiyi-rynku-praci-ukrayiny>)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи можна вважати термін *інтерактив* журналістським? Відповідь обґрунтуйте. Наведіть приклади (7–10) іншомовних загальнонаукових термінів. Дайте тлумачення 5–7 термінам журналістики іншомовного походження.

У наукових колах триває дискусія щодо розуміння інтерактивності. *Інтерактив* (англ. *inter* – «між», «взаємний»; *active* – «діяльність, активність») тлумачать як оперативну діалоговість засобів масової інформації, їхню здатність до спілкування з аудиторією. *Інтерактивністю* також вважають особливості взаємодії між об'єктами і можливості отримувати інформацію різних видів та реагувати на неї. Дослідниця Н. Мойсеюк

акцентує на тому, що інтерактивність є здатністю взаємодіяти або перебувати в режимі діалогу з ким-небудь (людиною) або з чим-небудь (наприклад, комп'ютером).

(Федоренко О. Потенціал інтерактивних методів навчання у формуванні журналістської компетентності. *Стиль і текст*. 20014. № 159. С. 59–67.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про термін *інфотеймент*. Чи дізналися ви щось нове? Доповніть текст інформацією про походження терміна, його тлумачення в сучасній журналістиці тощо.

У 80-х рр. ХХ ст. у США різко впав рейтинг новин національних телеканалів. Щоб повернути увагу глядачів, американські телевізійники переглянули основні принципи добору та трансляції інформації: менше офіційних повідомлень – більше гострих соціальних тем і видовищних культурних подій. Разом із змістовим наповненням програм змінилась форма подання інформації. Новини вже не поділяли на інформаційні та інформаційно-розважальні. Виник синтетичний телевізійний формат – *інфотеймент*, який став реакцією на зміну інформаційних потреб аудиторії.

Одними з перших нову методику подання інформації освоїли співробітники редакції щотижневої програми «60 хвилин» (канал CBS). Ведучі почали коментувати події, давати їм власну оцінку, журналісти з'являлися в кадрі нарівні з героями репортажів, що було нетиповим для того часного телебачення.

У науковий обіг термін «інфотеймент» увів американець Н. Постман, відомий дослідник і критик медійної культури. Вивчення цього феномена також займалися професор Гарвардського університету Т. Патерсен, науковці М. Нісбет, Л. Тай.

(Морозова О. Інфотеймент як методика здійснення масової комунікаційного впливу на аудиторію. *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 239–245.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент розділу «Фейки та пропаганда у створенні сучасного інформаційного простору» книги Георгія Почепцова. Що спільного між анекдотом, фейком і пропагандою? Випишіть із тексту 4–5 слів іншомовного походження, з'ясуйте їх значення.

Фейк приходиться до нас безіменним, усе можливе його «коріння» його ж творці намагаються заздалегідь знищити. Це не заважає функціонуванню фейку, позаяк його зміст настільки приголомшливий,

що працює на нас і без відомостей про автора. Такими «безавторськими» текстами були за радянських часів анекдоти, які самопоширювалися, маючи принципово інший зміст та несучи альтернативну картину світу, що суперечила пропагандистській. Саме тому анекдот і набував значної популярності.

У пропаганди теж немає автора, однак є обличчя того, хто доносить її до нас. Воно мусить викликати максимум довіри, бо за цими словами часто також немає правди. І фейки, і пропаганда наближені одне до одного тим, що на них є лише «наліт» правди, який потрібен для надання бодай мінімуму достовірності.

Коли фейки породжує держава, вона називає їх пропагандою. Однак і в тому, і в іншому разі бачимо відхилення від дійсності. Держава хоче мати кращий вигляд в очах своїх громадян, тому пропаганда починає прикрашати дійсність. Щоправда, зазвичай пропаганді вірять мало, зате фейкам – добре, адже вони поширюються тільки тому, що їх починають постити люди.

(Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. <https://www.aup.com.ua/toksichniy-infoprostir-yak-zberegti-yas/>)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із роботою студента ХДУ Дмитра Воробйова «Декілька хороших ресурсів для тих, хто вивчає українську мову онлайн». З'ясуйте походження і значення виділених у тексті слів.

Welcome to Ukraine!

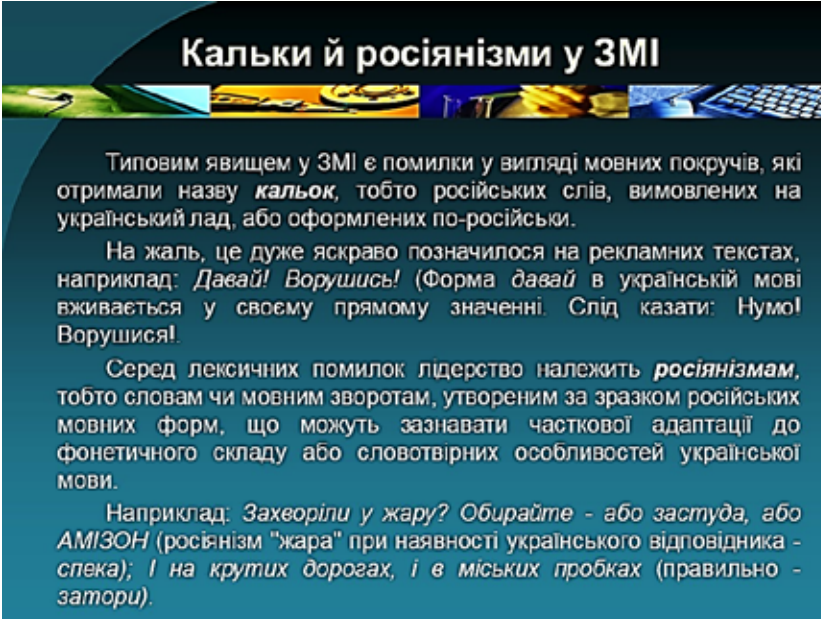
Отже, ви приїхали до України, але маєте складнощі з вивченням української мови? У наш час це зовсім не проблема, бо для вивчення іноземних мов створено безліч *сайтів*. Українська мова не є *винятком*.

Тож пропонуємо вам ознайомитися із сайтами, які допоможуть вивчити українську мову:

1. Перш за все, існує окремий сайт української мови. Він допоможе розібратися у правописі, *пунктуації*, наголосах, а також із синонімами. На сайті можна знайти окремий розділ «Антисуржик».
2. «Словотвір» – це інша *онлайн-платформа* для вивчення української мови. Його основна мета – збагатити та розвинути лексику користувача. Тут ви знайдете й «переклади» запозичених слів.
3. «LanguageTool» – останній у списку, але не у значущості *ресурсу*. Він розроблений для вивчення пунктуації та граматики. Його принцип роботи полягає в перевірці тексту й виправленні помилок. Існує платна й безкоштовна *версія*. У безкоштовній ви можете перевірити

текст не більший 20 тисяч символів. Кожен тип *помилки* виділяється окремим кольором, а при наведенні *курсор*у на виділене слово програма запропонує вам варіанти заміни.

(Дмитро Воробйов, студент ХДУ)



**Кальки й росіянізми у ЗМІ**

Типовим явищем у ЗМІ є помилки у вигляді мовних покручів, які отримали назву *кальок*, тобто російських слів, вимовлених на український лад, або оформлених по-російськи.

На жаль, це дуже яскраво позначилося на рекламних текстах, наприклад: *Давай! Ворушиш!* (Форма *давай* в українській мові вживається у своєму прямому значенні. Слід казати: *Нумо! Ворушися!*)

Серед лексичних помилок лідерство належить *росіянізмам*, тобто словам чи мовним зворотам, утвореним за зразком російських мовних форм, що можуть зазнавати часткової адаптації до фонетичного складу або словотвірних особливостей української мови.

Наприклад: *Захворіли у жару? Обирайте - або застуда, або АМІЗОН* (росіянізм "жара" при наявності українського відповідника - *спека*); *І на крутих дорогах, і в міських пробках* (правильно - *затори*).

**ЗАВДАННЯ.** Чи є нормативними в українській мові словосполуки *явка виборців*, *явка на вибори*? Прочитайте замітку «Виборці являються чи приходять на дільниці?» Катерини Городенської. Як філологиня радить журналістам уникати російських кальок? Дотримуючись рекомендацій, складіть кілька речень про вибори міського мера.


**ЗАВДАННЯ.** Відредагуйте текст (*помилки допущені нами*). Перевірте себе за гіперпосиланням після тексту.

Е. Граан стверджує: «фейкові новини є іншою формою дискурсівного інжинірінгу. Фейкові новини, котрі розглядають як зфабриковані новини повідомлення, є результатом професійної практики спрямованої

на формування публічної циркуляції дискурсів. Творці фейкових новин – чи то македонські тинейжери, чи американські екстремісти, чи російські ферми троллів – працюють на просування бажанного уявлення про певну проблему. Як відомо ці бажані уявлення часто є сенсаційними або й не пристойними, щоб отримати монетизацію в кліках. Вони також можуть працювати з негативною метою для поширення дез-інформації, та породження недовіри серед аудиторії. Однак хоча такі практики дискурсівного інжинірінгу намагаються формувати публічну циркуляцію дискурсів, це не означає, що вони завжди або часто досягають успіху».

(Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. <https://www.aup.com.ua/toksichniy-infoprostir-yak-zberegti-yas/>)


## Варваризми




**Варваризми** – іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що не стали загальноживаними, не відповідають нормам цієї мови, зберігаючи своє національно-конотативне забарвлення.

Варваризми уживають переважно в описах життя й побуту інших народів для відтворення місцевого колориту, назв чужих реалій, звичаїв, специфічних понять (*мадам, шериф, консьєрж, імпічмент, уїк-енд, салам, харакірі*), а також передаючи мовлення персонажа-іноземця.

Часто є засобом створення комічного ефекту, висміювання зловживань іншомовними словами.




## Екзотизми (етнографізми)



**Екзотизмами, або етнографізмами,** називають слова, що передають характерні назви реалій із життя інших народів і не мають *точних* відповідників у мові, до якої вони потрапляють.

Наприклад: *аул, мечеть, сакля, курултай, дехканин, духан, полісмен, кюре, леді, лорд* тощо.

У художній літературі й публіцистиці екзотизми використовуються насамперед з метою створити незвичайну, екзотичну атмосферу, яка посилює емоційне враження, а також для передавання етнографічних особливостей тієї місцевості, про яку розповідається.



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Знайдіть у ньому екзотизми, з'ясуйте їх значення. Які тематичні групи слів називають ці одиниці? З якою метою екзотизми введені в текст? Чи можна було уникнути їх у тексті? Доберіть приклади вживання екзотизмів у журналістських матеріалах.

Асадо (іспанська: [a'saдо]) – це техніка та соціальна подія наявності або відвідування шашлику у різних країнах Південної Америки, де це також традиційна подія. Ан асадо зазвичай складається з яловичини, свинини, курки, чорізо і морсила, які готують на гриль, називається а паррілла, або відкритий вогонь. Як правило, до м'яса додають червоне вино та салати. Це м'ясо готує особа, якій призначено асадор або парріллоро.

**Історія.** Величезні стада дикої худоби бродили по більшій частині району пампи Аргентини до середини XIX століття. Мешканці Ріо-дела-Плата, особливо кінний спорт гаучо, розвинув прихильність до яловичини, особливо асадо, тобто смаженої яловичини (або баранини чи кози). М'ясо, часто з боків ребер, нанизане на металевий каркас, який називається асадор, і обсмажується, підкладаючи його поруч із повільним вогнем. Гаучос віддав перевагу приготуванню асадо з деревиною

дерева кебрачо, оскільки воно дуже мало палить. Асадо у супроводі мате-чаю лягло в основу дієти гаучо.



### Іншомовні слова

Не можна вважати нормальним явище, коли нині вивіски на вулицях наших міст рясніють іноземними написами, а шпальти газет перенасичені зворотами з незрозумілими більшості читачів іншомовними словами на зразок:

*авантажна людина, яка звикла до фігуртур;*  
*імбецильний керівник, який викликає справедливі*  
*ламентациї колективу, осипає всіх філіпіками;*  
*всі наші працівники альтруїсти і прозеліти прогресу;*  
*займається інсинуаціями, завдяки чому йому вдається*  
*утримувати свою синекуру, але баражирування розкрило*  
*його камуфляж;*  
*його ферули нас не лякають.*

### Явище пуризму

Невиправданим є й крайній **пуризм** (від лат. *purus* "чистий") - навмисне цілеспрямоване усунення з мови всіх іншомовних слів.

Пуризм особливо шкідливий для тих мов, яким не загрожує асиміляція.

Так, зокрема, нічим не обґрунтованими були пуристичні тенденції у другій половині XIX ст. у Росії, які особливо виявилися в діяльності графа О.С. Шишкова і частково лексикографа та письменника В.І. Даля.

Шишков пропонував усі іншомовні слова замінити корінними, питомими.

<b>тротуар</b>	➤	<b>топталише</b>
У відомому словнику Даля		
<b>фізкультура</b>	➤	<b>ловкосиліе</b>
<b>атмосфера</b>	➤	<b>мироколица</b>
<b>горизонт</b>	➤	<b>небозём</b>
<b>пенсне</b>	➤	<b>носохватка</b>

### Явище пуризму

Пуристичні тенденції були характерні й для української мови початку XX ст., коли замість *атом* пропонувалося слово *неділка*, *синтаксис* називали *складнею*, *кому* - *протинком*, *конус* - *стіжком*, *діагональ* - *косиною*, *період* - *наворотом*, *формулу* - *взором* тощо.

Цікаві щодо цього думки відомого українського вченого Анатангела Кримського, який писав, що «не варто сперечатися про те, звідки взяли» слово, а намагання усунути такі іншомовні слова, які вже міцно ввійшли до української літературної мови, вважав він просто зайвим, бо тут «нашої філологічної заборони ніхто не послухає».

Використання іншомовних слів само по собі не є явищем негативним, навпаки, воно збагачує лексику мови, розширює її виражально-стилістичні можливості.

**ЗАВДАННЯ.** Прослідкуйте, чи правильно дібрані синоніми до слів іншомовного походження. Складіть речення із українським словом і його іншомовним відповідником. Доповніть синонімічні ряди до 2–3 слів.

Імпонувати – подобатися, локальний – місцевий, прогресивний – передовий, модернізувати – осучаснювати, акцентувати – наголошувати, фундамент – основа, координувати – узгоджувати, гіперболізувати – перебільшувати.

**ЗАВДАННЯ.** Подивіться відео YouTube «Українську мову заповнили слова іншомовного походження. ТА чи знають містяни їх значення?» (канал «ОТАКОЇ»). Доберіть кілька іншомовних слів і проведіть опитування мешканців міста, у якому навчаєтеся.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте замітку Катерини Городенської «Чи потрібен українській мові екзит-пол?». Яким словосполукам мовознавиця радить надавати перевагу в загальному українському вжитку, а які пропонує лише для професійного вживання?

**ЗАВДАННЯ.** Подивіться відео «Як слова набувають популярності» на каналі «Твоя Підпільна Гуманітарка» YouTube. У випуску «Будь ласка, українською» Євген Лір розповідає про напозір очевидні речі, що досі викликають чимало суперечок – як саме запозичення набувають поширення і чи керований цей процес. А ще, про теорію мовних запитів, меми і своєрідні перекладацькі рішення. Підготуйте кілька питань для проведення інтерв'ю з автором відеоконтенту.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Випишіть слова іншомовного походження, поясніть їх значення. Запишіть 5–7 запозичених назв сучасних професій, поясніть їх правопис.

Зараз набуває популярності в Україні професія траблшутера, який, як і лінгворекламист, є своєрідним лікарем для копірайтингу. Проте його діяльність пов'язана з виправленням помилок бізнес-компаній,

що обрали неправильну стратегію/тактику і через це можуть ставати неконкурентоздатними на ринку.

*Траблшутинг* (з англ. *troubleshooting*) відомий з 1905 року, коли з'явився і цей термін; траблшутер у буквальному перекладі означає «людина, яка розстрілює проблеми», що дозволяє бізнесу виправити ситуацію з мінімальними витратами.

Подібні ситуації можуть виникнути і внаслідок невдалого брендингу. Класичний приклад цього описаний у романі Маргаретт Мітчел «Віднесені вітром» щодо вивіски, яку жартома запропонував Скалетт О'Хара Ретт Батлер для назви магазину. Ребрендинг таких назв дозволяє позбутися неприємних наслідків (що і зробив герой твору Ешлі Уілкс). Тобто практика виправлення рекламних помилок, як і сама реклама, існує давно.

(Колеснікова І. Лінгворекламистика: мова сучасної реклами. *Термінологічний вісник*. 2019. Вип. 5. С. 170–174.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте рекомендації Катерини Городенської щодо вживання іншомовного терміна *есе*. Чому мовознавиця радить надавати перевагу варіанту *есей*? Дотримуючись порад, складіть 3–5 речень із цим терміном.

В українській фаховій мові, передусім у літературознавчих виданнях, а також в електронних та друкованих засобах інформації помітне активніше вживання форм *есей*, *есеї* та ін. Донедавна переважав невідмінюваний іменник *есе* і зрідка траплялися *есей* і навіть *есея*, які вживали здебільшого класики української літератури минулого сторіччя та деякі літературні критики. Словники зафіксували цей іменник французького походження зі значеннями: 1) 'невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і передає індивідуальні думки та враження з конкретного питання і не претендує на вичерпне трактування теми'; 2) 'жанр на перетині художньої та публіцистичної творчості'. Хоч художні тексти у стилі *есе* відомі з часів античності, появу цього жанру пов'язують з іменем Мішеля Монтеня, який з 1572 року й до кінця життя працював над своїм найбільшим літературним твором, що мав назву "Essai".

У найновіших довідкових виданнях, зокрема в орфографічних і деяких тлумачних словниках, енциклопедіях, подано невідмінюваний іменник *есе* і відмінюваний іменник чоловічого роду *есей* як рівнозначні. Тоді чим відрізняються ці два іменники в українській мові? А тим,

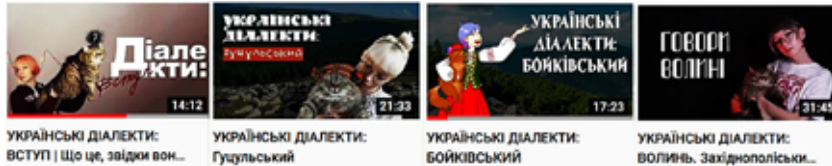
що запозичення *есе* відтворює його вимову у французькій мові, але воно не пристосоване до граматичного ладу української літературної мови, бо не відмінюване. Слово *есеї* адаптоване до її словозмінної системи, адже його відмінюємо за зразком іменників II відміни чоловічого роду з основою на м'який приголосний, пор. в однині: *есеї, есея, есеєві (есею), есеї, есеєм, (в) есеї (есеєві)*; у множині: *есеї, есеїв, есеям, есеї, есеями, (в) есеях*. Саме ця граматична ознака зробила слово *есеї* органічнішим для українського вжитку.

(Городенська К. Есе і есеї. *Термінологічний вісник*. 2019. Вип. 5. С. 391.)

## ЛЕКСИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗІ СТИЛІСТИЧНОГО ПОГЛЯДУ



**ЗАВДАННЯ.** Знайдіть на YouTube канал філологині Ідеї Олександрівни. Ознайомтеся із відео про українські діалекти. Напишіть рецензію на один із відеоматеріалів.



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Назвіть діалектні слова вашої місцевості. Доберіть кілька прикладів уживання територіальних діалектизмів у ЗМІ. Із якою метою їх використовують журналісти?

Діалекти – це засіб спілкування певних територіальних чи соціальних груп. Вони урізноманітнюють та роблять цікавою українську мову. Насправді діалектів у нашій мові безліч і кожний із них по-своєму унікальний.

*Ампулка, сявка, чинка.* Цікаві слова, еге ж?

А чи знали ви, що активно ці слова вживаються у Харкові? Наприклад, «сявка» – це хуліган, а ось «чинкою» називають бритвене лезо.

На мою думку, в кожному місті України є такі цікаві діалектизми, які знають тільки місцяни. Ось я з Миколаєва, і ви ніколи не дізнаєтеся що таке «совок». У нас так називають вулицю «Радянську» (рос. Советская).

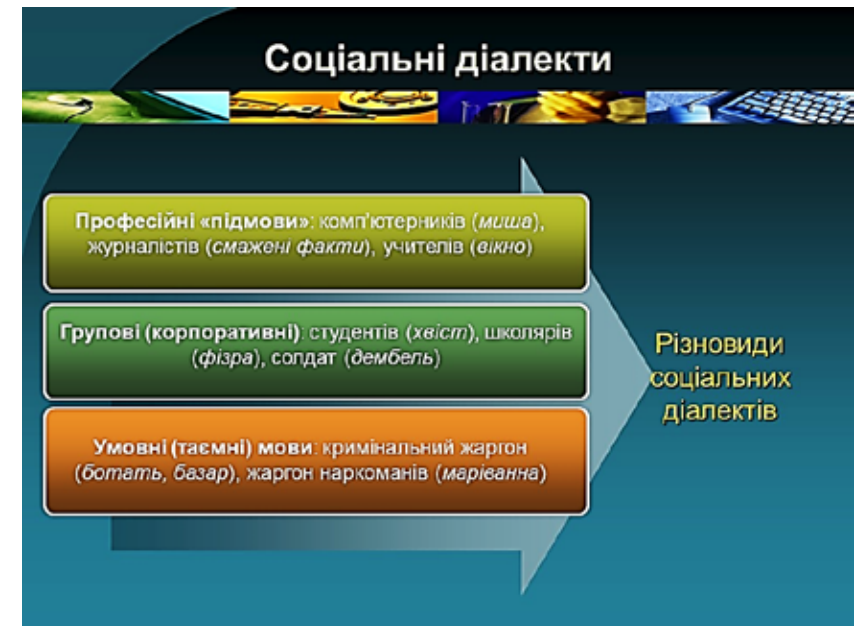
Моя бабуся родом із Львівщини, й дуже часто вона вживає слово «мешти» та «бульба». Одного разу мені стало цікаво, що ж це означає. Її відповідь шокувала мене... «Мештами» в них називали звичайне взуття, а «бульба» – це та ж картопля. Тож для мене діалекти – це унікальна та цікава тема, яку варто вивчати та досліджувати!

(Марія Рудницька, студентка ХДУ)

**ЗАВДАННЯ.** Прокоментуйте вислів. Побудуйте текст, зберігаючи його смисл. Додайте власні думки.

За останні роки публіцистика зробила колосальний крок у бік відкритості, можливості висвітлювати життя суспільства, не озируючись на цензуру. Проте соціальні, політичні, економічні процеси нашого часу впливають на пресу взагалі і на мову зокрема не тільки позитивно, а й негативно. Свобода слова сприймається як уседозволеність, зняті всі бар'єри та фільтри на шляху проникнення в літературну мову грубої, навіть вульгарної лексики, значної кількості жаргонізмів.

(О. Тимчук)





**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте вислів Лесі Ставицької. Назвіть різновиди соціальних діалектизмів, уживаних у друкованих виданнях. Поміркуйте, яка їх роль у журналістському матеріалі.

Друковані видання, миттєво реагуючи на зміни в екстралінгвальній, мовній реальності та мовній свідомості українського соціуму, відображали і далі відображають соціально-стильове та функціональне розміття сучасного жаргоновживання різних соціодіалектів, що його структурують: кримінальне аргі, тюремна лексика, жаргон наркоманів, мафіозі, корпоративні, професійні жаргони, жаргонізована розмовна мова, політичний, міський сленг.


(Л. Ставицька)

### Стилістично знижена лексика у ЗМІ

Функціонування стилістично знижених елементів (розмовні, просторічні, лайливі слова, жаргонізми) тісно пов'язане з жанрами стилів: в одних вони функціонують доволі часто, іншим не властиві.

**Широко** функціонує стилістично знижена лексика в нарисах, памфлетах, фейлетонах, коментарях, інтерв'ю.

**Не характерні** ці одиниці для науково-публіцистичних праць, звернень, міжнародних оглядів, звітів, заміток, хронік, аналітичної інформації.



### Стилістично знижена лексика у ЗМІ

Стилістично знижена лексика використовується з метою вразити співбесідників яскравістю висловлення, прагнення показати свою зневагу до предмета розмови:

Розмовні слова	Просторіччя	Лайливі слова
Щоб потому, майже дві години екранного часу, рефлексувати, <b>нити</b> і без діла <b>тинятися</b> на якісній плівці	Чи буде <b>заштопано діри</b> у владі, яка складається з численних в.о. міністрів, в.о. глав адміністрацій і в.о. керівників центральних органів виконавчої влади?	Не знаю, як там за бузром, а в нас реклама розрахована на <b>дебілів</b>

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про функціонування зниженої лексики в мові пресового репортажу. Які функції виконують стилістично-знижені лексеми в мові масмедіа? У яких випадках авторка вважає виправданим уживання жаргонно-сленгових одиниць у масмедійному дискурсі?

Журналісти часто обирають для своїх репортажів лексику розмовної мови, оскільки вона має великий потенціал виражальних засобів, робить текст конструктивним, дає потрібний експресивний ефект. Проте репортерам не слід забувати, що невиправдане використання зниженої лексики може спричинити порушення етичних норм спілкування, а також знехтування певними правовими нормами.

На нашу думку, використання зниженої лексики у сучасному пресовому репортажі, яке, хоч і є небажаним, можна вважати виправданим у тому разі, якщо воно доцільне, зрозуміле широкому загалу читачів, стилістично вмотивоване (своєрідний стилістичний прийом для мовленевої характеристики героїв репортажу).

У сучасних українських репортажах вживаються слова майже з усіх прошарків зниженої лексики: просторіччя, жаргонізми, аргі, суржик,

вульгаризми. Найчастіше засоби розмовного мовлення використовуються у мові репортажу для адекватного й максимально повного відображення мови головних героїв: особливостей індивідуального мовного стилю, їхньої соціальної належності, мовної етики. Використовуючи слова зниженої лексики, репортер передає своє ставлення до описуваного явища, оскільки розмовна мова вже містить у собі певну оцінку.

У мові сучасного репортажу невід'ємним атрибутом є сленгізми, які мають яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер. Сленгова лексика допомагає репортерам увиразнити матеріал, наблизити його до читачів, а також якомога точніше та емоційніше відтворити події, вчинки головних героїв: «У цей час сходами якраз ішли донизу дві дівчинки, років по п'ятнадцять. “Фу, відпустили, – казала одна другій, – у мене **мазер** зовсім собі **гонить**. Слишиш, **вася**, каже, щоб я в одинадцятій на **хаті** була. Хрен би на ніч відпустила, якщо б ти не зайшла. Ловко ти **забазарила**, що ми колядувати в Маринки будемо. В мамі на цьому **клема**”» («Post-Поступ»); «Я **вирулив** з будинку на ковзанцях до місцевого катка» («День»); «Як я **пхався** з відмороженими пальцями додому – окрема історія» («День»); «Переді мною **бебехнулися** двоє дівчат у шапочках з величезними **оранжевими балабанами**» («День»).

У сучасному пресовому репортажі значна частина жаргонної лексики для адекватнішого висвітлення теми вживається у своєму прямому, номінативному значенні. Такі лексеми позначають предмети та явища, характерні для певної соціальної групи. У мові репортажу використовуються слова із:

**жаргону наркоманів:** «Коли я вперше випила метадон, то відчуття **кайфу** не було, – щиро каже Оксана. – Трохи нудило. Перші чотири дні після вживання препарату їхала додому в **стані втику**. Тобто в такому ж, який відчувала після наркотиків. Поступово ж після вживання з'являється нормальне тверезе відчуття» («Український тиждень»); «Біля дверей з'являються двоє дівчат. “Ми в цій програмі вже два роки, – каже 24-річна Оля. Її обличчя густо всіяне веснянками. – До цього кололи важкі наркотики: **ширку, вінт...**”» («Український тиждень»);

**жаргону алкоголіків:** «Допоки чекаю, за мною займають чергу ще двоє безпритульних – пошарпана жінка та чоловік. “Пішли **«вмажемо»!** – Я **«ставлю»** – сьогодні багато милостині зібрав!”» («Інформатор»); «За протекцією мого «консультанта» знайомлюся з пані Ганею, що торгує розливним **«самопалом»** на Краківському ринку, під носом у тамтешніх правоохоронців» («Інформатор»); «Не дивуйтеся, – пояснює Микола. – Усіх, хто **«злапав білку»**, доставляють лише сюди» («Інформатор»);

**жаргону музикантів:** «Музичний простір нині фактично програє академістами, ефір забито **попсою**» («День»); «Як за старих часів, Сукачов усе більше **заводився** (і **заводив публіку**), і в процесі **«заводу»** все більше скидав із себе верхнього одягу» («День»);

**молодіжного жаргону:** «З самого початку у дворі **тусувалися** два екс прем'єри – Вітольд Фокін (1990–92 рр.) та Віталій Масол (1987–90 і 1994–95)» («Україна молода»);

**кримінального жаргону:** «Ти, що здурів, синку? – хриплим прокуреним голосом спитала вона. – Давно на зоні не гостював? Он за столиком біля стіни мужик вусатий сидить. Коля – **стукач ментовський**. Швидко ствол заховай, каву допий і ноги в руки, якщо в клітці ночувати не хочеш» («Post-Поступ»); «Чорнявка виявилася кимось на кшталт **«мамки»** – вона говорила аж забагато» («Post-Поступ»);

**міліцейського жаргону:** «Дайшник заклопотано видивлявся порушників правил дорожнього руху. І зовсім байдуже йому до підозрюваного чоловіка, який бродить центром міста з **«волиною»** на грудях» («Post-Поступ»).

Використовуючи у своїх матеріалах суржик, репортер прагне максимально повно відтворити мову головних героїв репортажу: «У трамваї № 9 нарешті чую грізне (але таке очікуване!): “Дівчино, показуємо **білетік!**”» («Інформатор»); «“А що тут робити молодим, – розводить руками літній чоловік, якого прошу вказати шлях. – Всі до **города** рвуться, бо ж там, як не крути, легше...”» («Український тиждень»); «Інцидент можна було вважати вичерпаним, позаяк червоний індикатор play на диктофоні погас, якби мене хтось не почав силоміць тягти за ліктя і повторювати: “**Девушка, пройдьомте**”» («Україна молода»); «Генпрокурор Піскун обходив шефа МВС Луценка, а на жартівливе питання журналістів «УМ», чи є таке уникання спільного тосту принциповим, Святослав Михайлович відповів: “**А зачем?** Він же мене, м'яко кажучи, не хвалить”» («Україна молода»).

Майже всі зазначені випадки вживання зниженої лексики несуть у собі певну оцінку дії, спрямовану на вплив матеріалу на читача. За допомогою таких слів журналіст, не вдаючись до допоміжних засобів, висловлює своє ставлення до події чи до людей. Широке використання зниженої лексики у мові сучасного пресового репортажу насамперед зумовлене її експресивністю, прагненням репортера яскраво викласти свою думку, загострити увагу читача на певній події.

(Бикова О. Вживання зниженої лексики у мові сучасного пресового репортажу. *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 86–92.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі статтею. Чи відомі вам інші професійні сленгізми журналістів? Наведіть приклади. Напишіть замітку про роботу працівників друкованих ЗМК, використовуючи наведені у статті сленгізми.

Зоря Г. Професійні сленгізми у мовленні працівників друкованих видань. *Стиль і текст.* 2011. № 12. С. 94–103.

У статті розглядаються професійні сленгізми працівників друкованих засобів масової комунікації як окрема підсистема мовлення в журналістській галузі, а також тематично-функціональні групи сленгових утворень у межах цієї підсистеми.

Ключові слова: професійна мова працівників друкованих засобів масової комунікації, професійні сленгізми працівників періодичних видань, тематично-функціональна група мовлення.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Знайдіть зазначену публікацію. Випишіть кілька прикладів (5–7) використання сленгізмів у назвах кінофільмів і мультфільмів. Прослідкуйте, чи завжди вживання сленгізмів сприяє запам'ятовуванню назви кінопродукції. Відповідь обґрунтуйте.

Сленгізми в українських назвах зарубіжної кінопродукції, в одних випадках, засвідчують лінгвокреативний підхід до створення вторинної назви – яскравої, для легкого запам'ятовування, емоційно-експресивної, з настановою на комічний ефект, тобто назви комерційної, яка виконує насамперед рекламну функцію, в інших же, відбивають особливості соціально-вікової групи, на яку орієнтована кінопродукція. Характерно, що в більшості випадків сленгізми функціонують у назвах саме комедійних фільмів, меншою мірою – у назвах мультфільмів (тут очевидна орієнтація на мовленнєві характеристики соціально-вікової групи).

(Таран О. Функції сленгізмів у вторинних українських назвах кінофільмів. *Культура слова.* 2017. № 86. С. 244–250.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про військовий сленг. Ознайомтеся із відео «Календар-словник фронтового сленгу презентували в Дніпрі». Доберіть кілька прикладів із інтернет-видань, у яких уживані сленгізми військових. Поміркуйте, чи всі соціогрупи мають професійні сленгізми. Відповідь аргументуйте.

Здавна побутує також професійний військовий сленг – термінологічне поле, набір особливих слів або нових значень, які узвичаїлись та використовуються у мові, хоч вважаються ненормативними, неформальними. Це стилістично знижена, функціонально обмежена мова військовослужбовців, що використовується з метою здійснення комунікативної, регулятивної, емоційно-експресивної та корпоративної мовленнєвих функцій і складається з одиниць, які мають різну лексикографічну маркованість. Як-от: *стріли Бога* (Rods from God) – неофіційна назва американської зброї; *Перл-Харбор* – непередбачуваний напад; *риба* – торпеда; *чехи* – чеченці (*Чехи слова свого дотримали. Прапорщик і водій були видані у полк живими*); *томіган* – автомат Томсона (*Будете екіпуватись до цієї місії, захопіть декілька томіганів – знадобляться*); *душман* (використовується військовими на позначення моджахеда).

(Аксьонова В. Сучасна військова лексика в українській мові. *Стиль і текст.* 2010. № 11. С. 163–167.)

**Соціолектизми у ЗМІ**

Молодіжні сленгізми наявні

- у назвах розділів інтернет-видань («Тусня», «Свіжак», «Кумиря»)
- у їх слоганах («Інтернет-журнал для молодих і кльових»)
- у підписах до блогів головних редакторів («Життя ламає нас по дорозі кудись, та все буде файно і зашибісь»)

Автори текстів молодіжних видань вдаються до сленгу, аби надати текстам відтінку фамільярності, подекуди іронії, проте, на думку деяких дослідників, його вживання можна вважати виправданим у тому разі, якщо воно стилістично вмотивоване, зумовлене функціонально, доцільне і, головне, зрозуміле широкому загалу читачів.

**ЗАВДАННЯ.** У наведених реченнях знайдіть жаргонно-сленгові одиниці. Яку функцію вони виконують? Прослідкуйте, наскільки поширене використання таких слів на сторінках ЗМІ. Чи доцільне використання соціолектизмів у масмедійних текстах?

1. Якщо «жахнув» рисового спиртику в компанії, кожен із неї ремонтує шість метрів дороги, і по шість метрів за кожного пияка додається злочасному продавцю.
2. «Коли стріляли – ми бігли в підвал. Навіть у трусах. Бо боялися, що капець. Я хочу, щоб війна закінчилася і ніколи не було її», – розповідає семирічний хлопчик.
3. І ось передовий загін підбігає до напівпідвалу, де висить вивіска «Аптечний кіоск»... Всі «торчки» району знають це місце.
4. Потім вони якось дуже вдало вирішили від мене відморозитись.
5. Не парити собі голову, не переживати, тому що взагалі воно того не варто, реально забити.
6. Бути не таким як всі, бути кращим і першим – престижно і круто.
7. В цей час щосили врубають аудіоколонки, з яких лунають пісні землі, що вмирає: «Я вмираю! Немає більше сил!» у виконанні якогось прогресивного рок-гурту.
8. Мені завжди хотілося зробити класне вуличне громадське місце з благоустроєм.
9. Натравили силовиків на чесну фірму.
10. Політична стабілізація та економічний порятунк будуть основними фішками можливого альянсу.
11. На центральному ринку працюють десятки «бариг».
12. У США поліцейських називають «копи», у Великій Британії – «боббі», у Франції – «фліки», у Німеччині – «булі», у Румунії – «табладжії». Слово «мент» прийшло з угорської, де означає «плац», «накидка». Поліціанти в Австро-Угорській імперії носили довгі плащі.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Назвіть українських радіо-і телеведучих, чие мовлення, на вашу думку, є унормованим. Чи допустиме вживання суржикових одиниць у професійній діяльності журналіста? Відповідь обґрунтуйте.

Задля того, щоб оволодіти українською літературною мовою, вдосконалити культуру і техніку ефірного мовлення, журналістам потрібно

свідомо відмовитися від уживання суржиків навіть у буденному мовленні, частіше заглядати у словник, удосконалювати свою артикуляцію, дикцію, вчитися працювати з мікрофоном і телекамерою.

Професійний практичний досвід ведучого телепрограми «Паралельний світ» Валерія Сараули можна вважати цілком корисним і показовим. Завдяки вдалому використанню вербальних та невербальних компонентів мовлення його робота, загалом, позитивно сприймається експертами та телеглядачами. Про це свідчать численні коментарі, відгуки та оцінки на форумах.

(Єлісовенко Ю., Тарасова К. Параметри комунікативної майстерності ведучого (на прикладі телепрограми «Паралельний світ»). *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 73–80.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті про журнал «Перець». Знайдіть 2–3 публікації, темою яких є мовне питання. Напишіть анотації до цих статей.

Об'єктом висміювання є мовне питання – зрусифікованість та варваризація спілкування, напр.: *Ще б звернути увагу на мову держслужбовців, що ігноруючи законодавство, й досі «какають по-расейські» замість «як». Та й нащо нам оте «о'кей», якщо в нас є «добре».* Глузлива оцінка поширюється і на мовну інтерференцію в усіх сферах суспільної діяльності, напр.: *Мавпуючи прихвоснів, що на нагорі, тужиться забугрівським сленгом і інша сірома. До прикладу обгортка карамелі «Молочна краплинка» фабрики «Рошен», розцяцькована виключно англійським текстом і без тлумача геть зовсім не читається.* Негативно оціненим постає і суржик, що отожднюється з мовою горобців, яким асоціативно протиставлена мова солов'їв (українська мова = солов'їна мова): *Суржик – гороб'яче цвірінкання на солов'їній мові.*

(Коць Т. Лінгвофілософія сучасного гумору й сатири в журналі «Перець». *Культура слова*. 2019. № 91. С. 122–133.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся із порадами каналу «Риторика онлайн» (YouTube) щодо використання суржиків з мовлення. Доповніть список іншим відеоконтентом цієї проблематики.

1. [Суржик: популярні росіянізми та англізми | Як говорити красиво | Риторика онлайн](#)  
Як говорити без суржиків? Як зробити мову красивою, милозвучною та мелодійною? У цьому відео я зібрав ще 40 найчастіших помилок та найпоширеніші випадки вживання суржиків.



## Конфесійна лексика

- У мовознавчій науці немає єдиного визначення лінгвістичних термінів, що відбивають процеси в релігійній сфері, такі лексичні утворення називали по-різному:
 

богословська лексика

конфесійна лексика

сакральна лексика

релігійна маркована лексика

релігійно-християнська лексика
- Олександр Стишов виділяв кілька новітніх груп лексем релігійної тематики: позначення невідомі раніше в Україні релігійних течій, рухів, сект тощо; номінації провідників, послідовників та прибічників різних конфесій, течій тощо; слова, що передають різні назви конфесійних наук, вчень, реалій, понять та ін.

## Конфесійна лексика в журналістських текстах

Друкування матеріалів релігійної тематики, розповіді про життя конфесій у засобах масової інформації розширюють вживання певних лексичних одиниць.

Синонімами до слова *Бог* дослідники називають лексеми *Вседержитель, Всевишній, Всемогутній*, у яких збережено етимонне значення, що об'єктивує всевладність, абсолютну владу над небом і землею, вічне джерело сили і влади, верховенство над матеріальним та ідеальним світом.

У мові інтернет-видання, крім згаданих, виявлено низку інших лексем, які номінують *Бога*: *Господь, Спаситель, Учитель, Творець* тощо, наприклад: *Нехай Всемогутній Господь оберігає кожну українську родину.*

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Прокоментуйте інформаційну функцію конфесійної лексики. З якою метою використовують конфесійну лексику в матеріалах нерелігійної тематики? Доберіть із інтернет-видань і запишіть кілька прикладів вживання конфесійної лексики в журналістських матеріалах.

Під дією позамовних чинників на початку ХХІ ст. у мові українського інтернетного видання «Українська правда» активізувалося вживання конфесійної лексики. Ці мовні одиниці представлені як у матеріалах релігійної тематики, так і в публікаціях про суспільно-політичне життя. Найчастіше в матеріалах сайту використовують назви богослужбових обрядів, загальнорелігійні найменування, назви на позначення конкретних релігійно-міфічних осіб, а також назви сучасних релігій, церков та їхніх структурних підрозділів.

Конфесійна лексика переважно виконує інформаційну функцію, надає журналістським матеріалам відтінку «книжності», зокрема урочистості та піднесеності. Спостерігаємо тенденцію до вживання конфесійної лексики в переносному значенні, а також у заголовках як засіб привернення уваги споживачів інформації. Подекуди конфесійні лексеми слугують засобами вираження іронії, сарказму, найчастіше щодо діяльності політиків.

(Навальна М. Конфесійна лексика в мові інтернет-видання «Українська правда». *Стиль і текст*. 2014. № 15. С. 79–87.)

## Книжна лексика

Розмовній лексиці протиставляється **книжна лексика**, тобто така, що властива писемній формі літературної мови (*доблесть, корифей, маніфестувати*).

До книжної лексики належать слова, що означають

абстрактні поняття  
*істина, мислити, доблесть*

слова із значенням урочистості  
*велич, воїн*

вузькоспеціальна наукова термінологія  
*морф, протон*

Книжна лексика активно використовується в функціональних стилях писемного вияву літературної мови, зокрема у публіцистичному.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Яку роль виконують книжні слова в публіцистичному стилі? Прокоментуйте вислів авторки «Відбувається своєрідна «нейтралізація» мови періодики».

Сучасне публіцистичне мовлення найповніше, найкомпактніше й найпоказовіше реалізується як в усній, так і писемній формах, які мають своєю метою інформувати про актуальні суспільно-політичні та інші проблеми сьогодення. Аби досягти найефективнішого впливу на споживача інформації в цьому стилі широко використовують різноманітну лексику: загальноживану, спеціальну, розмовну, жаргонну та ін. Залежно від жанрової належності газетного тексту і мети повідомлення журналіст добирає найдоречніші лексичні засоби – від нейтральних до емоційно-експресивних.

Серед всього різноманіття лексики в мові сучасної української періодики використовують книжні слова, які надають публіцистичним текстам піднесеності, урочистості, певною мірою пишномовності. Наприклад: *верховенство* «панівне становище, переважаючий вплив кого-, чого-небудь» (*Парламентська коаліція повинна відстоювати єдність країни, верховенство права, рівність всіх перед законом, високі стандарти життя громадян*), *звершення* «здійснення великих намірів, задумів, справдження високих надій, бажань, сподівань» (*Російська Федерація і Коста-Ріка підписали протокол про звершення переговорів із СОТ*), *першовідкривач* «той, хто перший відкриває землі, країни, нові родовища чого-небудь і т. ін.» (*У світовій практиці ім'я небесному об'єкту має право дати його першовідкривач за своїм бажанням*).

У мові публіцистики постійно використовують лексеми та більшою мірою звороти, які характерні зазвичай для офіційно-ділового стилю: *виступити, доручити, надавати, укласти угоду, зобов'язати виконати, випала честь, відповідний період, на виконання наказу, за розпорядженням* та ін. За допомогою таких слів та словосполук, які ще називають мовними штампами, відбувається окниження публіцистичних текстів, своєрідна «нейтралізація» мови періодики. В офіційно-діловому стилі: *«Доручити секції відредагувати проект постанови»; «Начальника відділу зобов'язати виконати завдання», «За розпорядженням декана дипломні роботи студенти подають до 15 травня 2007 року».* У публіцистиці: *«Виступатиме Президент цього року біля Софії»; «Проігнорувати виконання наказу сьогодні – звична справа в державі»; «“Нові українці” не переймаються тим, як укласти угоду, вони більше думають, як обдурити всіх».*

Отже, в мові сучасної української публіцистики дедалі активніше використовують книжні слова, які, крім номінативно-інформаційної функції, надають газетним текстам піднесеності, урочистості або іронічності. Книжні елементи слугують нерідко і засобом створення комічного, смішного, дотепного тощо.

(Навальна М. Функціонування книжних слів у сучасній українській публіцистиці. *Стиль і текст*. 2008. № 9. С. 56–62.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Окрім зазначених у попередньому завданні функцій книжних слів, яку роль вони виконують у масмедіа? Складіть кілька речень (3–4) з книжними висловами, наведеному в тексті.

Піднесений настрій створюють книжні, урочисті вислови: *«стремено в стремено богатирське», «в чистім поленьку», «дороги широкії», «звалили їхати», «як величати вас», «зичним голосом».* Вживання таких слів у тексті допомагає дитині уявити час, коли відбуваються описувані події. Піднесена, урочиста лексика використовується у давніх легендах, баладах, що друкуються на сторінках журналу «Стежка».

(Романюк Н. Вербальні засоби атракції на сторінках журналу для дітей «Стежка». *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 100–106.)



**ЗАВДАННЯ.** Із поданих нижче слів випишіть історизми, складіть із ними речення публіцистичного стилю. Які етапи історії нашої країни вони відображають?

Купець, фірма, місто, окуляри, фабрика, кріпак, сотник, князь, боярин, молодість, козак, жовніри, аероплан, мануфактура, поміщик, дворянин, шинок, урядник, рекрут, гетьман.

**ЗАВДАННЯ.** Чи знаєте ви що таке *гашка*, *оболонь*, *іменник*, *байрак*, *чебурхати*? У День української писемності та мови Ігор Кондратюк ледь не підвів під монастир своїх гостей, запропонувавши протлумачити рідкісні українські слова неширокого вжитку. Подивіться відео «Чи зрозумієте ви це? Рідкісні українські слова: перевірте себе разом із зірками!» на YouTube. Наведіть 7–10 прикладів архаїзмів і сучасних відповідників до них.

**ЗАВДАННЯ.** Подивіться відео «Опитування: Чи знають рівняни значення архаїзмів?» на YouTube. Підготуйте кілька питань до проведення опитування «Застарілі слова: історизми та архаїзми» серед мешканців вашого населеного пункту.

## РОЗВИТОК СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ





## Неологізми

Виникнення неологізмів у мові зумовлюється причинами, тісно пов'язаними з різними потребами життя й розвитку людського суспільства.

Неологізми, як і застарілі слова, категорія історична.

Вони сприймаються як нові слова доти, поки названі ними предмети, явища, властивості лишаються новими для людини, тобто, поки ці слова ще не повністю засвоїлися в активній частині лексичного складу мови.

Але тільки вони стають загальноживаними, вони перестають бути неологізмами.

Такі слова, як *комбайн, телевізор, комп'ютер, телефон* уже давно не сприймаються носіями мови як неологізми.

## Неологізми

Деякі нові слова хоча й засвоюються мовою, але побутують у ній короткий час і швидко переходять до пасивної лексики, або й зовсім зникають з її словника.

Не закріплюються, звичайно, в мові й ті неологізми, що не відповідають її лексичній системі, граматичній будові або фонетичним закономірностям.

Так, випало з ужитку слово *гружчик*, заступившись словом *вантажник*, іменники *націзм, нацист* стали вживатися відповідно до законів української фонетики з голосним -И- (*нацизм, нацист*).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Дайте визначення поняттям *лексичні неологізми, семантичні неологізми*. Наведіть приклади. Складіть кілька речень із неологізмами Євромайдану.

Неологізми (з грецької *neos* – новий, *logos* – слово) – нові слова, словосполучення, фразеологізми, що з'являються в мові. Неологізми поділяються на власне лексичні та семантичні. Лексичні неологізми – це слова, створені за допомогою вже наявних або запозичених з інших мов слів, а семантичні – слова, значення яких уже відоме, але в результаті останніх мовних змін вони набули нового значення. Виокремлюють також історизми – це неологізми, створені в певний час на тлі історичних подій, які сьогодні вже відійшли у минуле.

Виникнення неологізмів спричинене передовсім потребою давати назви новим предметам, явищам, поняттям, які з'являються унаслідок безперервного розвитку суспільства, усіх сфер діяльності й поглиблення зв'язків з іншими народами та державами.

З другого боку, неологізми використовують для заміни відомих найменувань новими. Це явище зумовлене дією різних чинників: тенденцією до мовної економії, уніфікацією номінативних моделей, прагненням до виразнішого, точнішого найменування, експресивно-стилістичного оновлення, через причини соціально-політичного, пуристичного, евфемістичного характеру та ін.

Загалом неологізми виникають кількома шляхами: словотворчою деривацією – творяться з наявного у мові матеріалу характерними для тієї чи тієї мови словотвірними способами, інколи штучно, часто запозичуються літературною мовою з діалектів і з інших мов. Ще одним способом утворення неологізмів є семантична деривація – присвоєння вже наявному слову нового значення. Такий спосіб використовується зазвичай для творення семантичних неологізмів.

Для утворення неологізмів у часи великих змін, докорінних перетворень українці зазвичай користуються словотвірною та семантичною дериваціями. У мовах народів колишнього Радянського Союзу, так само й в українській, таким чином виникло безліч нових слів у повоєнну добу, коли з'явилися нові установи, інституції, заклади, поняття: *агітпункт, Реввійськрада, райвиконком, п'ятирічка, рада* (семантичний неологізм), *лікнеп, ланка* (семантичний неологізм) тощо.

У часи перебудови народилися такі неологізми, як *гекаченісти, кооператор, ваучер, плюралізм*. Проте зі зникненням явищ, які позначали ці слова, вони стали історизмами. Під час акції «Україна без Кучми»

широкого вжитку набули поняття *касетний скандал, справа 9 березня 2001 року, кучмісти*. Помаранчева революція дала українському суспільству нові значення слів: *підрахуй, любі друзі*.

Під час революційних подій Євромайдану з'явилося чимало неологізмів. Адже коли багато людей, зовсім різних за віком, статтю та соціальним станом, збираються разом зі спільною метою і тривалий час перебувають у тісному контакті одне з одним, цілком очевидним стає утворення нових мовних форм. Лексика поповнюється неологізмами, поширюються колись невідомі загалу діалектизми, крилаті вислови набувають нового значення.

Неологізми Євромайдану можна поділити на такі головні групи: власне лексичні та семантичні неологізми. До власне лексичних неологізмів можна зарахувати слова: *Євромайдан, Єврореволюція, майданівці, майдауни, майдануті, майданофіли, майданитися, автотмайдан, антимайдан, тітушки, айтітушки, простітушки, Януческу, Підарешт, Ялинкович, Бандюкович, кисельовщина*. До семантичних неологізмів – *Революція 2013 року, Революція гідності, Майдан на колесах, Вітьок Межигірський, Небесна сотня, зек, бандерівець, самооборона, шини, Майдан* та ін.

(Малафей М. Лексичні новотвори як репрезентанти новітніх політичних подій (на матеріалі мовлення Євромайдану). *Стиль і текст*. 2014. № 15. С. 202–210.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з інфографікою «Новотвори незалежної України» Інституту мовознавства імені О. О. Потебні НАН України. Чи всі слова вам відомі? З'ясуйте значення нових для вас слів. Із 5–7 словами (на ваш вибір) складіть речення публіцистичного стилю.



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті про англословні запозичення з формантом *-інг/-инг* у сучасній українській мові. Які причини експансії англіцизмів? Випишіть по 2–3 запозичення із кожної групи, зазначеної автором публікації. З'ясуйте їх значення.

Лексична система української мови в останні десятиліття переживає повноцінну експансію англословних запозичень, що проникають практично у всі галузеві терміносистеми. Чинників такого напливу англіцизмів існує кілька: по-перше, глобалізація сучасних процесів у всіх сферах функціонування соціуму, розширення й активізація міждержавних і міжнародних відносин; по-друге, зростання впливу мережі Інтернет, де переважною мовою спілкування є англійська, на різні галузі знань і комунікацій; по-третє, розвиток сучасних технологій, які здебільшого пов'язані з англословними країнами, та проникнення їх у повсякденне життя людей у всіх куточках планети; по-четверте, збільшення міжнародних наукових, культурних, спортивних контактів за посередництва англійської мови тощо. Усе це спричинює практично неконтрольований потік запозичень до різних сфер життя – від науково-технічної до приватно-інтимної.

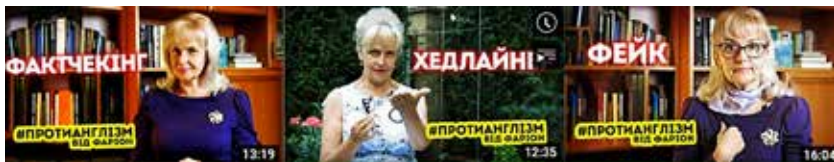
Слова зі словотвірним компонентом *-інг/-инг* складають одну з найактивніше поповнюваних груп запозичень в останні два десятиліття. Найбільшу за кількістю одиниць групу становлять слова, що позначають фінансово-економічні й торговельні терміни: *краудсорсинг, апсайклінг, лістинг, франчайзинг, маркетинг, делістинг, холдинг, канцелінг, рекрутинг, трендсетинг*. Другу групу за кількістю лексичних одиниць у ній становлять науково-технічні терміни: *дизеринг, роумінг, фрекінг,*

кернінг, оверлокінг, бафтинг, комп'ютинг, бельтинг, піринг, фітинг. Наступною групою запозичень зі словотвірним формантом *-інг/-инг* є мистецтвознавчі терміни: *бодіпейнтинг, дансинг, тверкінг, ендінг, опенінг, гепенінг/хепенінг, композитинг, мастеринг*. Наближеною за кількістю лексем до попередньої є група соціальних понять: *бри-фінг, гемблінг, мобінг, рейтинг, коворкінг, тролінг, дауншифтинг, коучинг* тощо. Дещо меншими за кількістю лексичних одиниць є групи біологічних термінів: *аутбридинг, сплайсинг, лімінг, інбридинг, фолдінг*; медичних: *босинг, флудинг, копінг, ребефінг, флоатинг*; термінів інтимної сфери: *ваджазлінг, догінг, петинг*; географічних: *апвелінг, рифтинг, гідрофракінг*.

Таким чином, поміж запозичень зі словотвірним формантом *-інг/-инг* переважну більшість лексем становлять терміни різних галузей науки й техніки, що обґрунтовується тим, що саме англійська мова є основним джерелом запозичення технічних та спортивних новинок, наукових досягнень, а, відповідно, і лексичних одиниць на їх позначення.

(Мариненко І. Англомовні запозичення з формантом *-інг/-инг* у сучасній українській мові: тематичне багатство та проблеми засвоєння. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 43–57.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з кількома відео YouTube (на ваш вибір) каналу Ірини Фаріон #ПРОТИАНГЛІЗМ. Сформулюйте мету відеоконтенту. Чи знаєте ви сучасних українських науковців, політиків, журналістів тощо, які підтримують очищення української мови від експансії іншомовних запозичень?



**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте анотацію до зазначеної публікації. Знайдіть і ознайомтеся зі статтею. Складіть тезисний план. Висловіть власні міркування щодо надмірного вживання іншомовних слів.


Мариненко І. Шляхи реалізації пуристичних тенденцій у сучасній українській мові. *Стиль і текст*. 2018. Вип. 2 (18). С. 41–55.

У сучасній українській мові активізувалася боротьба за її очищення від надміру іншомовних елементів. Метою розвідки є узагальнення способів зменшення запозичень на різних мовних рівнях.

**Висновки:** пуристичні процеси мають несистемний характер і на державному рівні не заохочуються й не керуються, популяризацією їх переймаються окремі мовознавці та любителі мови.

**Ключові слова:** пуристичні тенденції; новотвір; запозичення; актуалізована лексика.

## Неологізми



Не всі неологізми засвоюються мовою і стають у ній загальноживаними словами, не всі вони входять до її активної лексики.

До таких неологізмів, що не засвоюються мовою, належить переважна більшість **індивідуально-авторських новотворів**: *Надвечір розгуляється завірюха, небо спігне, розбунтоване сніговерхю* (О.Гончар).

## Неологізми у ЗМІ

Індивідуально-авторські неологізми часто виходять за межі традиційних словотвірних моделей українського словотвору.

Серед способів оказіонального словотворення найширше представлена суфіксація (*наплювізм, опоганення*), менш продуктивними є префіксація (*квазігерой, архізловийський*) та складання (*крючоктвір, бракороб*).

Оказіональні утворення з властивою їм незвичністю, яскравістю, високою впливовою силою допомагають реалізації авторських комунікативних настанов – дати негативну оцінку суспільно-політичним процесам, діям і вчинкам їх учасників:

*Ледар-самець, якийсь кінодіяч (невідомий мені артист Є.Пронін), "одного разу" прокидається;*

*Цей діяч-письменник продовжив лінію партійних кінопошуків батьків-мудреців рідного БЮТу.*

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. У чому автори вбачають позитивну тенденцію впливу неологізмів на мову видань? Який зворотній бік цього процесу? Висловіть власні думки щодо функціонування інноваційної лексики в мові масмедіа.

Мова видань є джерелом для поширення неологізмів. Саме засоби масової інформації першими реагують на всі зміни, що відбуваються у житті суспільства, тому вони яскраво демонструють появу нових слів.

Медіа сприяють активному розвитку та оновленню української мови, адже журналісти активно поширюють неологізми в своїх матеріалах. Відтак, вони повинні виважено вживати нові слова у текстах, щоб уникнути їх недоцільного використання. Вплив неологізмів на мову видань має як позитивну, так і негативну тенденцію. Позитив полягає у тому, що нові слова поповнюють словниковий запас носіїв мови, добре впливають на їхню обізнаність. Крім того, неологізми оновлюють тексти, надають їм сучасного відтінку. Завдяки використанню новотворів журналісти уникають застарілих лексичних одиниць та шаблонів. Однак якщо невиправдано вживати нові слова, то вони тільки засмічують мову

медіатекстів. Особливо негативно це позначається на розвитку української мови, адже у словниковому запасі є українські відповідники, які чітко передають поняття.

(Семен Н., Тополок К. Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанту газети «День»).

*Вісник Національного університету «Львівська політехніка».*  
Серія: «Журналістські науки». 2020. Вип. 4. С. 205–210.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Поясніть вислів авторки «пожвавилася неологічна мовотворчість». Доберіть приклади використання в сучасних виданнях слова *фейк* та похідних від нього.

На початку XXI століття у текстах суспільно-політичного сегменту, як і в медійних виданнях,pojвавилася неологічна мовотворчість. Це виникнення неологізмів та так зване «мовне конструювання». Зокрема, впродовж 2018 року часто вживаним було слово *фейк* (англ. *fake*), що в перекладі означає підробка, фальсифікація. Вперше ця лексема засвідчена в інтернет-мережі, а потім поширилася й на решту видань. Привертає увагу надзвичайна лексична сполучуваність із цим неонімом-запозиченням, що, на нашу думку, може бути обґрунтовано своєрідною мовною модою: *фейковий кандидат, фейкові новини, фейкові листи, фейкові історії, фейк-ньюс, політична фейковість* та ін. Наприклад: *Традиційні ЗМІ більше не відіграють домінуючої ролі в управлінні й визначенні порядку денного. Фейкові новини можуть досягати кількох юрисдикцій одночасно; На відміну від опонентів, ми віримо в свою перемогу та перемогу всієї України. А от оточення інших кандидатів і вони самі чітко розуміють всю свою політичну фейковість тобто несправжність.*

(Халіновська Л. Словосполучення з ад'єктивним компонентом *політичний* у публіцистичних текстах. *Термінологічний вісник*. 2019. Вип. 5. С. 201–206.)

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі значенням та походженням іншомовних слів. Які з них можна вважати неологізмами? Складіть речення зі словами *брифінг, верифікація, наблісити*, щоб вони відображали професійну діяльність журналіста. Поміркуйте, чи необхідні журналісту креативність і харизма?

*Брифінг* (англ. *briefing* від *brief* – короткий) – нетривалий захід для повідомлення присутнім певної інформації, присвяченої, як правило,

одному питанню. Дебрифінг – оперативне інформування про подію, яка щойно відбулась.

**Верифікація** (лат., істинний і ... фікація) – перевірка істинності, встановлення достовірності. Принцип В. – висунутий неопозитивістами принцип, за яким висловлювання вважається осмисленим лише тоді, коли його істинність або хибність підтверджують дані відчуттів.

**Гендер** (англ. *gender* – стать від лат. *genus* – рід) – соціальна стать, що визначає поведінку людини в суспільстві і те, як ця поведінка сприймається; соціально обумовлені ролі, і сфери діяльності чоловіків та жінок, які залежать не від біологічних статевих відмінностей, а від соціальної організації суспільства.

**Дискурс** (фр. *discours* – промова, виступ, слова) – розмовна діяльність; у широкому розумінні – соціально обумовлена організація системи мови і надмовних факторів, необхідних для розуміння тексту, єдність, що дає уявлення про учасників спілкування, їхні установки й цілі, умови вироблення і сприйняття повідомлення.

**Екстрім** (англ. *extreme* від лат. *extremus* – крайній, граничний) – 1. Діяльність, як правило, спортивна, пов'язана з небезпекою для життя, викликаною швидкістю, висотою, високим рівнем фізичного навантаження, а також необхідністю проявити вузькоспеціалізовані навички. 2. *розм.* Небезпека, ризик.

**Інновація** (англ. *innovation*) – 1. Нововведення, запровадження нового звичаю, правила і т. ін. 2. Нова думка, ідея, реформа, процес, орієнтовані на створення, розвиток і якісне удосконалення нових видів виробів, технології, організаційних форм.

**Копілефт** (англ. *copyleft*) – надання власником авторських прав дозволу на вільне використання, зміну і розповсюдження його твору за умови, що усі похідні твори будуть розповсюджуватись на тих же засадах. Позначається символом ∞.

**Креативність** (від англ. *to create* – творити) – 1. Творча спрямованість, готовність до формулювання, прийняття і створення принципово нових ідей та рішень, що відрізняються від традиційних або загальноприйнятих. 2. *розм.* Кмітливність, винахідливість, нестандартність.

**Наратив** (англ. *narrative* – розповідь) – 1. Виклад взаємозалежних подій у вигляді послідовності слів або образів. 2. Інтерпретація, пов'язана не з об'єктивною закономірністю, а з контекстом події.

**Пабліситі** (фр. *publicité* – гласність від *public* – громадськість) – 1. Поширення сприятливої і компліментарної інформації широкому загалу через засоби масової інформації. 2. *розм.* Прагнення до самореклами, популярності; славнозвісність.

**Харизма** (гр. *χάρισμα* – милість, благодать) – 1. Особливий дар Бога, який людина може отримати, коли Бог проявить до неї свою приязнь. 2. *розм.* Особливий вплив, який пояснюється властивостями особистості, його здатністю знаходити однодумців. У широкому розумінні – виняткові властивості, якими наділений лідер в групі своїх прихильників, шанувальників.

(Словник іншомовних слів)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Яку функцію, окрім номінативної, виконують неологізми в журналістських текстах? Відповідь обґрунтуйте.

Неологізми в газетних текстах, окрім номінативної функції, виконують і функцію стилістичну – передають іронію, сарказм, служать засобом гумористичного зображення дійсності, реалізуючи індивідуально-авторські задуми: *Януковича ситуація простіша. Він без проблем від «південно-східного виборчого округу» виходить у другий тур* (Дзеркало тижня); *Перший – скандальний Засєєв-Руденко в образі (мені на потику) аса блокбастерного «жанру» (сам-то скільки копійок зібрав після прокату «Запорожця»?)* (Дзеркало тижня).

(Матола В. Лексичні особливості вираження суб'єктивної оцінки. *Стиль і текст.* 2010. № 11. С. 153–162.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи знали ви про походження слова *мем*? Чи можна його вважати неологізмом? Відповідь обґрунтуйте. Поясніть правопис виділених слів.

Всесвітня комп'ютерна мережа інтернет стає середовищем розповсюдження різних мемів – поняття, введеного Р. Докінзом у книзі «Егоїстичний ген», який пропонує так називати одиницю передачі культурного спадку, за аналогією з розповсюдженням інформації в *генофонді*, одиницею передачі якого є ген. Меметичний інформаційний цикл працює за такою ж схемою, як *генний*. Меми є результатом так званого «сарафанного радіо», сортуючись відповідно до наявної моди. *Інтернет-співдружність* підхопила ідею мемів, перенісши її в площину інтернет-комунікацій, унаслідок чого *з'являється* багато *інтернет-мемів*, що поширюються до колосальних масштабів.

(Циховська Е. «Суспільство спектаклю»: перспективи та загрози сучасних ЗМІ. *Стиль і текст.* 2014. № 15. С. 231–240.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи всі неологізми вам знайомі? Випишіть терміни, які позначають види інтернет-шахрайства. Використовуючи наведені слова-неологізми, напишіть замітку про залежність сучасного школяра від соціальних мереж. Продумайте, у яке видання і яку рубрику ви могли б розмістити свій матеріал.

У результаті тотального захоплення комунікацією в мережі з'явилися навіть своєрідні слова-неологізми, які пояснюють і характеризують як психологічну залежність, фобії сучасної людини, так і терміни, які описують види інтернет-шахрайства та небезпек, які чатують на нас у мережі.

Визначення цифрових слів:

**Плечовий серфінг** (англ. *shouldersurfing*) передбачає спостереження особистої інформації жертви через її плече. Цей тип атаки поширений у громадських місцях, таких як кафе, торговельні центри, аеропорти, вокзали, а також у громадському транспорті.

**Номофобія** (англ. *nomobilephobia*) – страх залишитися без мобільного телефону. Номофоби зазнають сильного занепокоєння, залишаючись без свого гаджета навіть на найкоротші проміжки часу (вигуляти собаку, викинути сміття, поїсти тощо). Ці люди не залишають будинок без мобільного і можуть навіть брати його із собою у ванну кімнату. За різними даними, близько 75 % людей користуються телефонами в туалеті.

**FOMO** (аббревіатура для *fearofmissingout*) – страх пропустити щось важливе в соцмережах. Якщо ви постійно перевіряєте оновлення у твітері, інстаграмі та фейсбуці – у вас FOMO.

**Планшетні зомбі** – люди з пристроями в руках, що застигли в просторі або повільно йдуть у наговпі. Нагадують зомбі. Вони можуть створювати небезпечні ситуації на вулицях. Для планшетних зомбі дедалі частіше відкривають виділену пішохідну зону, щоб вони не стикалися з іншими людьми.

**Фабінг** – звичка відволікатися на мобільні пристрої під час розмови. Слово утворене від англ. *phone* і *snubbing* (*tosnub* – ставитися зі зневагою, ігнорувати). Якщо вірити сайту *stopphubbing.com*, це одна з найбільших проблем людства, і найгірше з фабінгом у Нью-Йорку.

**Ньюзак** – фонові новини, які супроводжують нас у соцмережах та під час інтернет-серфінгу загалом. Слово «ньюзак» утворилося за аналогією з терміном «м'юзак». Так називають не дуже осмислену

музику середньої якості, яка грає на задньому фоні в супермаркетах, кафе та подібних місцях. Відповідно, ньюзак – такі ж необов'язкові та посередні новини, що формують оточення нашого життя.

**Цифрова анестезія** – стан, що виникає при взаємодії з технікою, коли в людини з'являється відчуття квазіприватного простору. У такому стані людина, перебуваючи в громадському місці, поводить себе так, ніби вона наодинці з собою. Любителі голосно поговорити по телефону в кафе, меломани, які голосно слухають музику у вагоні метро, – це жертви техноанестезії.

**Скам** – різновид інтернет-шахрайства. Скамери намагаються увійти в довіру до своїх адресатів, щоб отримати від них конфіденційну інформацію, наприклад, номери кредитних карток та паролі від пошти. Цей вид злочинів також називають фішингом (англ. *phishing* – рибалка, вивукування). У глобальній мережі зараз циркулюють одразу кілька різновидів шахрайських послань, які нібито розсилаються в рамках маркетингових кампаній, які проводить компанія Coca-Cola.

**Претекстінг** – це дія, відпрацьована за задалегідь складеним сценарієм (претексту). У результаті мета (жертва) повинна видати певну інформацію або вчинити певну дію. Цей вид атак застосовується зазвичай у спілкуванні в мережі, до того ж зловмисник комунікує під вигаданим ніком.

**Кашенізм** – стиль спілкування, що характеризується провокаційними, головним чином націоналістичними, агресивно-міщанськими або психіатричними висловлюваннями і ситуаційним глузуванням над співрозмовником.

**Кашеніти** – угруповання мережевих провокаторів (так званих тролів), які використовують кашенізм як стиль електронного листування. Обидва слова походять від ехоконференції, яка, у свою чергу, названа на честь психіатричної лікарні № 1 імені М. О. Алексєєва, яка до 1994 року мала ім'я Петра Петровича Кашенка.


**Помилки атрибуції** – неправильне розуміння (тлумачення) чужих слів і мотивів співрозмовника у процесі спілкування в мережі. Причиною цих помилок є домінування друкованого слова за відсутності міміки, інтонації та інших невербальних сигналів.

**Танцюючі свинки** – термін, що описує ставлення користувачів комп'ютерів до комп'ютерної безпеки. Він означає, що користувачі продовжують переглядати кумедні зображення навіть якщо вони отримають попередження від програм, які забезпечують безпеку, що перехід за посиланням може становити загрозу.

**Покоління (комунікація) screen-screen** – так зване «скранне покоління», на протилежність комунікації face-to-face. Люди взаємодіють одне з одним у віртуальному просторі інтернету, які «наодинці з усіма» і мають у зв'язку з цим характерні особливості: кліпове мислення, комунікативну асоціальність, візуальне сприйняття інформації.

(Іванова Т. Як не стати гейміфікатором: методики і технології проведення ігор із медіаграмотності : навчальний посібник. К. : Центр вільної преси, 2021. 96 с.)

### Неологізми у ЗМІ




У рекламних текстах широко функціують різні типи *неологізмів* і *сленгізмів*, що особливо ефективно при орієнтуванні на молоді як цільову аудиторію:

"Футболіємо разом!", "Не гальмуй, снікерсуй", "Шейканемо, бейбі", "Флінтоманія триває", "Наомагія", "Лови фішку, слухай "Про клуби" .

Сучасний рекламний простір насичений і графічними неологізмами, найчастіше - вписуванням назви товару в існуючу лексему: "Двигай на вечеGREENку", "Не переймайСя!", "Тигрюля" тощо.

### Неологізми у ЗМІ



Іноді створюються цілі ряди неологізмів зі спільним компонентом, які можуть бути ядром рекламної серії, - яскравим прикладом цього є зовнішня реклама мобільних телефонів "Моторола" зі словами "Стопмотознято", "Чорнотонкомото", "Мотограні", "Мотопропозиція", "Мототалісман", "Мотогармонія", "МотоREBL" тощо.

При цьому виникає ефект появи нової реальності, яка породжує низку новітніх понять (або ж змушує шукати їх вербальні відповідники в нелітературній мові).

### Неологізми у ЗМІ

Оказіоналізми, авторські новотвори, загальномовні неологізми характеризуються особливою експресивністю, посилюють виразність медіатексту, надають образності та емоційного забарвлення.

Найсильнішу позицію ці лексеми мають у заголовках, підзаголовках, назвах рубрик та підрубрик.

Виразальний діапазон їх дуже широкий: від ліризму до іронії, від патетики до цинізму, від урочистої піднесеності до сатири.

Наприклад:

новотвори (*відмайорити, фестивалити, оскарносна, корупціада, модотерапія, піарщиця, коаліціонери, мотодрайв, інтерпристрасті, гіперкритик*);

сполучення okazіональних лексем і тропи (*смажені жарти, боргова голка, барахольний міст, фінансове цунамі, цінове безумство, атомний ренесанс*).

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Які тенденції розвитку лексики в мові української періодики початку ХХІ ст. відзначає авторка? Чи можна, на вашу думку, слова *фейк* і *кіборг* уважати неологізмами?

Виразну групу жаргонних одиниць за емоційно-експресивним насиченням у текстах суспільно-політичної тематики становлять лексеми, які позначають предмети, дії та стани, що характеризують конкретних політиків, державних і громадських діячів, зокрема: *тролити* від *тролінг* – «розміщення в Інтернеті, на форумах провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками, образи, війну редагувань»; *фейковий* від англійського “fake” – «фальшивий, підробний». Напр.: «*Не треба тролити новообраних депутатів, варто допомогти їм*» («Львівська газета»); «*Сміх крізь сльози: у соцмережах тролють Гонтарева через надіння гривні*» («Газета по-українськи»); «*Фейкові вибори*» (ВВС Україна); «*Усі чутки про призначення Турчинова секретарем РНБО чи Тимошенко міністром МЗС Чорновіл називає фейком*» («Львівська газета»).

Неологізм, який прийшов у мовлення українців із соціальних мереж, – жаргонізм *укропи*. Ним почали називати представників нашого народу росіяни, коли розпочалися воєнні дії в Донецькій та Луганській областях. Ще одна назва українців із вуст східних сусідів – *украи*. Пор.: «*Тут напередодні виборів терористи залякували людей ... Мовляв, тих, хто з'явиться на дільницях, «укропи» наміряються заарештувати як сепаратистів та ув'язнити*» («Сільські вісті»); «*На форумах «деенерівців» та «еленерівців», навпаки, сиплють прокльонами на Путіна, бо «зрадив ополчення» і також «тупо злив міста, які тепер під украми, хоча в боях за них загинули найкращі хлопці Донбасу»* («Україна молода»). Якщо російські засоби масової інформації ці слова вживають із негативним значенням, то українські – навпаки. Ще жаргонізм *укроп* використовують як складноскорочене слово від словосполучення *український опір*.

Активно почала функціонувати в газетному мовленні лексема *кіборг*. Словник іншомовних слів подає таке тлумачення цього слова: «штучний організм, у якому поєднано фізичні та інтелектуальні здібності людини і технічні засоби автоматики». Таку назву сепаратисти та прихильники так званих ЛНР та ДНР дали українським військовослужбовцям, які захищали Донецький аеропорт, за відважність і мужність. Пор.: «*18 січня українські «кіборги» повністю зачистили територію біля летовища*» (Країна); «*Інформація про те, що українські військові,*

*яких у народі прозвали «кіборгами», залишили донецький аеропорт після понад 200 днів тяжкої оборони, спричинив «вибух» в Інтернеті*» (День); «*В українській думці побутує думка, що до «кіборгів» треба ставитися якось по-особливому*» (День); «*«Кіборги» намагаються зачепитися на околиці аеропорту, але факт неспроможності командування забезпечити утримання цього стратегічного об'єкту є фактом*» (День). «*Ще два «кіборги», за даними Міноборони, відступили від зруйнованого терміналу*» («Україна молода»).

Бій за аеропорт журналісти назвали *кіборгіадою* на кшталт Гомерівської «Іліади», що, як відомо, є енциклопедією воєнних дій, соціального життя Давньої Греції, моральних засад, звичаїв, культури античного світу. Отож, українських солдатів, які обороняють територіальну цілісність держави, уважають національними героями. Пор.: «*Отже, епічна «кіборгіада» триває. З іншого боку, варто враховувати, що перетворення терміналів на купу уламків масованими вогневими ударами та захоплення двох десятків поранених «кіборгів» у полон може спричинити у ворога «запаморочення від успіхів»* (Україна молода).

**Висновки.** Отже, для мови української преси початку ХХІ ст. під дією позамовних чинників відслідковується тенденція до дедалі ширшого використання нових лексичних одиниць. Їх уживають для посилення експресивно-емоційного забарвлення інформації, надання газетним текстам негативного оцінного характеру. Найширше журналісти послуговуються жаргонізмами, які характеризують суспільно-політичне життя, складні відносини між Україною та Росією, позначають поняття і процеси воєнних дій на Сході.

(Навальна М. Тенденції розвитку лексики в мові української періодики на тлі соціальної динаміки. *Стиль і текст*. 2017. Вип. 1 (17). С. 5–14.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте параграф «Неологічна лексика в ЗМІ» (с. 23–27) посібника Яцимирська М. Г. *Культура мови журналіста* : навч. посібник. Львів : ПАІС, 2017. 168 с. Складіть простий питальний план до параграфа. Наведіть приклади неологічних експресем, які вживані в регіональних ЗМІ.

**ЗАВДАННЯ.** Зробіть добірку відеоматеріалів про вплив соціальних факторів на розвиток сучасної української мови. Розробіть короткі анотації та рекомендації щодо їх перегляду. Продемонструйте матеріали одногрупникам на практичному занятті.



**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся зі статтею: Навальна М. Нові лексеми, утворені від власних назв (на матеріалі української газетної періодици). *Стиль і текст*. 2009. № 10. С. 203–211. Що включає в себе поняття «мовотворча діяльність журналіста»? Яка її роль у збагаченні словникового складу української мови?

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Чи можна вважати поповнення терміносистем запозиченнями тенденцією розвитку словникового складу сучасної української мови? Знайдіть і ознайомтеся із зазначеною публікацією. До яких висновків доходить авторка, проаналізувавши фаховий термінологічний контент української журналістики? Випишіть 10–15 незнайомих вам термінів. Скориставшись онлайн-ресурсами, з'ясуйте їх значення.

Сьогодні науковці одногосно заявляють про тенденцію до збільшення кількості термінів незалежно від галузі знань. Сучасна журналістика залучає багато нових слів, що характеризують її діяльність, виробничі процеси і явища, включення у суспільне життя. Причинами цього можна вважати сучасні, ще досі нові для неї, технології та методики фахового середовища, інтеграцію у світовий інформаційний простір, залучення й осмислення новітніх теорій. І оскільки дуже часто вони виникли в українську у вигляді прямих й опосередкованих запозичень, лексико-семантичних кальок, словотвірних або структурних запозичень.

(Дашенко Н. Термінологія журналістики: питоме й запозичене. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки». 2020. Вип. 4. С. 18–26.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Яким чином відбувається оновлення лексики сучасної української мови? Запишіть кілька неологізмів, пов'язаних із коронавірусом. За потреби скористайтеся матеріалами названої статті.

Неологізми – це соціальні маркери трансформацій, характерних для суспільства в умовах глобалізованого світу. Неологізація лексики відбувається через засвоєння іншомовних слів, переважно англіцизмів, термінів інтернаціонального характеру, які поповнюють термінологічні підсистеми, зокрема медичну, адміністративну тощо; шляхом словотворення з використанням запозичених дериваційних засобів; завдяки активізації процесів розширення семантичного обсягу давно відомих

слів. Значна частина нової лексики не стане загальномовним надбанням, оскільки після закінчення пандемії коронавірусу вийде з активного вжитку й переміститься до історизмів доби, які стануть свідченням періоду карантинних заходів та самоізоляції громадян, а деякі слова повернуться до вузькоспеціальної сфери функціонування.

(Красавіна В. Неологізація лексики в час пандемії коронавірусу (на матеріалі інтернет-видань та соціальних мереж). *Культура слова*. 2020. № 92. С. 203–215.)

**ЗАВДАННЯ.** Знайдіть статтю і ознайомтеся з нею: Кислюк Л. Узуальне й оказіональне в авторських новотворах назв осіб. *Культура слова*. 2018. № 89. С. 208–217. Складіть питальний план до публікації. Випишіть 5–7 незнайомих вам слів. Скориставшись онлайн-ресурсами, з'ясуйте їх значення. Випишіть наведені в публікації фемінітиви.

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з інфографікою студенток Самойлової Анастасії, Краснощок Карини, Тиршу Крістіни, Сагач Анастасії до теми «Фемінітиви української мови». Підготуйте інфографіку «Фемінітиви журналістського фаху».





**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. Назвіть фемінітиви журналістського фаху. Зробіть добірку журналістських матеріалів (3–5) про фемінітиви в українській мові. Напишіть рецензію до однієї із них.

Мова засобів масової інформації найоперативніше реагує на зміни в суспільних відносинах, саме в медіатекстах з'являються слова, що називають нові реалії, надають їм оцінку. Медіа не тільки відображають, але й пропагують нові соціокультурні моделі поведінки, стають рушіями змін у сприйнятті та трактуванні певних суспільних явищ.

Одним із важливих викликів останнього часу стало використання фемінітивів – іменників жіночого роду на позначення професій і посад жінок. Українські медіа не тільки вводили фемінітиви в тексти, а й активно публікували матеріали на цю тему. Більшість медіапублікацій позитивно трактує використання таких іменників. Ключовим аргументом є потреба зробити жінку видимою, мову – гендерно чутливою. Такі слова не нові для української лексики, їх фіксує і словник Б. Грінченка (1907–1909), і «Словник української мови» в 11 томах (1970–1980); деякі з них раніше використовували тільки в розмовному стилі, інші, як, наприклад, *студент/студентка*, не мали стилістичних обмежень. Водночас, як засвідчують публікації, жінки-респондентки здебільшого не переймаються цією проблемою

і не відчувають дискомфорту від того, що їх називають іменниками-універсалами чоловічого роду; навпаки, дискримінаційними часто вважають саме іменники жіночого роду. Аргументами проти фемінітивів було те, що в мові вже закріплено інші значення деяких новоутворених іменників жіночого роду, і те, що бінарна система, яка утворюється внаслідок використання фемінітивів, ігнорує альтернативні визначення гендеру.

Практика використання фемінітивів у мові ЗМІ спричинила активну суспільну дискусію, що дало підстави внести зміни до українського правопису 22 травня 2019 року. Нова норма регламентує способи творення фемінітивів, але не зобов'язує їх використовувати, якщо мовець не відчуває у цьому потреби або не сприймає того чи іншого слова на фонетичному чи конотативному рівні. Засоби масової інформації і надалі впливатимуть на те, які слова витримають випробування часом і як трактуватимуть їх у різних середовищах мовців.

(Дацишин Х. Засоби масової інформація і динаміка мовної норми: новітні фемінітиви як відображення суспільних викликів сьогодення.

*Вісник Національного університету «Львівська політехніка».*

*Серія: «Журналістські науки». 2020. Вип. 4. С. 183–191.)*

**ЗАВДАННЯ.** Ознайомтеся з матеріалами Інституту мовознавства імені О. О. Потебні НАН України про нові кулінарні італізми в українській мові. Поясніть правопис слів *піца*, *болоньезе*, *равіолі*, *грисині*, *ризото*. У рубрику видання «Мовні цікавинки» напишіть замітку, використавши подані матеріали.



У нашій мові здавна побутує чимало запозичень з італійської (аварія, банда, банк, казино, мафія, папараці, паста, туфля, темп, фонтан). Одні з них позначають військові реалії (батальйон, бригада, калібр, каземат, капітан, кавалер, пістолет, солдат, цитадель). Другі – мистецькі явища (акварель, арія, графіті, карикатура, комедія, новела, опера, серенада, соната, сопрано, фортеп'яно). Треті – гастрономічно-кулінарні реалії (вермішель, макарони, пармезан, спагеті).

Остання сфера активно поповнюється італізмами й у наші дні. Здебільшого це назви страв та напоїв, а також продуктів, з яких ці страви готуються. І це зрозуміло: смачнюща італійська кухня дотепер активно завойовує українські (і не тільки) терени.

До вашої уваги добірка кулінарних італізмів, що з'явилися в українській мові порівняно недавно:

АМЕРИКАНО «алкогольний коктейль-аперитив на основі червоного вермуту й кампарі» (< americano); БОЛОНЬЄЗЕ «м'ясний соус для італійської паста родом з Болоньї» (< ragù alla bolognese); БРОКОЛІ «однорічна овочева рослина родини капустяних, підвид цвітної капусти» (< broccoli, букв. «маленькі пагони»); БРУСКЕТА «гарячий і хрусткий хліб, натертий часником і присмачений оливковою олією» (< bruschetta < bruscare «запикати на вуглях»); ГОРГОНДЗОЛА «м'який сир з пліснявою та гострим смаком» [< Gorgonzola (містечко в Ломбардії)]; ГРАПА «виноградна горілка» (< grappa «китиця винограду»); ГРИСІНІ «хлібні палички, розміром трохи більші за олівець» (< grissini); КАРБОНАРА «спагеті зі шматочками бекону, змішані із соусом та приправами» (< pasta alla carbonara); КАРПАЧО «тонкі шматочки сирої яловичини, приправлені оливковою олією з оцтом і лимонним соком» (< carpaccio, за прізвиськом венеційського художника Vittore Carpaccio); ЛАЗАНЬЯ «страва, приготована з шарів тіста (листів лазаньї) разом із шарами начинки, залитими соусом» (< lasagne); ЛІМОНЧЕЛО «лимонний лікер» (< limoncello); МАСКАРПОНЕ «кисломолочний вершковий сир» (< mascarpone); МОКАЧИНО «різновидом лате з додаванням шоколаду» (< mocaccino); МОЦАРЕЛА «молодий м'який сир з буйволячого або коров'ячого молока» (< mozzarella); ПАНІНІ «накладанець, начинений сумішшю шматочків м'яса, сиру, овочів» (< panini, букв. «булочка»); ПАСТА «макаронні вироби з висушеного або свіжого тіста» (< pasta); ПЕСТО «холодний соус на основі оливкової олії, насіння пінії, базилика та сиру» (< pesto, букв. «товчений, молотий»); ПІЦЦА «запечений круглий корж, покритий томатною пастою, сиром, яловичиною, овочами тощо» (< pizza від італ. pizzicare – «бути гострим»); РАВІОЛІ

«невеликі квадратної або овальної чи круглої форми вироби з тіста з начинкою» (< ravioli); РИЗОТО «страва з рису, з м'яким, вершковим смаком» (< risotto «дрібний рис»); РИКОТА «сир з молочної сироватки, що залишається після готування моцарели чи інших сирів» (< ricotta); САЛЯМІ «сиров'ялена ковбаса зі спеціями» (< salame «ковбаса»); ТАЛЬЯТЕЛЕ «довгі пласкі стрічки завширшки у 0,6–1 см, різновид локшини» (< tagliatelle < tagliare «різати»); ТИРАМІСУ «багатошаровий десерт на основі сиру маскарпоне з доданими печивом савоярді, яйцями, кавою та какао» (< tiramisù, букв. «підніми мене»); ФОКАЧА «пшеничний корж, спечений на основі тіста з оливковою олією» (< focaccia < лат. panis focacius, букв. «хліб, запечений у вогнищі»); ЧІАБАТА «білий хліб, виготовлений з пшеничного борошна та дріжджів» (< ciabatta).

## Фразеологізми

**Фразеологія** – розділ мовознавства, який вивчає фразеологічну систему мови.

**Фразеологізм** – це стійке сполучення слів, яке відрізняється і від слова, і від словосполучення, значення фразеологізму переважно відповідає одному слову.

**Ознаки фразеологізмів**

- Відтворюваність у процесі мовлення
- Сталість значення
- Постійність складу
- Виступають одним членом речення
- Властиве явище синонімії
- Властиве явище антонімії

## Джерела українських фразеологізмів

Народна мова	<i>обіцянка-цяцянка, дати гарбуза, сім п'ятниць на тиждень</i>
Усна народна творчість	<i>не до солі, вийшов пиши, ростуть груші на вербі, язиката Хеєська</i>
Професійно-виробнича сфера	<i>поголоти без мила, скласти зброю, виходити на орбіту, як по нотах</i>
Біблія	<i>у поті чола, умивати руки, пити зірку чашу</i>
Антична міфологія	<i>авгівеї стайні, ахіллесова п'ята, крокодилячі сльози</i>
Історія та художня література	<i>бути чи не бути (Шекспір), боротися з вітряками (Сервантес), людська комедія (Бальзак)</i>
Офіційно-ділова мова	<i>брати участь, оголосити подяку, ухвалити резолюцію</i>

## Фразеологізми

До фразеологізмів зараховують

- Прислів'я і приказки
- Крилаті вислови
- Афоризми

*Скрипуче дерево довше живе.  
На все те золото, що блищить,  
За наше жито та нас і бито.*

*Люди, будьте пильні (Ю. Фучик)  
Сміх крізь сльози (Гоголь).  
Пиши боротись – значить жить (І. Франко)*

*Хто хоче зрушити світ,  
нехай зрушить себе! (Сократ).  
Любов до батьків – основа всіх чеснот (Цицерон).*

## Синонімія у фразеології

Значення фразеологічних синонімів розкривається в контекстах.

Так, синонімічні фразеологізми хоч *греблю гати*, *кури не клюють*, *по горло*, *як грибів після дощу*, *як зірок у небі*, *тьма-тьмуца*, хоч *лопатою загрибати* мають спільне загальне значення «багато», але образна означеність і сполучуваність їх різні.

Фразеологічні одиниці хоч *греблю гати* має здатність сполучуватись з широким колом понять у порівняння, наприклад, із фразеологізмами *кури не клюють*, *лопатою загрибати*, які здебільшого вживаються стосовно грошей, коштовностей тощо.

**ЗАВДАННЯ.** Користуючись фразеологічним словником української мови, поясніть значення поданих фразеологічних зворотів. Із 5–7 фразеологізмами складіть речення публіцистичного стилю.

Замилювати очі, як риба у воді, пускати півня, на руку ковінька, прикусити язика, бити байдики, співати з чужого голосу, тримати в шорах, ні риба ні м'ясо, обдерти як липку, в одну дуду грати, дзвонити в усі дзвони.

**ЗАВДАННЯ.** З'ясуйте значення та походження поданих фразеологізмів. Із 3–5 фразеологічними одиницями складіть речення публіцистичного стилю.

Перейти Рубікон. Іду на Ви! Бути чи не бути. Півцарства за коня. Гордіїв вузол. Сади Семіраміди. Спочивати на лаврах. Ламати списи. Манна небесна. Содом і Гоморра. Вавилонське стовпотворіння. Парнас.

**ЗАВДАННЯ.** Замініть слова і словосполучення фразеологізмами.

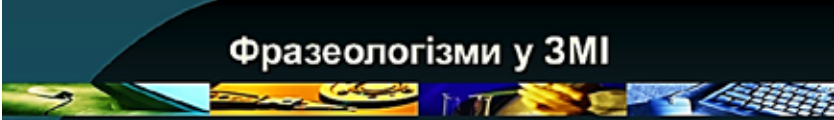
Замовкнути, добре запам'ятати, дурний, переляканий, багато, шум, безладдя, бути першим, обманути, зненацька, дуже далеко, нічого не робити.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Поясніть значення наведених у тексті фразеологізмів. Пригадайте, що таке *калькування*. Чи доречно використання цього прийому в журналістських текстах?

Автори перших розслідувальних публікацій активно вплітають до мовної тканини своїх текстів фразеологічні звороти, іноді певною мірою трансформовані або розширені, наприклад, «вбити клин між торговлею і споживачем», «товарна криза поставила нас на коліна», «залишилась на сухому пайку», «не буває диму без вогню», «дії переповнили чашу терпіння», «повернувся до розбитого корита», «хоч трава не росте після приватизації», «зробити козлом відпущення». При цьому варто зазначити, що в останньому прикладі автор вдався до невеликого калькування фразеологізму з російської мови, тоді як в українській є абсолютний відповідник – «зробити цапом-відбувайлом».

(Мочарська Л. Розслідувальна публіцистика в Україні: становлення, мовностилістичні особливості. *Стиль і текст*. 2013. № 14. С. 250–259.)

**ЗАВДАННЯ.** Напишіть замітку кримінальної тематики, використовуючи фразеологізми *тримати на гачку*, *спіймати на гарячому*, *встромити ножа в спину*, *бити на сполох*, *мурашки бігають*, *відлягло від серця*.



**Фразеологізми у ЗМІ**

У сучасній українській періодиці ефективними засобами творення іронічного смислу є фразеологізми.

Вони сприяють появі іронії там, де події, явища чи суспільні процеси зіставляються з метою надання їм комічного смислу, применшення важливості чи навіть осуд учинків окремих осіб чи груп.

Іронічно-зневажливий ефект створюється за допомогою творчої маніпуляції журналіста фразеологізмами.

Трансформація фразем нерідко «оновлює» їх зміст у нових суспільно-політичних умовах, зацікавлює читача своєю емоційністю й експресивністю.

(Федоренко О.  
Фразеологічна презентація іронії в сучасному медіатексті)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації. З якою метою використовуються фразеологічні одиниці в журналістських матеріалах? Які функції виконують фразеологізми в текстах масмедіа? Доберіть синоніми до одного із фразеологізмів, зазначених у статті. Складіть із ними речення.

Фразеологічні одиниці є оптимальним засобом впливу на споживачів. Послугуючись ними, «адресант кодує певну інформацію не лише з метою донесення її до читача, а й з метою актуалізації його уваги» (У. Малярчук). Виразальні особливості фразеологізмів «спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність» (М. Пилинський), що зумовлює широкі можливості їх використання в тексті сучасного пресового репортажу.

Експресивна виразність фразеологізмів у медіатексті репортажу викликає емоційний відгук у читачів: пробуджує уяву, спонукає адресатів до виявлення свого ставлення до зображуваних подій, робить текст цікавішим, доступнішим, «більш мальовничим, сповненим почуттів» (М. Галлер). Фразеологізми допомагають «авторові виявити свої почуття, ставлення до фактів, подій і викликають відповідні емоції в читачів, а також сприяють наочності у вираженні думок і почуттів, які майстер слова прагне передати у формі образних уявлень» (А. Мамалига).

За нашими спостереженнями фразеологізми в текстах сучасних пресових репортажів виконують такі функції: 1) функція передачі внутрішніх властивостей персонажа: «*За словом у кишеню лісовик не полізе, знає чимало приказок різних...*» (Україна молода); 2) функція відтворення внутрішнього стану персонажа: «*Душа моя співала, а мрія багатьох років справдилася – я в Сахарі*» (Український тиждень); 3) функція передачі фізичних відчуттів людини: «*Ледь переважило за північ, і в мене вже злипаються очі, а в причепурених дівчат, яких споглядаємо з вікна “міченого” авто, почався “робочий день”*» (Україна молода); 4) функція сенсорного сприйняття: «*Неймовірно велика кількість мотоциклістів із лопатами – перше, що впало у вічі, щойно ми в’їхали в Бам*» (Україна молода); 5) функція відтворення різних стадій фізичного існування (народження, життя і смерті): «*Останнім часом чи не щомісяця привозять покійників – наших заробітчани, які віддали Богу душу в далеких Італії чи Португалії*» (Інформатор); 6) функція передачі моторної діяльності людини: «*І все-таки ми з друзями взяли ноги в руки і рушили на турбазу “Заросляк”...*» (Експрес); 7) функція вияву міри і ступеня ознаки: «*Вдалішою виявилася поїздка на орендованому скутері. Цих транспортних засобів у прокаті Чорногорії хоч греблю гати*» (Український тиждень); 8) функція передачі просторових відношень: «*До Ельбруса – наче рукою подати, а темп ходи падає, перепочинки стають дедалі довшими та частішими*» (Експрес).

(Бикова О. Мовно-текстові параметри модифікацій у жанрі сучасного репортажу. *Стиль і текст*. 2015. № 16. С. 116–130.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Доберіть 3–5 речень публіцистичного стилю, у яких фразеологізми вжиті з іронічним значенням.

У журналі «Перець» на основі розмовно-побутової фразеології, обігрування багатозначності лексем, афористичних узагальнень витворюються суспільно марковані кліше, які представлено в рубриці

«Неочікувані думки»: *Не поспішайте помирати – життя дорожчає; Сучасний шовковий шлях – у боргах, як у шовках; Щоб зміцнити гривню, треба послати її на курси валют; Народна прикмета: гречка не вродила – до провальних виборів.*

(Коць Т. Лінгвофілософія сучасного гумору й сатири в журналі «Перець». *Культура слова*. 2019. № 91. С. 122–133.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про фразеологізми в журналі для дітей «Стежка». Доберіть фразеологізми зі складником *око*. Напишіть власне висловлювання для школярів, використовуючи дібрані фрази. Сформулюйте мету завдання.

Крилаті вислови, які використовуються в журналі «Стежка» поряд із фразеологізмами, є елементами завдань для закріплення матеріалу. Наприклад, у випуску № 12 це вислови про вогонь і воду: «*боятися як вогню*», «*вилами по воді писано*», «*підливати масла у вогонь*», «*як в рот води набрати*». У випуску № 18 – про час: «*час на місці не стоїть*», «*час не віл – його не запрягти*», «*час дорожчий за діаманти*». Вислови у виданнях поділені навпіл і перемішані. Дитина повинна скласти їх і запам’ятати.

У випуску № 19 вислови оформлені у вигляді трьох правил, кожне з яких складається з фразеологізмів про зуби. Для прикладу – одне з правил: «*Якщо ти в якомусь ділі ні в зуб ногою* (нічого не тямиш) або воно тобі не *по зубах* (не під силу), то не варто даремно *гострити зуби* (злитися) чи сперечатися *зуб за зуб* (затято) з тими, хто на цьому ділі *зуби з’їв* (має неабиякий досвід)». Гумористичний підхід до оформлення завдання розвиває в дитині тонке сприйняття, вчить її з оптимізмом дивитися на життя. Пояснення в дужках дають змогу самостійно засвоїти матеріал, без допомоги батьків. Через цей прийом розкривається одне із завдань педагогіки: найефективнішим виховання тоді, коли дитина не помічає, що її виховують. Це вдалий приклад поєднання навчання і гри.

(Романюк Н. Вербальні засоби атракції на сторінках журналу для дітей «Стежка». *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 100–106.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті про фразеологізми як засіб іронії в медіадискурсі. Доберіть 3–5 прикладів трансформованих фразеологізмів у газетних публікаціях. Прокоментуйте зміни у фразеологічних одиницях, використовуючи як приклади коментарі авторки статті.

В українській періодиці простежується тенденція до розширення іронічного потенціалу фразеологізмів, оскільки вони здатні виразити думку значно об'ємніше, передати ставлення та оцінку автора. Усталені вирази створюють іронічний смисл із метою викриття, гострої критики чи просто висловлювати невдоволення фактом, подією або людиною.

Іронічно-зневажливий, негативнооцінний ефект створюється журналістом у медіатексті за допомогою творчої маніпуляції фразеологізмами. У деяких випадках ці одиниці зазнають авторської трансформації, проте свого первинного значення не втрачають. Трансформація фразеологізмів нерідко «оновлює» їх зміст у нових суспільно-політичних умовах. Тому змінені фраземи неодмінно зацікавлять читача своєю емоційністю та експресивністю.

Наведемо приклади фразеологізмів, що є ефективним засобом створення іронічного ефекту в газетному тексті.

1. *Йти на вибори чи ні? Для політика, зважаючи на все, пошук відповіді на це запитання лежить у банальній прагматичній площині. Що краще – вже затиснута в руці квота синиця, котрій постійно намагаються вискубти пір'я? Чи жирний журавель, але у хмарах?* (Дзеркало тижня). Фразеологічні одиниці *мати синицю в руках* і *журавель у небі* подаються в контексті риторичних запитань.
2. *Ніхто з них... не здобуде абсолютної влади, отже, не зробить кроку, що звузить можливість вибору вектора розвитку країни тим, що прийде на зміну чинним лідерам. Нехай вирує, нехай википає, нехай клекоче та піниться буря в цій склянці* (Дзеркало тижня). Лексеми *вирує*, *клекоче*, *википає* та *піниться* (один синонімічний ряд) вжито в переносному значенні для створення ефекту нагнітання. Варто акцентувати на ролі фразеологізму *буря в склянці*, який свідчить про «суперечки, тривоги з дріб'язкових, не вартих уваги питань».
3. *На жаль, присутнім у залі представникам мас-медіа довелося проковтнути черговий «інформаційний привід», який бездарно продукували обидві сторони* (Дзеркало тижня). Лексема *проковтнути* вживається в переносному значенні. *Проковтнути* означає «вислухати щось неприємне, образливе, не даючи належної відповіді». Епітет *черговий* підтверджує сталість цієї ситуації, тобто характеризує її як таку, що відбувається регулярно, знову і знову повторюючись через певні часові проміжки.
4. *Розгул міністерських амбіцій і домагань – тільки в останню чергу особистісні характеристики чиновника, а в першу – параліч судової влади й прокурорського нагляду. У Феміди має бути пов'язка на очах,*

*але вона не повинна бути сліпою та безпорадною* (Дзеркало тижня). Лексема *параліч*, яка викриває характер судової влади та прокурорського нагляду, вказує на їх цілковиту бездіяльність. Використовуючи це слово в переносному значенні, автор висміює дії цих двох органів через їхню втрату здатності до дії. Проте іронічний смисл криється в останньому реченні, в якому журналіст вживає ім'я богині правосуддя *Феміди*) поряд зі словосполученням *пов'язка на очах*, припускаючи в такий спосіб можливі помилки під час судочинного процесу. Епітети *сліпа* та *безпорадна* аж ніяк не можуть характеризувати таку Феміду з позитивного боку та підкреслювати справедливість судових рішень. Навпаки, вони увиразнюють негативно-критичний аспект цієї діяльності.

5. *Усі українські політики в Страсбурзі говорили правильні слова, присягалися у вірності ідеалам демократії та загальноєвропейським цінностям. Ціну цим обіцянкам там знають доволі добре* (Дзеркало тижня). Лексема *присягалися* означає «твердо обіцяти кому-небудь здійснити щось, підкріплюючи обіцянку якою-небудь клятвою». Присягання українських політиків у вірності ідеалам демократії й загальноєвропейським цінностям свідчить про їхню готовність служити інтересам суспільства. Проте всі ці обіцянки приховано спростовуються автором в останньому реченні. Словосполучення *знати ціну обіцянкам* досить добре вживається з метою зробити закид політикам за їхнє марнослів'я.
6. *...Україна стане не просто легкою здобиччю для будь-кого, хто захоче накласти на неї лапу; не просто загрозою для цивілізованого світу, про що вже нині лунають голоси в Європі...* (Дзеркало тижня). Ключовим виразом є фразеологізм *накласти лапу*. Він свідчить про «чийсь бажання привласнити щось, заволодіти чим-небудь». Додає іронії словосполучення *легка здобич*, яке підкреслює хитке й нестабільне становище України у світі.
7. *Чого ж дивуватися, що й саме «свято всенародного волевиявлення» на наших теренах дедалі більше нагадує похід на футбол. Якщо пощастить – додивитися матч до кінця і порадієте за перемогу «своїх». Не пощастить – уперіцять кийком* (Дзеркало тижня). У цьому прикладі автор іронічно ототожнює «свято всенародного волевиявлення» з відвідуванням футбольного матчу. Фразеологізм *уперіцяти кийком* є синонімом до *гріти спину* й означає «бити або карати когось». Це ототожнення є доцільним, оскільки побиття футбольних фанатів на стадіонах міліцією сьогодні не є поодиноким явищем.

8. *Авітаміноз найчастіше є причиною так званої курячої сліпоти або розладу сутінкового зору. Дивлячись на дії українських мужів від політики, можна було б зробити поправку на весну, яка викликала в них напад сліпоти політичної* (Дзеркало тижня). Порівняння сліпоти курячої зі сліпотою політичною призвело до виникнення іронічного смислу.

Отже, за допомогою іронії журналіст виражає власну оцінку суспільних явищ, фактів і подій, характеризуючи їх опосередковано. Іронія активізує читацьке мислення та здатність аналізувати цей складний світ. У публіцистичному тексті іронія виконує низку важливих функцій: емоційно-оцінну, маніпулятивну, захисну, функцію розслаблення та ін.

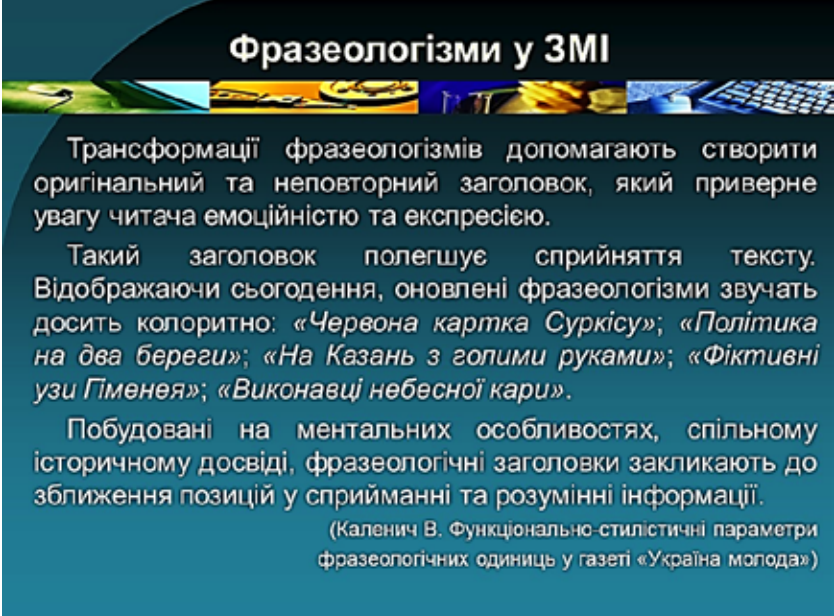
(Федоренко О. Фразеологічна презентація іронії в сучасному медіатексті. *Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 87–93.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Відновіть трансформовані фразеологізми. Поясніть значення словосполучення *контактна інформація*.

Темовидільну й контактну інформації виконують також фразеологізми, зокрема трансформовані: *Міністр нафтотрейдера ока не виключе. Бачили очі, на що купувалися. Зона корисної мерзлоти (На Черкащині президент відкрив завод із заморожування фруктів). Кулемета голос чути в лісі (На кордоні Грузії знову концентруються війська). Біла мене мати...металевим прутом (В Україні стартувала національна кампанія «Стоп насильству!»).*

(Шевченко Л. Мовні засоби активізації сприймання газетного тексту (на матеріалах газети «Україна молода» 2007–2011 рр. *Стиль і текст*. 2011. № 12. С. 57–67.)

**ЗАВДАННЯ.** Із регіональних інтернет-видань доберіть приклади використання прислів'їв і приказок, афоризмів, літературних цитат, каламбурних сполук.



**Фразеологізми у ЗМІ**

Трансформації фразеологізмів допомагають створити оригінальний та неповторний заголовок, який приверне увагу читача емоційністю та експресією.

Такий заголовок полегшує сприйняття тексту. Відображаючи сьогодення, оновлені фразеологізми звучать досить колоритно: «Червона картка Суркісу»; «Політика на два береги»; «На Казань з голими руками»; «Фіктивні узи Гімнея»; «Виконавці небесної карі».

Побудовані на ментальних особливостях, спільному історичному досвіді, фразеологічні заголовки закликають до зближення позицій у сприйманні та розумінні інформації.

(Каленич В. Функціонально-стилістичні параметри фразеологічних одиниць у газеті «Україна молода»)

**ЗАВДАННЯ.** Знайдіть і прочитайте статтю: Каленич В. Функціонально-стилістичні параметри фразеологічних одиниць у газеті «Україна молода». *Стиль і текст*. 2012. № 13. С. 93–99. Які семантичні й функціональні особливості фразеологічних одиниць у публіцистичних текстах? Складіть питальний план статті. Законспекуйте висновкову частину.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте текст. Дайте йому заголовок. Поясніть значення фразеологізмів *поставити на ноги, збиває з ніг*. Запишіть кілька фразеологізмів зі складником *нога*. Доберіть приклади їх уживання в мові масмедіа.

Для журналіста важливо не лише володіти словом, але й вміти вдало користуватися фразеологізмами. Що таке фразеологізми? Фразеологізми – це сталі словесні вирази, які використовуються для надання тексту певних емоцій та фарб.

Зазвичай фразеологізми використовуються в ЗМІ як заголовки (особливо це помітно в газетних матеріалах). Таким чином журналіст приваблює увагу читача комічним ефектом словосполук. Наявність фразеологізмів



спостерігаємо в саркастичних новинах, які висвітлюють гострі проблеми. Але слід зауважити, що без творчого підходу до використання фразеологізмів, навряд чи в результаті можна отримати якісний матеріал.

Один із прийомів використання фразеологізмів у журналістиці є антитеза. Антоніми-протиставлення вживаються для яскравого виділення проблеми (*Настільки багатий бюджет необхідний, щоб поставити Іран на ноги... Не знаємо як Іран, але іранців збиває з ніг ствердження Джекінсона від 06.09.13*).

Крилаті вирази також стануть у нагоді. Вони допоможуть створити комічний вияв теми тексту (*Через рік ревізори виявили, що Матар за цей рік зміг нарубати більше дров...*).

Узагалі якість матеріалу з фразеологізмами також залежить і від особистого досвіду журналіста, стилю викладу його думок.

(Ксенія Щерба, студентка ХДУ)

**ЗАВДАННЯ.** Випишіть із газетного тексту 10 трансформованих фразеологізмів, поясніть спосіб трансформації.

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент публікації про використання фразеологізмів у заголовках інтернет-видань. Чи спостерігали ви це в контенті регіональних ЗМІ? Поясніть словосполучку авторки статті «осучаснення фразеологізмів».

Інтенсифікаторами оцінності заголовків електронних ЗМІ є фразеологізми, «які вносять до комунікативного процесу у цілий світ сенсів, особливу образність, виразність, експресивність, аксіологічність, що ґрунтуються на комплексі відчуттів та уявлень народу» (О. Селіванова). В інтернет-медіа фіксуємо як питомо українські, такі запозичені фразеологізми, пор.: *Про ложку дьогтю в бочці меду; Влада повісила всіх собак на блокадників; Яке «шило» в мішку ховає Путін?; Президент розрубав Гордіїв вузол парламентсько-урядової кризи; Троянський кінь в Україні.*

У медійних заголовках спостерігаємо осучаснення фразеологізмів, набуття ними додаткової експресивності, емоційного забарвлення. При цьому зміна відбувається як у структурі, так і в семантиці фразем. Найчастіше для уточнення й конкретизації ситуації автори розширюють компонентний склад. Наприклад: *Російський молот та європейське ковадло. Україна ж у цьому протистоянні опиняється між військово-імперським молотом Кремля і оборонним ковадлом Брюсселя й Вашингтона; Мінський глухий кут. Де вихід?*

Заголовки інтернет-медіа фіксують неофразеологізми, що виникають у результаті трансформації перифраз, тобто «завдяки частоті й регулярності вживання перифрази з часом набувають рис, властивих фразеологізмам: відтворюваність, стійкість у складі й структурі, фіксоване положення компонентів» (Л. Завгородня). Порівняймо: *«Львівський котел»: Луценко назвав причини і винуватці в трагедії; Тимчук розкрили участь Медведчука у Мінських переговорах; Антикорупційне бюро отримало всю «чорну бухгалтерію» Партії регіонів.*

(Красавіна В. Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. *Культура слова*. 2017. № 86. С. 214–222.)

**ЗАВДАННЯ.** Прочитайте фрагмент статті. Із інтернет-видань доберіть 7–10 прикладів використання фразеологізмів у заголовках публікацій. Прокоментуйте їх.

Вдалих засіб привернути увагу читача – використання у заголовках фразеологізмів. Саме вони є мовною формою оригінального мислення народу, дають естетичну оцінку явищ суспільного та особистого життя людини. Фразеологізми передають національний характер і апелюють до генетичної пам'яті читачів.

У сучасних ЗМІ фразеологізми використовуються як у своєму «питомому» вигляді – *«Хочеш жити, вмі крутитися», «Дай жабі хвоста – усю траву потолочить», «Подбаєш улітку – порадієш взимку»,* – так і в зміненому – *«Хто не працює, в того проблем немає»* («Урядовий кур'єр»), *«За наше жито нас хочуть бити»* («Україна молода»), *«Тихше ідеш – далі ДАІ зупинить».*

Трансформація фразеологізмів «осучаснює» їх, робить оригінальними, вдалими в конкретній суспільно-політичній ситуації. Тому змінені фразеологізми обов'язково привернуть увагу читача своєю емоційністю та експресивністю.

Найуживанішим засобом трансформації фразеологізму є поширення або зміна його компонентного складу: *«А судді де?», «Сміється той, хто сміється після іспиту», «До якого у парламенті пристанеш – сам таким станеш», «Наскочила ковбаса на камінь»* («Україна молода»), *«Тарифи: вилами по воді»* («Україна і час»).

Іноді журналісти вдало використовують заперечення у фразеологізмі, що теж є виразним засобом передачі думки: *«Гора, яка ні до кого не йде»* («Молодогвардеец»).

Уживаються також скорочені фразеологізми: *«І знову проти лому», «Чим далі в ліс»* («Україна молода»), *«Журавель у небі»* («Дзеркало тижня»), *«Моя хата скраю. Від Майдана»* («День»), *«Святе місце*

Олександра Мороза» («Україна Молода»). Або використання скороченого фразеологізму зі зміненим компонентом: «*Не 90-ю статтею єдиною*», «*Не ЖЕКом єдиним*» («Україна молода»).

Рідше трапляється поєднання кількох фразеологізмів або поєднання вже змінених відповідно до теми фразеологізмів: «*Бачили очі, кого вибирали, тепер дивіться крізь пальці*», «*Своє болото ближче до тіла*» («Україна молода»), «*А віз і нині в парламенті, де у нього впряглися лебідь, рак та щука*» («Час»).

У деяких заголовках для розкриття змісту статті у фразеологізмах-прислів'ях змінюється один чи декілька компонентів, унаслідок чого змінюється і значення відповідно до теми публікації: «*Третій не зайвий*», «*Хто не працює, в того проблем немає*» («Урядовий кур'єр»).

Одним із джерел увиразнення заголовка є використання афоризмів у питомому вигляді («*Як я відвідав «Авгієві стайні»*») або трансформованому («*Плач Роксолани*», «*Сім чудес байдужості*»).

Трапляються також різні зміни фразеологізмів-прислів'їв, але за ритмомелодикою та за окремими деталями прислів'я легко впізнається: «*А нам по банану*» («Донбасе»), «*І хоче душа в Європу, так Азія за колеса тримає*» («Україна молода»).

Привертають увагу читачів заголовки – крилаті вислови, які теж можуть мати питомий вигляд – «*Мета виправдовує засоби*» («Україна Молода»), – і трансформований: «*Усі дороги ведуть до... Ющенко*» («Україна Молода»), «*Торгівля без правил*» («Українська столиця»), «*Будувати не можна надбудувати?*» («Дзеркало тижня»).

Іноді зміна лише одного компонента у відомому вислові може збити назву статті надзвичайно прозорою щодо її змісту: «*Дай, друг, на лапу*» («Телескоп»), «*Хто гальмує, хто газує*», «*Непіднята прозова цілина*» («Україна Молода»).

У прикладі «*Не наздожену, то хоч погріюся – за таким прислів'ям включилися у вибори півтора десятка політичних сил*» цікаво те, що пояснення в самому заголовку (або ліді) наведеного прислів'я теж є способом добору вдалого заголовка.

Наведені приклади свідчать про те, що фразеологізми, як і каламбури, незрідка використовуються у заголовках як засіб гумору, але частіше – як засіб іронії і сатири: «*Братки по крові*», «*Поперед батька на референдум*», «*Своє болото ближче до тіла*» («Україна Молода»).

І все ж надто рясне вживання деяких фразеологізмів призводить до формування мовних штампів, зникнення ефекту новизни, образності. До того ж інколи журналісти надто захоплюються уживанням

фразеологізмів у заголовках своїх статей, а це викликає недоречну іронію щодо описуваного явища, особливо коли воно цілком серйозне чи навіть трагічне: «*Прийшов, побачив і жахнувся*» – невдала назва замітки про виставку, присвячену Голодомору 1932–1933 рр.; «*Хіба ревуть воли?*» *Дружина Чорновола просить не спекулювати іменем її чоловіка* – не зрозуміло, навіщо автор пригадав роман Панаса Мирного; «*Земля в ілюмінаторі*» (стаття про гіпотоніків) («Україна молода»).

(Кулініч О. Засоби увиразнення заголовків у сучасних друкованих ЗМІ. *Стиль і текст*. 2009. Вип. 10. С. 109–115.)

**ЗАВДАННЯ.** Підготуйте презентацію на одну із тем: «Фразеологія і збагачення засобів увиразнення в журналістському тексті», «Трансформація фразеологізмів у мові мас-медіа», «Фразеологізми як мовні кліше в ЗМІ», «Фразеологізми як засіб емоційного впливу у газетному тексті», «Фразеологізми як засіб емоційного впливу у теле- і радіомовленні». Підготуйтеся до виступу перед одногрупниками на практичному занятті.

**Абсолютні синоніми (повні), лексичні дублети** – «синоніми, повністю рівнозначні і загалом тотожні за вживанням, тобто стильовою сферою функціонування, емоц.-експресив. характеристикою, частотністю, сполучуваністю та ін. Напр.: ... *вік, століття, сторіччя*» [Тараненко. – УМЕ. – С. 542].

«Слова, тотожні за значенням і стилістичним забарвленням. Кількість їх у мові незначна: *відсоток – процент, гасло – лозунг, майдан – площа*. Більшість абсолютних синонімів належить до спеціальної або термінологічної лексики. Такі синоніми становлять пари слів, одне з яких – інтернаціональне або запозичене, а друге – автохтонне. Наприклад, на сторінках преси активізуються: латинізми, які помітно розширюють свою семантику: *конвертація – обіг, пролонгація – продовження*; англіцизми: *конверсія – перетворення, стагнація – застій, катонів – бавовняний, ... дайджест – огляд*; запозичення з французької мови: *егалітарний – зрівняльний, електорат – виборці, суверенітет – незалежність*» [СКМ. – С. 6].

«Слова, які повністю збігаються за значенням і використанням» [Ахманова. – С. 407].

«...слова, цілком ідентичні за своїм лексичним значенням. Спільні вони й емоційно-експресивним забарвленням... Абсолютні синоніми з'являються в українській мові різними шляхами. Найголовніші з них такі, що утворилися: а) внаслідок взаємодії літературної мови і діалектного мовлення: *чорногуз, лелека, бусол...*; б) внаслідок взаємодії української мови з іншими мовами: *термометр, градусник...*» [СУМ Л і Ф. – С. 83].

«...слова або семени однієї лексеми, тотожні за значенням, як правило, взаємозамінні у будь-яких контекстах, однак які мають різний ступінь уживаності, напр.: *абетка – алфавіт, абориген – тубілець...*» [СУМ Ф. – С. 226].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Активна лексика** – сукупність слів тієї чи іншої мови, що в певний історичний період її існування сприймається як звичайні сучасні слова без помітних ознак їх новизни чи застарілості. Щодо поширеності вживання в складі активної лексики

виділяються: а) зрозумілі всім носіям певної мови загальнонародні слова, вживані в усіх стилях усної й писемної форми мови; б) широко вживані в різних галузях науки і мистецтва, техніки і виробництва терміни і номенклатурні назви, наприклад: *аналіз, акварель, автоген, діалектика, ізотоп, сталевар, програміст, рампа, хедер* та ін. Подібні слова активно використовуються лише в окремих спеціальних різновидах мовної діяльності, тому можуть бути зрозумілі й не всім носіям даної мови.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Англіцизм (англізм)** – «різновид запозичення: слово, його окр. значення, вислів тощо, які запозичені з англ. мови або перекладені з неї чи утворені за її зразком. А. переважно усвідомлюються мовцями як чужорід. елемент і зберігають ознаки свого походження: фонетичні (джер, імідж), словотвірні (смокінг, маркетинг), семантичні (яструби 'політики, прихильники жорстокого агресивного курсу у різних країнах')» [Муромцева. – УМЕ. – С. 25].

«Для запозичень з англійської мови характерні: 1) звукосполучення дж: *бюджет, джаз, джентльмен, джемпер*; 2) звукосполучення ай, ей: *гайморит, інсайд, тролейбус, хокей*; 3) суфікс -инг (-інг): *мітинг, пудинг, демпінг, тьюбінг*» [СУМ Л і Ф. – С. 140].

«Запозичення радянського періоду з англійської мови охоплюють такі групи лексики:

- технічна лексика: *блюмінг, бульдозер, диспетчер, ескалатор, комбайн, конвеєр, крекінг, радар, телетайп, трактор, трамвай, тролейбус, фільм*;
- мореплавська та військова лексика: *мічман, танкер, яхта, док, браунінг, бункер, джип, танк*;
- політична, економічна, торговельна лексика: *бізнес, бос, бюджет, гангстер, демпінг, долар, трест*;
- спортивна лексика: *аут, бокс, волейбол, гол, матч, раунд, рекорд, спорт, спортсмен, старт, теніс, трек, тренер, фініш, форвард, футбол, хокей*;
- назви одягу і тканин: *джерсер, ...піжама, смокінг, вельвет*;

- назви їжі та напоїв: *біфштекс, кекс, пудинг, ростбіф, сандвіч, пунш*;
- лексика культури тощо: *джаз, фокстрот, джентльмен, клуб, комфорт, сквер, теніс, хол...*

Виокремлюють такі тематичні та лексико-семантичні групи англіцизмів періоду існування незалежної України:

- економічна, фінансово-банківська, торговельна лексика: ... *дисконтний, єврокард, ...офшорний, прайс, ...ф'ючерс, чартерний*;
- лексика сфери культури, розваг тощо: *байкер, ...брейк-данс, ...відео-арт, ...екшн, ...плей-стейшн*;
- лексика інформатики та комп'ютерної техніки: *браузер, веб-адреса, ...Інтернет-портал, ...ноутбук, онлайн*;
- спортивна лексика: *...бодібілдинг, дайвінг, ...скейт, сноубордінг*;
- суспільно-політична лексика: *...віп, ...грин-кард, ...імідж-мейкер, наблік рилейшнз, піар*;
- лексика, пов'язана з побутом: *...блендер, ...паркінг, пірсинг, ...спрей, ...фастфуд, ...шопінг*;
- лексика, пов'язана з їжею та напоями: *біт-мак, брендикола, гамбургер, ...хотдог, чисбургер*;
- лексика на позначення одягу і тканин: *блейзер, денім, памперси, топ, топік*;
- лексика на позначення осіб: *байкер, барбі, ...екшнмен, інсайдер, тинейджер...*;
- медичні та біологічні терміни: *арт-терапія, госпіс, ...скрінінговий, трансген*» [СУМ Ф. – С. 258–260].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Антитеза** – стилістична фігура, що полягає в зіставленні протилежних явищ, образів, думок чи понять для підсилення виразності. Для створення антитези часто використовують антоніми. *Згода буде, а незгода руйнує.*

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Антифраз/Антифразис** (грецьк. *anti* – проти + *phrasis* – вислів, зворот мовлення) – різновид енантіосемії, троп, що полягає у навмисному, спеціально заданому вживанні мовної одиниці з протилежним значенням або конотацією; вживання слова, фрази у протилежному, іронічному значенні: *Марную день на пошуки незримої/німої суті в сутінках понять. / Шалене слово загнуждавши римою, / влітаю в ніч. Слова мене п'янять. / Я – алкоголік страченої суті, / Її Сізіф, алхімік і мурах. / Мої слова, у чоботи не взуті, / спливають кров'ю на її тернах...* (Ліна Костенко); (Мирослава:) *Вам справді страшно і сумно тут без світла?* (Марія:) *Ні, весело і затишно* (Ярослав Горещький); вживання негативно забарвлених слів для позитивної характеристики: *Не можу навіть уявити, що за жахлива квітка ця водяна лілія, бо настільки люблю її, що не можу дочекатись її появи* (Ярослав Домбровський).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Антоніми** – слова з протилежним значенням. Антоніми виражають якісну протилежність (*гострий – тупий, великий – малий, м'якість – твердість, холод – тепло, радісно – сумно*), протилежність координаційних понять (*південний – північний, день – ніч, тут – там*), понять взаємозв'язаних і взаємозумовлених (*здоровий – хворий, цілий – розбитий, життя – смерть, фронт – тил, постійно – тимчасово*), протилежну спрямованість дії (*підніматися – опускатися, зникати – з'являтися, приїжджати – від'їжджати*) тощо.

Багатозначні слова вступають в антонімічні зв'язки окремими своїми значеннями: *спокійний* (сон, життя) – *тривожний*; *спокійний* (хлопець, вдача) – *гарячий*; *спокійний* (океан, течія) – *бурхливий*.

Існують антоніми постійні, або загальномовні, і контекстуальні. Антоніми контекстуальні виникають унаслідок переносного вживання слова в значенні, яке не закріплене в мові, а з'являється тільки в певному контексті. Наприклад: *Мати в'яне, дочка червоніє*. В антонімічні зв'язки входять як різнокореневі слова, що в цілому протиставляються своїм значенням одне

одному (*молодий – старий, глибокий – мілкий, тепло – холод, зустріч – розлука, додавати – віднімати, колись – тепер*), так і однокореневі, що творяться за допомогою афіксів, які в сполученні з коренем і надають зіставлюваним словам протилежного значення (*беззбройний – озброєний, надія – безнадія, симетрично – асиметрично, виводити – заводити, навантажити – розвантажити*). Антоніми є важливим засобом стилістичної виразності, з їх допомогою створюються антитези (див. **Антитеза**).

Яскрава стилістична виразність антонімів нерідко лежить в основі фразеологічних одиниць: *Маленька праця краща за велике безділля; ні живий ні мертвий*.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Антоніми-евфемізми** – «це слова, що виражають семантику протилежності стримано, м'яко. Вони, як правило, утворюються за допомогою префікса не-, порівняймо: *молодий – старий і молодий – немолодий...*» [СУЛІМ ЛФп. – С. 83].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Антономазія** – 1. Троп, один із видів метонімії, особливість якого в тому, що власне ім'я, широко відоме з літератури, історії і т. д., вживається як загальна назва особи з властивостями носія цього імені, наприклад: *Іуда – зрадник, лицемір; Колумб – першовідкривач; Отелло – ревнивець*.

2. Стилістична фігура, суть якої в тому, що ім'я або власна назва замінюється описовим зворотом, наприклад: *батько логіки* – замість *Аристотель*; *вічне місто* – замість *Рим*.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Арго** – «(франц. *argot* – жаргон, первісно – жебрацтво) – один із різновидів соціальних діалектів, штучно створювана умовна говірка якої-небудь вузької замкненої соціальної або професійної групи, незрозуміла для сторонніх. Іноді термін «арго» вживається на позначення певного соціального чи професійного відгалуження

від загальнонародної мови (напр., А. артистів, музикантів, спортсменів... та ін.), тобто в тому значенні, що й термін «жаргон». У вулчому розумінні А. – мова «соціального дна», декласованих та антисоціальних елементів (рекетирів, злодіїв, жебраків, бомжів, картярів-шулерів тощо). Прикладом лірницького А. є недавні (60-х рр.) записи Й. Дзендзелівського на Волині: «*В битебе клева буштирака, скеліха не вкушморить*» («*В тебе добра палиця, собака не кусить*»)» [Винник. – УМЕ. – С. 31].

«...соціальний різновид мовлення, що не має власної фонетичної та граматичної системи, а лише лексикон і використовується відносно замкненим професійним (ремісниками, торговцями) і соціальними групами (сезонними робітниками), в тому числі декласованими (злодіями, злочинцями, жебраками, картярами тощо). А. призначений для конспіративних ... потреб відокремлення групи від суспільного загалу, а також для зображення таємниць ремесла, роду занять, власної безпеки і т. ін. Перші свідчення про А. відносять до XIII ст. (у Німеччині мова жебраків)... На відміну від жаргону, А. є засекреченою, таємною мовою, незрозумілою пересічним мовцям» [Селіванова. – С. 37]. Напр...: *каша – дроботиха, крутавиця, кашиха..., лекша..., духта..., тіпурка* (Л. Ставицька).

«...Поняттева сутність арго у мовознавстві назагал є досить розмитою і дифузною. Вважаємо, що термін «арго», дотримуючись традиційної диференціації, варто застосовувати до таємної мови, яка передбачає: 1) паралельний словесно-смісловий ряд на рівні дискурсу, а не окремих лексичних вкраплень, напр.: *гаврипка клеветна до альма* – корова добра на молоко (арго волинських лірників); *яка хилка, така швилка* (арго нововивівських кожухарів); розуміння жаргонного дискурсу передбачає знання окремих лексичних вкраплень...; 2) штучний, таємний характер номінації (як у лірницьких і професійних арго XIX ст.): *антубити* – латати, ремонтувати, *атира* – земля, *бивон* – він... Отже, арго – це замкнена лексична підсистема спеціальних номінацій, які обслуговують вузькі соціально-групові інтереси частіше за професійні» [Ставицька. – С. 20].

«...штучно створювані мовні підсистеми, використовувані вузькими соціальними чи професійними групами як засіб

замкнутого спілкування в їх межах; це умовна мова, що застосовується як засіб приховування предмета комунікації, взаємного розпізнавання або відмежування її носіїв від інших мовців... У вузькому розумінні термін «арго» вживають переважно у трьох значеннях: 1. Тасмна мова людей мандрівних професій доби середньовіччя. 2. Сучасний злочинський жаргон («феня», «блатна музика»). 3. Криптологічне (секретне) мовлення будь-яких вузьких груп людей (дитяче арго тощо)» [СУЛІМ ЛФП. – С. 95].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Арготизми** (франц. *argot* – жаргон, мова злочинців) – слова або звороти з аргó; соціально забарвлений розряд лексики; лексика, що характеризує мовлення людей, які свідомо прагнуть зробити свою мову «тасмною», незрозумілою для інших. Так, у злочинському арго поширені такі арготизми: *мент* – міліціонер; *бугор* – наглядач, *наглядач у в'язниці*; *шухер* – тривога; *бан* – вокзал; *шпон* – обшук та ін. Арготизми перебувають поза літературною мовою, їхнє використання постає стилістично зумовленим і спрямоване на характеристику певних персонажів: *Годі сухмаї кусмарити, хоч ставреників накурляю* (Гнат Хоткевич) (*Годі сухарі гризти, хоч вареників наварю*).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Архаїзми** – застарілі для певної епохи мовні елементи (слова, звороти, форми слів, афікси), що вийшли з активного вжитку. **Архаїзми лексичні** – застарілі слова, які в сучасній мові мають відповідні синоніми: *вікторія* – перемога, *всує* – даремно, *ланіти* – щоки, *перст* – палець, *пря* – битва, *бій*, *рать* – військо, *чадо* – дитя. **Архаїзми лексико-словотворчі** – слова, що мають застарілу словотворчу будову; їм відповідають у сучасній українській мові слова того самого кореня, але з іншими словотворчими засобами: *вартівник* – вартовий, *рибар* – рибалка, *словеса* – слова, *фортеція* – фортеця. **Архаїзми лексико-фонетичні** – слова, що зберігають застаріле звукове оформлення, чим і відрізняються від синонімів сучасної мови: *вражий* – ворожий,

*глас* – голос, *зерцало* – дзеркало, *піит* – поет, *серебро* – срібло. **Архаїзми семантичні** – слова, в яких поряд з активно вживаним у сучасній мові значенням (чи значеннями) є й значення застарілі: *живит* – життя, *лікоть* – міра довжини, *поїзд* – велика валка підвід з учасниками весільного ритуалу, *братися* – одружуватися.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Багатозначність** – 1. Наявність в одного й того ж слова двох чи більше зв'язаних між собою лексичних значень, що з'явилися в процесі розвитку первинного значення. Таким чином, одне слово служить назвою кількох різних предметів чи явищ дійсності. Наприклад, слово *чай* має такі значення: 1) південна вічнозелена рослина, із висушеного і спеціально обробленого листя якої приготують напій; 2) висушене і спеціально оброблене листя цієї рослини, з якого готують напій; 3) напій, настояний на листях. З різними значеннями виступає слово *гострий* у таких словосполученнях: *гострий ніж*, *гострий зір*, *гостре слово*, *гострі нахоці*, *гострі страви*, *гостре запалення*, *гострий конфлікт*. Між значеннями багатозначного слова існує семантичний зв'язок, що є підставою вважати їх значеннями одного й того ж слова і відрізнити від омонімів, які не мають семантичної спільності. Кожне із значень багатозначного слова реалізується в певних словосполученнях. Джерелом багатозначності є переносне значення слова. Розвиток багатозначності відбувається на основі схожості, суміжності, функціональної близькості. Багатозначними можуть також бути фразеологізми, граматичні форми слова і синтаксичні конструкції.

2. Здатність слова виступати з різними значеннями.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Варваризм/Варваризми** (грецьк. *βαρβαρισμός* (*barbarismos*) від *barbaros* – чужинець, не грек; властивий іноземцеві) – 1) іншомовні слова та звороти, фонетично (інколи і граматично) не освоєні (на відміну від запозичень) мовою-реципіентом; не стали загальноживаними, уживаються в тексті

зі стилістичною метою. Часто варваризми зберігають навіть іншомовну графічну форму слова. Напр.: лат. *notabene* – зверни увагу, запам'ятай; *sempertiro* – завжди учень; *almamater* – мати-годувальниця, давня студентська назва університету; *ideafixe* – нав'язлива ідея; *terraincognita* – невідома земля, невідома галузь; *tete-a-tete* – франц. наодинці, віч-на-віч, тільки удвох; *xeni end* – щасливий кінець; *вік-енд* – час відпочинку чи розваг від суботи до понеділка; 2) іншомовне слово, що зберегло особливості своєї рідної мови і яке не сприймається нормами української мови. Інколи В. можуть передаватися графічними засобами мови-реципієнта: *альма матер*, *тет-а-тет*, *шерше ля фам*; надмірний їхній вжиток може зумовлювати незрозумілість, непрозорість мовлення для слухача, читача. Функції В. у тексті суттєво відрізняються. В Івана Котляревського наявне майстерне комбінування латинських слів та сполук слів (ад фінем, беллюм, сангвін тощо) зі специфічними словами-гібридами – оказіональними утвореннями, що постали внаслідок поєднання українських кореневих морфем з латинськими формантами *-us*, *-um* і под. (*панус* = *пан* + *-us*; *циганус* = *циган* + *-us*), пор.: *Щоб привести ад фінем беллюм*, / *Ми зробим з Турнусом дуеллюм*, / *Про що всіх сангвіс проливає* (Іван Котляревський) або *Я провів Дзвінку до її хати, і батьки були настільки люб'язні, що навіть запропонували переночувати під їхнім дружнім кровом. Ні, хоч і вельми вдячний за пропозициин*, мем. Точніш, пані. Хоч і не відмовлюсь від невеличкої перекуски, бо вдома, як то мовлять, і церковна миша не мала би що з'їсти (Любко Дереш); *«Error?»* Мисль пробуксувала. Ет, і ну її в каналізацію, ту мисль. Непотрібна вона тут зовсім (Оксана Забужко) (англ. *error* – помилка); *Жоден із нас нікуди не поспішав, надто ж я: ніж проводити час у квартирі Акопа, волів енджоювати лайфом тут* (Любко Дереш). (англійське словосполучення *to enjoy life* – насолоджуватися життям + українські форманти: *-ува-*, *-ти-*, *-ом*). Інколи надмірне використання варваризмів засвідчує претензійність мовлення: *З усіх наших усяд, які тільки-но здобули незалежність, припхалися волохаті й не дуже монстри з цимбалами, впевнені, що саме вони й є real і true* (Український тиждень. – 2009. – № 24) (англ. *real* – справжні і *true* – істинні). Наявні також **оказіональні** варваризми,

що підтверджує вжиток англomовних слів або виразів типу: *hallo!* (зі значенням «привіт!»), *change* (зі значенням «обмін»), *speech* (зі значенням «вдало, вдалил вислів»).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Власне українська лексика (специфічно українські слова)** – найбільший за обсягом лексичний пласт у словниковому складі української мови; «слова, що утворилися тільки в українській мові в період її формування й історичного розвитку. Саме ці слова виражають специфіку української мови. Власне українські слова позначають предмети і явища природи, всі сторони життя і побуту народу... Більшість власне українських слів виникла на основі лексичного матеріалу, успадкованого від давньоруської, спільнослов'янської та індоєвропейської мов...: *багаття*, *батьківщина*, *будинок*, *кремезний*, *малеча*...» [Ганич. – С. 43].

«Специфічність власне української лексики зумовлюється перш за все її словотворчими засобами. Наприклад, суфікс *-ин(а)*, крім тих значень, які спільні з російською мовою (*горошина*, *баранина*, *хвилина*); *-ник*, *-івник* (*-івниця*), *-альник* (*-альниця*), *-ильник* (*-ильниця*), *-ець* (*представник*, *заступниця*, *газівник*, *фрезерувальник*, *волочильник*, *кравець*); *-овець* (*-івець*), *-к(а)*, *-ій*, *-ок*, *-ень*, *-ищ(е)*, *-н(я)*, *-от(а)*, *-ств(о)* (*-цтво*), *-неч(а)*: *урядовець*, *зв'язківець*, *лікарка*, *водій*, *припічок*, *красень*, *дниця*, *офіцерня*, *гомота*, *лицарство*, *жіноцтво*, *порожнеча*; подовження попередніх приголосних в іменниках на *-я* (*гілля*, *манаття*, *клоччя*, *коріння*); відієслівні іменники на означення дій, стану, продуктів або наслідків дії з суфіксами *-ання* (*-яння*), *-ення*, *-іння* (*-іння*) й похідні *-вання*, *-ування* (*зростання*, *нищення*, *поривання*); суфікси *-ач* (*-яч*), *-аль*, *-ич*, *-овий*, *-ун*, *-ух(а)*, *-ака* (*-яка*), *-л(о)*, *-інь*, *-ур*, *-івк*, *-іт*, *-ття*, *-ив(о)*, *-ощі*, *-ість*, *-енк(о)*, *-чук*, *-инн(я)*, *-івна*, *-их(а)*, *-ки*, *-ма*, *-ома*: *викладач*, *коваль*, *корманч*, *вартівий*, *реготун*, *цокотуха*, *писака*, *літак*, *сіряк*, *стовбур*, *костур*, *платівка*, *гуркіт*, *злиття*, *вариво*, *ласоці*, *буденність*, *коваленко*, *паламарчук*, *картоплиння*, *титарівна*, *ковалиха*, *пошепки*, *лігма*, *жартома*; суфікси здрібнілості, пестливості та згрубілості *-ик*, *-ичок*, *-ок*, *-к(о)*, *- очок*, *-ечок*, *-ечк(о)*, *-инк(а)*, *-иночк(а)*, *-еньк*,

-оньк, -ятк(о), -есеньк, -ісіньк, -юсіньк, -юк(а), -юр(а), -езн(ий), -елезн(ий): *возник, кілочок, мішечок, батечко, хатиночка, рученька, серденько, яворонько, каченятко, білісінький, тонюсінький, зміюка, носюра, страшенний, довжелезний* тощо; префікси су-, перед-, між- (межи-), по-, при-, під-, попід-, зне- (*суміш, передмова, міжгір'я, межиріччя, прізвище, підспівувати, попідгортати, знесилювати*); займенники, утворені за допомогою часток аби-, де-, бозна-, казна-, хтозна-, будь-, небудь-, -сь (*абихто, бозна-який, казна-чий, чийсь* тощо); складні слова з числівниками два, три, чотири (*двотомник, трирічний, чотирикутник*); складні іменники, перша частин яких – наказовий спосіб дієслова (*перекошполе, пройдисвіт*); власне українські прийменники: *біля, від, з, серед, посеред, між, поміж, під, попід, задля, коло, навколо, проміж, щодо, з-під, з-над, з-перед, з-поза, з-понад, з-посеред, з-поміж* та ін.; частки *хай, нехай, невже, хіба, тільки, ось, ще, це, майже, таки, саме, хоч би, ані, ... навіть* та ін.; модальні слова: *можливо, звичайно, зрозуміло, дійсно, безумовно, безперечно, здається, ймовірно, мабуть, певно, напевне* тощо; вигуки: *цить, геть, гай-гай, ов-ва, матінко, лишенько, лелечко, цур, пек, добридень, добраніч, гей* та ін.» [за Лисиченко. – С. 116–120].

Лексика, «...утворена в період формування та розвитку української мови; ...слова, утворені на власне українському ґрунті за допомогою словотвірних ресурсів української мови. ...Власне українська лексика охоплює такі найпоширеніші тематичні та лексико-семантичні групи:

- суспільно-політичні, адміністративні та військові назви: *власність, галузь, громада, ... підпорядкування, працівник, промовець, розбудова, свідоцтво, суспільний, товариство, відрядження, держава, співдружність, уряд, військовик, гвинтокрил, заручник, козацтво, курінь, ланка, наступ, обороноздатність, прикордонник, рушниця*;
- назви житла, будівель та їх частин: *будівля, криниця, помешкання, приміщення, садиба, хата, віконниця, завіси, закуток, комірка, одвірок, сволок, стеля, хвіртка*;
- назви одягу та взуття: *бріль, капелюх, кожух, намітка, очіпок, свита, сорочка, штани, спідниця, стрічка, хустка, хустина, черевик, чобіт*;

- назви продуктів, страв, напоїв: *борошно, пластівці, яловичина, борщ, вареники, галушки, голубці, затірка, капуста, картопляники, корж, куліш, локшина, маківник, мандрика, млинці, морозиво, паляниця, пампушка, пиріжок, хрустики, бражка, горілка, наливка, самогонка, узвар*;
- назви, пов'язані з сільським господарством: *віялка, гречка, жниварка, зернохосвище, мірошник, молотарка, олійня, оранка, ... рілляництво, сіяч, соняшник, тваринництво, хлібороб, цукроварня*;
- абстрактні назви: *добробут, зміст, мрія, надія, поступ, розпука, свідомість, сумнів, уважність, уява, халепа*;
- назви якостей: *високоякісний, кмітливий, мужній, обачний, похлипливий, сумлінний, чемний*» [СУМ Ф. – С. 244–246].

«Серед власне українських слів є чимало прислівників: *зопалу, напростець, осторонь, заздалегідь, навперейми, зрештою, наодинці, вранці, влітку, взимку, праворуч, нашвидкуруч, обіруч, мимохідь, торік, споконвіку*. Тільки в українській мові є прийменники *біля, від, посеред, між, задля, коло, щодо*; сполучники *та, бо, чи, аби, або, проте, зате, якщо, якби, наче, мов, ніби, ніж, дарма що, незважаючи на те що*; частки *хай, невже, хіба, майже, навіть*» [Ющук. – С. 196–197].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Вульгаризм** (лат. *vulgus* – народ, чернь; *vulgaris* – простий, звичайний) – 1) грубе, брутально-лайливе слово або зворот, не прийняті в літературній мові; 2) грубе, вульгарне слово, заперечуване нормами мови і моралі. У В. елементом значення є негативна конотація: *падлюка, жерти, шибздик* і под. Їхнє використання призводить до фамільярності мовлення, засвідчує низьку культуру мовлення суб'єкта й те, що він належить до кола морально низьких людей. Включають лайки, прокльони, прізвиська. Перебувають поза межами літературної лексики: *лайно, чмир* тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)



**Германізм** – «слово, його окреме значення, вислів тощо, запозичені з німецької мови (чи інших германських мов) або перекладені чи утворені за її зразком. Частина Г. уже втратила ознаки свого походження (*дратва, лантух, рада, стельмах* та ін.), частина усвідомлюється мовцями як чужорідний елемент. Такі Г. зберігають типові фонетичні (*штуцер, шпиталь, лейтмотив, зумпф, купферштейн*) і словотвірні (*ланд/шафт, штрейк/брехер*) риси німецької мови» [Муромцева. – УМЕ. – С. 89].

«Виокремлюють такі тематичні групи слів, запозичених з німецької мови:

- адміністративно-ділова та військова лексика: *верстат, гетьман, канцелярія, оренда, варта, комісар, куля, муштра, панцир, шанець*;
- виробничо-професійна лексика: *бровар, грабар, тонт, дзигарі, дратва, кошт, крам, маляр, майстер, муляр, обценьки, пензель, пошта, слюсар, цвях, цех*;
- суспільно-політична лексика: *бунт, герб*;
- побутова лексика: *барило, будинок, гак, гаплик, гаптувати, танок, тніт, дах, дріт, келих, кухоль, шнур, клямка, ланцюг, ліхтар, льох, ляда, ринва*;
- назви дій, процесів, станів: *віншувати, мандрувати, мусити, міркувати, плюндрувати, шукати*;
- назви якостей: *барва, гарт, гатунок, шик*;
- інші назви: *барвінок, буришин, гурт, ґрунт, карб, крейда, мавпа, фарба, фунт, цегла*» [СУМ Ф. – С. 251]. Див. **слова давньогерманського походження**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Гіпербола** (грецьк. *hyperbole* – перебільшення, надлишок) – троп, різновид метафоризації, коли перебільшується розмір, значення, сила, характерні властивості чи ознаки певного предмета, явища або дії для надання об'єктові зображення більшої виразності, а самому зображенню – більшої переконливості. Г. має ту властивість, що накладається на інші тропи, утворюючи гіперболізовані, відзначені рисами перебільшення, метафори та епітети: *Поет став морем. Далеч степова, / І хмарочоси,*

*й гори – ним залиті. / Бунтують хвилі – думи і слова, – / І сонце генія над ним стоїть в зеніті* (Іван Драч). До Г. належать окремі стійкі звороти: *Взимку снігу не допросишся* та ін.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Гра слів** – «використання звукової, лексичної, граматичної форми мовних одиниць (слів, їх окремих значень та частин, фразеологічних одиниць, синтаксичних конструкцій і т.п.) для створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтується на зіставленні і переосмисленні, обігранні близькозвучних або однозвучних одиниць з різними значеннями: «*вибори без вибору*» – газетна замітка» [Тараненко. – УМЕ. – С. 100].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Грецизм** – «слово, його окреме значення, вислів, морфема тощо, запозичені з грецької мови або утворені за її зразком» [Пономарів. – УМЕ. – С. 112].

«Виокремлюють такі групи грецизмів:

- суспільно-політична лексика: *автономія, аристократія, анархізм, антагонізм, гегемонія, економія, олігархія, політика, утопія, хартія*;
- астрономічна та географічна термінологія: *астероїд, галактика, Арктика, клімат, гідросфера, паралель, полюс, тропіки*;
- медична та біологічна термінологія: *анемія, атеросклероз, бактерія, біологія, мікроб*;
- математична, фізична та хімічна термінологія: *гіпотенуза, катет, призма, теорема, тригонометрія, енергія, термометр, хронометр, азот, барій, бром, гелій, йод, калій, каталіз*;
- мовознавча та літературознавча термінологія: *афоризм, дифтонг, метафора, метонімія, морфема, парадигма, критика, фантазія*;
- спортивна лексика: *атлет, атлетика, гімнаст, гімнастика*.

Слова грецького походження, а також слова, утворені на ґрунті грецьких основ, можна розпізнати за такими фонетичними

та словотвірними ознаками: голосні [а], [е] на початку слова; приголосний [ф] на початку слова; звукосполучення [кс], [пс], [мв], [мп], [гм], [ск]; префікси а-, ан- (ана-), анта-, анти-, ев-; суфікси -ад(а), -ид(а), -ід(а), -іск» [СУМ Ф. – С. 254–255].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Демінутив (дімінутив)** (лат. *deminuo* – зменшувати) – зменшувальнопестливі форми слів. В українській мові їх надзвичайно багато й вони здебільшого використовуються для вираження позитивної оцінки, позитивного відношення до позначуваних осіб, предметів, явищ (*Яка пташечка! Яка яблунька! Я хочу таку білочку*) або для висловлення ставлення до співрозмовника ((Марія:) *Підійди до мене, мій синочку* (Марко Вовчок)). Досить поширеними постають демінутиви – похідні від іменників на позначення родинності, свояцтва, назв частин тіла, домашніх тварин, найменувань предметів одягу, продуктів харчування. Нетипові демінутиви від назв професій, звань та ін.; демінутиви можуть поставати засобом вираження зневаги, приниження: *У нас у групі навчаються тільки синочки і донечки дуже «крутих» і дуже «знаменитих»* (Україна молода. – 2007. – 6 жовтня). Те саме, що ім'я зменшувальне: *донечка, синочок, татусь, матусенька; лісочок, тополенька, озерецько*.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Дисфемізм** (грецьк. *dysphēmos* від *dys* – префікс, що означає розлад, порушення, і *phēmi* – кажу, добре говорю) / **Какофемізм** (грецьк. *kakophēmos* від *kakos* – поганий і *phēmi* – кажу, добре говорю) – троп, основним призначенням якого є заміна звичайної, нейтральної назви грубим, вульгарним словом або висловом для приниження об'єкта її позначення; для емоційного підсилення та увиразнення висловлення; іноді є виявом мовної бравади, прагнення епатувати слухача: *Що для актора змапувати військового, професора або прокурора?! (Що для актора увійти в образ військового, професора або прокурора?)*. Д. інколи розглядають як цілеспрямоване акцентування, виділення

негативних аспектів (характеристик, якостей тощо), недоліків денотата, погіршення характеристик об'єкта. Особливістю дисфемії постає напрям оцінного варіювання: від нейтрального до пейоративного, від помірного до різко негативного. Так, негативне оцінне ставлення до технічних характеристик автівки *Daewoo Lanos* легко й прозоро ілюстрована вживанням дисфемізму *Деву ЛАЙНО*.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Дитяча лексика** – «слово, характерне для мови дітей раннього віку, утворене за допомогою деформації звичайних слів або звуконаслідування, алітерації, напр., *пана* – хліб, *жижа* – вогонь, *дюдя* – холодно, *моня* – молоко й т. ін.» [МФЕ. – С. 104].

«...фонетично спрощені експресивно забарвлені слова, якими спілкуються з дітьми раннього віку, напр.: *бі-бі* (машина), *ляля* (дитина), *руця* (рука)» [СУМ Ф. – С. 274].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Діалект** – відгалуження від загальнонародної мови, на якому говорить частина племені, народності або нації, пов'язана територіальною, соціальною чи професійною спільністю. **Діалект професійний** – різновид соціального діалекту, що об'єднує у мовному відношенні людей однієї професії чи одного роду занять. **Діалект соціальний** – діалект, що належить окремій соціальній групі. **Діалект територіальний**, або **місцевий**, – діалект, поширений на певній території.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Діалектизм** – «позанормативний елемент літературної мови, що має виражену діалектну віднесеність. Розрізняють Д. акцентуаційні, фонетичні, словотвірні, граматичні, лексичні, семантичні, фразеологічні ... (*война, хтіти, меї, свеї, рихметика, баче, просе, до його, тайстра* (торба), *чудно* (незручно), *ні долів – ні берегом – ні водов») [Гриценко. – УМЕ. – С. 132].*

«Слова або словосполучення, характерні для мови певних територій. Напр.: *я му ходити – ходитиму, вуйко – дядько, кибель – відро, когут – півень, пор'ядок – порядок*. Д. вживаються в художній літературі зі стилістичною метою (для відтворення місцевого колориту, мовної характеристики персонажів тощо)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 49].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Ділова лексика** – сукупність слів, які визначають специфіку ділового стилю мови або вживаються у зв'язку із сферою його застосування. Для ділової лексики характерна термінологічна чіткість, відсутність емоційного забарвлення.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Домінанта синонімічного ряду (опорне слово, словопоказник, стрижневе слово)** – «(від лат. *dominans (dominantis)* – панівний) – слово, найуживаніше серед інших, звичайно стилістично нейтральне і таке, що найточніше і найповніше виражає значення всього ряду: *говорити/казати/...*» [Тараненко. – УМЕ. – С. 541].

«...один з членів синонімічного ряду як носій головного, найзагальнішого значення, стилістично й експресивно нейтральний. Д. підпорядковує собі всі додаткові змістові й стилістичні відтінки значення, виражені іншими членами ряду, напр., *складний, важкий, трудний, нелегкий, нерозв'язаний, непростий, заплутаний, тонкий, головоломний, проблематичний, хитромудрий, мудрий, премудрий, каверзний, мудруватий, хитросплетений*» [МФЕ. – С. 113].

«...це слово найбільш чітко визначає основний зміст, властивий членам синонімічного ряду. Стрижневе слово характеризується найзагальнішим значенням у синонімічному ряді, воно є носієм основних прикмет, спільних усім членам того самого синонімічного ряду, в якому воно виступає як головне... У ролі стрижневого слова виступає здебільшого нейтральний синонім, тобто синонім без виразного стилістичного забарвлення» [СУМ Л і Ф. – С. 75].

«Слово в своєму прямому номінативному значенні, яке безпосередньо і прямо виражає зв'язок з предметом, явищем, поняттям, інакше кажучи, таким, що являє в сучасній літературній мові найбільш пряме і точне його найменування без додаткових (експресивних, емоціональних, стилістичних) елементів... Отже, домінанта, чи опорне слово, потребує найменше диференціальних знак для виявлення значення, дуже часто для цього достатньо самої предметно-понятійної віднесеності...: *боліти – нити – щеміти – тріщати – ломити – густити – колотити*» [Лисиченко. – С. 83].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Дублети** – «(фр. *doublet*, від *double* – подвійний) – «слова (два або більше – питома і запозичена чи всі запозичені), спільні походженням і тому фонетично подібні, які внаслідок різних причин (зокрема, при різночасовому запозиченні або запозиченні за участю мов-посередниць) розійшлися значеннями. Напр., східнослов'янські і старослов'янські: *хором і храм, голова і глава*» [Тараненко. – УМЕ. – С. 151].

«1) один із двох термінів, що виражає одне і те ж наукове поняття. Наприклад: *слово – лексема, значення – семантика*; 2) варіантний різновид мовної одиниці: фонетичної, морфологічної, лексичної тощо. ...Наприклад: дублети **акцентуаційні** (*завжди – завжди*), дублети **морфологічні** (*Івану – Іванові*)» [СКМ. – С. 18].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Евфемізм** (грецьк. *euphēmos* від *eu* – добре і *phēmi* – кажу, добре говорю від давньогрецьк. *εὐφημία* – утримування від поганих слів) – пом'якшений вислів замість непристойного, пор.: *фантазує* (замість «бреше»); дозволене слово, що використовується замість забороненого (табуйованого); слово та вислів, що використовуються для уникнення слів із грубим чи непристойним змістом або недоречним у певних умовах забарвленням; використовуються як синоніми щодо слів або висловів,

що видаються мовцями непристойними, грубими чи нетактовними; пом'якшувальний вислів на позначення чого-небудь, особливо непристойного, грубого, забороненого (*відійшов у небуття – помер; не при хаті згадано – нечистий* і под.). Має давнє міфологічне походження, коли не дозволялося називати певний тотем; власне – різновид табу, стилістичний прийом, близький до перифразу, витворений культурою народного світосприйняття і світобачення (так, слово *ведмідь* досі має евфемізм *вуйко*). Часто евфемізми використовували як певним чином замаскований спосіб вираження думок, як різновид езопівської мови, коли бажаним постає уникнення прямого висловлення. У цьому разі прикладом постає «Балада про наклеп» Андрія Малишка, у якій говориться про «хитрого чоловічка» – хворобливого інтригана і наклепника, який нарешті розкрив свою справжню суть, хоч імені його так і не було названо: *Ручки і ніжки в'язали на кручі, / А вже як тонує, то люди у крик: / Рота відкрив – два жала гадючі / Прикрили чорний шершавий язик; троп.*

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Екзотизми** – «(гр. *ἐξωτικός* – чужий, іноземний) – слова, запозичені українською мовою з інших мов для позначення реалій життя іншого народу чи країни. Е. можуть бути: назви установ (*меджліс, сейм, бундестаг*), посад, професій (*полісмен, тореадор, гейша*), житла, поселень (*аул, вігвам, фазенда*), предметів одягу (*паранджа, сарі, кімоно*), страв, напоїв (*саке, барбекю, чебурек*), явищ культури (*рамазан, ханука, тамтам*), звертань до людей (*мадам, синьйорита, містер*) та ін.» [Єрмоленко. – УМ. – С. 56].

«Слова для позначення екзотичних, незвичайних реалій, для яких у мові немає назв: *кімоно, чалма, сакля, аул, меджліс, хурал*» [Юшук. – С. 198].

«Слова (лексеми), які позначають реалії, притаманні лише певній національній лінгвокультурній спільноті й відсутні в інших мовах і культурах...» [Бацевич. – С. 99].

«Розрізняють в лексиці екзотизми вузькі, пов'язані з життям однієї країни чи одного народу

(*бундестаг* – парламент...) і широкі, що відображають явища, властиві для життя кількох країн (*полісмен* – поліцей в Англії та Америці)» [СУМ Л і Ф. – С. 148].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Експресивна лексика** – «слова, які не тільки виражають якість поняття, а й мають емоційний відтінок» [Ганич. – С. 118].

Лексика, «...пов'язана з конкретною оцінною семантикою, яку вносять у закінчення слова суфікси пестливості, згрубілості, зневаги, фамільярності тощо. У словотвірній семантиці слів типу *матусенька, батечко, рученята, однаковісінський, голівань, товстелезний, костомеха, машинерія* і под. постійно наявний оцінний компонент (позитивна або негативна оцінка) незалежно від контексту, в якому вживається подібне слово-поняття» [Єрмоленко. – УМ. – С. 156].

Слова, «що виражають якісну оцінку предметів, явищ дійсності, осіб та стану й почуттів людини... (*щастя, сумний, млосно*)... Емоційного забарвлення ... слова набувають у переносному значенні ... (*Собака він, а не брат* (Панас Мирний))... емоційні синоніми до стилістично нейтральних слів (*ненька* – до *мати*)... урочисті слова ... (*благовістити, благословляти*)... вульгаризми... фамільярні... лайливі... слова. Крім слів, стилістичне забарвлення яких безпосередньо пов'язане з їх лексичним значенням, в українській літературній мові широко вживані також слова, експресія, емоційне звучання яких досягається засобами словотвору (...*хатка*..., *дівровонька*..., *бурмило*..., *дівчисько*...)» [СУМ Л і Ф. – С. 174–177]. Див. **вульгаризми, фамільярна лексика**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Емоційна лексика** – «слова, що мають у своєму значенні компонент оцінки, виражають почуття, позитивне чи негативне сприймання дійсності. Як виразник емотивної функції мови Е. л. характеризує ситуацію спілкування, соціальні відносини, психічний стан мовців. Безпосереднім виразником людських

емоцій виступають вигуківі слова (*цур! леле! тю!..*). З почутевою сферою пов'язані також слова, що називають: а) психічні, внутрішні стани, характер світовідчуження, переживання (*радість, любов, щастя, журба, сум, ненависть, гнів; ніжний, любий, щирий, веселий; тяжко, сумно; радіти, гніватися* та ін.); б) будь-яке поняття з оцінним компонентом – позитивним або негативним... (*красень, лебідонька, пава, сонечко, пройдисвіт, баламут...*). Емоційне забарвлення слів досягається за допомогою типових словотворчих засобів української мови, суфіксів із значенням пестливості, здрібнілості або згрубілості...: слова *татусь, матінка, носище, старезний*» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 157–158].

«(...категорія слів, яка, крім об'єктивного лексичного значення, містить і суб'єктивне. Це додаткове стилістичне забарвлення може мати якнайширший спектр – урочисте, піднесене, шанобливе, ввічливе, пестливе, лагідне, схвальне, фамільярне, жартівливе, іронічне, зневажливе, грубе, вульгарне. Наприклад: *злато, знамено, предтеча, милий, донечка, бовкун, плентатись, бовдур, тюхтій, мудрагель*. Щодо способу передачі експресивно-емоційних відтінків виділяються три групи слів: 1) слова, у яких емоційне забарвлення є частиною прямого значення: *вікопомний, перст, барахло, негідник*; 2) слова, у яких емоційне забарвлення виникає у переносних значеннях: *каша, дубина, гадюка, шкура, свиня* (про людину); 3) слова, що набувають емоційного забарвлення завдяки суфіксам: *дідусь, дідок, дідочок, дідуган, дідуганище; спатки, спаточки, спатоньки*» [СКМ. – С. 19].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Етнографізми (етнографічні діалектизми)** – «(від гр. *ἔθνος* – народ, *γράφω* – писати) – «різновид лекс. діалектизму, назва предмета, поняття, характерного для побуту, господарювання представників певної етн. групи чи культ.-етногр. регіону» [Гриценко. – УМЕ. – С. 163].

«...слова на позначення традиційних форм побуту, звичаїв, обрядів народу і т. ін. Напр.: *полонина, паляниця, трембіта, куманець, кутя* (українські), *кумис, аул, домбра,*

*яничар* (тюркські), *хоровод, сарафан, самовар* (російські)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 58–59].

«...назви місцевих реалій і понять, що не відомі або не використовуються поза межами певного говору чи групи споріднених говорів. З цієї причини етнографічні діалектизми звичайно не мають відповідників у загальнонародній мові, а означувані ними реалії й поняття або передаються описово, або позначаються тими словами, що й у говорах. Таким чином, етнографічні діалектизми можуть входити в систему загальнонародної лексики без змін, як єдино можливі слова для передачі означуваних ними понять...: 1) назви одягу і взуття, що мають поширення тільки серед жителів певної місцевості: *гуня* – жіноча свитка з сукна домашнього виробу...; *чипиці* – чоловічі черевики без застібок, подібні до чобіт...; 2) назви страв місцевої народної кухні: ...*потанці* – їжа з накришеного хліба, перемішаного з олією; *потрібка* – їжа з подрібненої печінки; 3) назви житлових і господарських приміщень та їх частин, знарядь праці, робочих процесів, предметів побуту, пов'язаних з специфікою природно-кліматичних умов і занять населення: ...*ванькир* – бічна кімната, відокремлена тонкою стінкою, що використовується як спальня; ...*лампач* – велика цегла з глини та соломи; сирцева цегла...; *санетка* – велика корзина; 4) назви, пов'язані з місцевим народним мистецтвом: *трембіта* – музичний інструмент, довга сурма; *флюяра* – вид чабанської сопілки...; 5) деякі слова, пов'язані з місцевою народною демонологією: *мольфар* – чаклун, ворожбит, чорнокнижник; *нічниці* – демонологічні істоти – душі загиблих не своєю смертю» [СУЛМ Л і Ф. – С. 187–188].

«...слова, що називають предмети і явища, поширені лише в певній місцевості, наприклад, назви предметів побуту, одягу, виробів, знарядь виробництва, об'єктів природного середовища тощо...: *керсетка* – жіночий одяг без рукавів, ...*балабухи* – вид печива, *дримба* – залізний інструмент у вигляді пружинистої залізної пластинки» [СУЛМ П. – С. 187].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Жаргон** – соціальний діалект; відрізняється від літературної мови специфічною лексикою і вимовою, але не має власної фонетичної й граматичної системи. Жаргон існує не окремо і не самостійно, а завжди на основі певної мови.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Жаргонізми (жаргонна лексика)** – «лексеми або вислови жаргону (соціального, професійного) певної мови. На відміну від **арготизмів**, жаргонізми використовуються не для приховування інформації, а для надання експресивного забарвлення назвам предметів та явищ, що важливі для членів соціальної групи, яка послуговується даним жаргоном. Наприклад, студентський жаргон: *хвіст (академічна заборгованість), читалка (читальний зал)*... **Професійні ж.** – неофіційні назви предметів чи понять у сфері тієї чи іншої професії. Наприклад, із жаргону музикантів такі лексеми: *лабух (музикант), лабати (грати), фанера (фонограма)*. Жаргонізми охоплюють невелике коло понять і предметів. Вжиті без почуття міри й художнього такту, засмічують і вульгаризують мову. У художній літературі жаргонізми використовуються зі стилістичною метою» [СКМ. – С. 22].

«Позанормативні слова, вживання яких обмежене певним соціальним середовищем (певною субкультурою) і які виникають у великих, переважно молодіжних, групах мовців, об'єднаних спільними інтересами (фахом, однаковими захопленнями чи уподобаннями, тривалим перебуванням у певному середовищі). Жаргонізми вирізняються високим ступенем експресивності, напр.: *адіки* (кросівки фірми «Адідас»), *бабло* (гроші), *в'їжджати* (розуміти)» [СУМ Ф. – С. 275].

«Термін «професійні жаргонізми» вживають на позначення образно-експресивних, лаконічних слів та висловів, що мають нейтральні відповідники і побутують переважно в усному мовленні людей певної професії чи роду занять, об'єднаних спільністю інтересів, звичок, соціального стану. Розмовне мовлення будь-якого професійного середовища завжди включає певну кількість емоційно забарвлених слів вузького

вжитку, що відбивають професійну спеціалізацію носіїв мови» [Ставицька. – С. 37–38].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Жаргонізація** (франц. *jargon* від галло-романського *gargone* – незрозуміла мова, базікання + *-ізація*) – 1) своєрідна, особлива мовна гра у назвах, свідомо застосовувана для створення «свого» особливого мовлення; 2) процес проникнення жаргонізмів у повсякденне мовлення: мовлення засобів масової інформації, художньої літератури, художнього кіно тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Загальноновживана (загальнонародна, міжстильова) лексика** – «найбільший тематично-стилістичний шар лексики мови, використання якого вільне, необмежене. З л. становить основу словника. Включає в себе слова, пов'язані зі спільними для більшості носіїв мови поняттями, а також є звичайними, зрозумілими для всіх назвами предметів і явищ довколишньої дійсності (напр.: *земля, людина, пшениця, батько, рука, дім, ліжка, Україна, каша, сірий, слабкий, думати, весело, ти, один, і, за, ой, ні*)» [Муромцева. – УМЕ. – С. 172].

«...лексика, яку використовують усі носії мови незалежно від професії і спеціальності, освіти, місця проживання тощо. Це слова, що вживаються на всій території, де функціонує мова, представниками всіх верств суспільства. До загальноновживаної лексики належать насамперед назви реалій і понять, що зв'язані з суспільним життям людини, виробничою діяльністю, побутом тощо. Наприклад: *дерево, стіл, рука, читання, червоний, ти, працювати*. Ця лексика стилістично нейтральна, однаковою мірою використовується в усній і писемній мові, в усіх функціональних стилях, а тому її ще називають **міжстильовою**» [СКМ. – С. 23].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Запозичення** – 1. Звернення до лексичного фонду інших мов для визначення нових понять і предметів, причому часто самі ці поняття і предмети разом з їх назвами засвоюються від інших народів.

2. Слова, словотворчі афікси, конструкції, що ввійшли в мову внаслідок запозичення. **Запозичення книжне** – слово чи вислів, що засвоєні з іншої мови через літературу. **Запозичення прями** – запозичення, які засвоєні певною мовою безпосередньо з іншої мови. **Запозичення лексичні** див. **Іншомовні слова**.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів.  
К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Застарілі слова** – «слова, а також їхні окремі значення та номінальні словосполучення, що на даному етапі розвитку мови вийшли із загального вжитку. За ступенем застаріло-сті виділяють: 1) слова, що вже зовсім не вживаються в мовній практиці, напр., такі назви спорідненості, як *братучадо, братанич, братичич, синовець* ‘син брата’; ...2) слова, що в сучасній мові вживаються рідко (належать до пасивного словника), з певними, переважно стилістичними настановами і здебільшого зрозумілі мовцям: *брань* ‘битва’, *вікторія* ‘перемога’. ...Серед 3. с. виділяють **історизми** та **архаїзми**. Історизми – це слова або їх окремі значення (семантичні історизми), що вийшли з ужитку разом з позначуваними ними реаліями і не мають у сучасній мові синонімічних замінників. Це назви понять матеріальної культури (одягу, їжі, знарядь праці та зброї, грошей і т. п.), соціально-політичної сфери, професій, звичаїв та обрядів і т. ін. минулих епох: *кобеняк, саламаха, рало, гаківниця, злотий, боярин, соцький, волость, зборня, паницина, непман, дружина* (військо князя), *магдебурзьке право, кожум’яка, гувернер, досвітки, справляти колодія*. Архаїзми – це витіснені іншими синонімами назви понять, що існують і в наш час (напр., *аероплан* – літак, *перст* – палець) Розрізняються такі типи архаїзмів: 1) власне лексичні – слова, що застаріли в цілому (*чадо, ректи, понеже*); 2) лексико-фонетичні, що відрізняються від сучасних варіантів тільки одним чи кількома звуками або місцем наголосу (*сей, паипорт, глас, піит, філозоф*);

3) лексико-морфологічні – застарілі словоформи та граматичні характеристики слова (*люде* – сучасне *люди*, *авто* – раніше ч. р.); 4) лексико-словотвірні, що відрізняються від сучасних однокоренових синонімів словотворчим формантом – суфіксом або префіксом (*податель, подаяніє, возгордиться*); 5) лексико-семантичні, у яких застарілими є лише окремі значення (*броня* у знач. ‘зброя’, *худий* ‘поганий’, *машина* ‘паровоз, поїзд’, пор. *машиніст*)» [Тараненко. – УМЕ. – С. 180]. Див. **архаїзми**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Значення** – 1. Відображення предмета дійсності (явища, відношення, якості, процесу) у свідомості, яка стає фактом мови внаслідок установаження постійного і нерозривного зв’язку з певним звучанням, у якому воно реалізується; це відображення дійсності входить у структуру слова як його внутрішній бік (зміст), щодо якого звучання є матеріальною оболонкою, необхідною не тільки для вираження значення і повідомлення його іншим, а й для самого його виникнення, формування, існування й розвитку. **Значення слова** – закладений у слові зміст, відображення предмета, явища чи відношення у свідомості носіїв мови, що утворює в структурі слова його внутрішній бік, щодо якого звучання виступає як матеріальна оболонка. Кожне слово має своє, властиве йому значення. Загальне значення слова складається із значення лексичного, тобто матеріального світу, що його вклав у слово досвід усього колективу, і значення граматичного, що є показником різних відношень, в які слово вступає з іншими словами в реченні. Лексичне і граматичне значення діалектично пов’язані між собою: лексичне значення виявляється лише за умови поєднання з відповідним йому граматичним значенням.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів.  
К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Зневажлива лексика** – мовні одиниці «стилістично обмеженого вжитку, що в грубій формі виражають незадоволення, фамільярність, несхвалення та ін., напр.: *волоцюга, голодранець, погань* тощо» [МФЕ. – С. 148].

Така лексика «...вказує на відсутність поваги до когось, як правило, з приниженням чиєїсь гідності, напр.: *базіка* (тюхтій), *канючити* (просити), *лакуза* (лакей)» [СУМ Ф. – С. 274].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Ідіома** – стійкий неподільний зворот мови, що виражає єдине поняття, зміст якого не визначається змістом його складових елементів: *байдики бити, на руку ковінька, впадати в око*. Ідіоми властиві лише одній мові і здебільшого іншими мовами не перекладаються.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Ідіостиль** (грецьк. *idio* – свій, особливий + *стиль*), **ідіолект** – індивідуальна зображувальна мова автора тексту й відображувана в ній свідомість, спосіб мислення адресанта; сукупність мовно-виражальних засобів, які виконують естетичну функцію й вирізняють мову окремого письменника з-поміж інших; своєрідність мовлення окремого індивіда; неповторний спосіб спілкування, притаманний окремій особі; сукупність мовних і позамовних складників, чинників мовної та комунікативної компетенції окремого представника національної лінгвокультурної спільноти; у комунікативній лінгвістиці – неповторний спосіб спілкування, притаманний окремій особі; сукупність мовних і позамовних складників, чинників мовної та комунікативної компетенції окремого носія мови і культури.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Інновація** – «поява нового явища, закономірність змін у мові, які не були характерні для неї в попередній період розвитку. Наприклад, аббревіація як засіб словотворення була І. в українській мові на початку ХХ ст. Лексичними І. в українській літературній мові 90-х років є активізація запозичень з англійської мови» [Єрмоленко. – УМ. – С. 69–70]. Напр.: *вінчестер*, *Інтернет-сайт*, *ноутбук*, тощо.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Інтернаціоналізми, інтернаціональні слова (міжнаціональні, міжнародні слова)** – «(від лат. *inter* – між і *natio* (*nationis*) – народ) – слова або вислови, що належать до спільно-тимологічного фонду ряду мов, близьких походженням або історичною належністю до певної зони. І. становлять важливе джерело спільної лексики та фразеології, особливо термінів, у мовах, де вони поширені» [Ткаченко. – УМЕ. – С. 180].

«...слова, запозичені більшістю мов світу з мови народу, який створив чи ввів у загальне використання позначувані ними предмети» [Ахманова. – С. 180].

«...слова, які виражають поняття міжнародного значення й існують у багатьох споріднених і неспоріднених мовах світу, зберігаючи близьке або спільне значення і фонетико-морфологічну удову. Інтернаціоналізми, як правило, позначають поняття науки, техніки, економіки, мистецтва, спорту, політики. В українській мові інтернаціоналізми в основному грецького та латинського походження: *географія, біологія, еволюція, диференціація*. Джерелами інтернаціоналізмів є також живі європейські мови: англійська (*старт, бізнес*), французька (*парфуми, карт-блани*), німецька (*штаб*)» [СКМ. – С. 25–26].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Іншомовні слова** – слова, запозичені з інших мов. Запозичення слів є природним процесом, що відбиває економічні, політичні, культурні зв'язки з іншими народами, коли разом з реаліями і поняттями приходять і відповідні слова. Запозичення слів може відбуватися усним шляхом, через розмовне спілкування, і письмовим – через книги, періодичну літературу, офіційні документи тощо. при усному запозиченні слово може значною мірою змінити свій звуковий склад. Запозичення є одним із шляхів збагачення словникового складу мови. Слова іншомовного походження, як правило, засвоюються фонетично і граматично, тобто підпорядковуються законам фонетики, граматики і словотворення тієї мови, якою запозичуються, і лише в окремих випадках залишаються незасвоєними (див. **Варваризми**). Ступінь засвоєння іншомовних слів може бути різним.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)



**Іронія** – троп, суть якого полягає в тому, що слову чи висловленню надається протилежне значення з метою насмішки, глузування; насмішка, якій навмисне надана форма позитивної оцінки або похвали. Іронія – важливий стилістичний засіб гумору або сатири.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Історизм/Історизми** (грецьк. *historia* – оповідь про минуле) – застаріле / і слово/слова, що вийшли з активного ужитку у зв'язку з тим, що вийшли з ужитку, припинили своє існування предмети, явища і поняття, унаслідок соціально-побутових і суспільно-політичних змін, але водночас наявні в пасивній частині словника сучасної мови як терміни і поняття історії народу та його культури (напр.: *сірома, хлоп, волосний, жандарм, подимне, осавула, опричник, кожум'яка, мечник* та ін.). Такі поняття стали неактуальними, тому І. не мають синонімів у літературній мові, на відміну від архаїзмів. І. ще називають матеріальними архаїзмами. Їх використовують тоді, коли реальною є потреба дати характеристику минулим епохам, назвати певну реалію старовини, зникле явище чи поняття. Вживають І. зі стилістичною метою. Можливий процес реактуалізації історизмів, повернення їх до активного словникового вжитку, пор.: *віче, біржа* тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Каламбур** – дотепна гра слів, побудована на гумористичному чи комічному використанні різних значень того самого слова чи слів, схожих звучанням.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Калька** – слово або вираз, скопійовані засобами рідної мови з іншої мови, тобто кожна значуща частина оригіналу буквально перекладається і займає в перекладі таке ж місце, як і в оригіналі. Наприклад, *багатоверстатник* з рос. *многостаночник*. **Кальки лексичні**, або **словотворчі**, – слова, створені за іншомовною моделлю з матеріалу своєї мови: укр. *відмінник* з рос. *отличник*.

**Кальки семантичні** – це нові переносні значення, які приймає слово під впливом відповідного іншомовного слова. **Кальки синтаксичні** – синтаксична модель, що склалася в певній мові під впливом іншої мови. **Калька фразеологічна** – дослівник переклад фразеологічної одиниці за частинами.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Калькування** – «процес творення нових слів, словосполучень, фразеологізмів, при якому засвоюється лише значення та принцип організації іншомовної одиниці, що передається засобами (морфемами, словами) даної мови» [Клименко. – УМЕ. – С. 227].

«...творення нових слів і виразів шляхом копіювання лексико-семантичних та синтаксичних моделей іншої мови. Напр., складноскорочене слово *лікнеп* (*ліквідація неписьменності*) утворене К. відповідного російського вислову *ликбез* (*ликвідація безграмотності*)... Калькуватися можуть не всі частини іншомовного слова. Напр., слово *телебачення* утворене з гр. *tele* – *далеко* і українського *бачення*... Інколи одне й те саме слово калькується і запозичується паралельно. Напр., *інтернаціональний* – запозичення, а *міжнародний* – калька з фр. *internationale* (від лат. *inter* – між і *natio* – народ)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 74].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Канцеляризм** – слова, стійкі словосполучення, граматичні форми і конструкції, вживання яких у літературній мові закріплено традицією за офіційно-діловим стилем, зокрема за канцелярсько-діловим різновидом. У художній літературі канцеляризми можуть служити засобом стилістичної виразності – з метою сатиричної стилізації чи пародії.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Кліше** – мовний стереотип, готовий зворот, що використовується в певних умовах і подібних контекстах. На відміну від мовних штампів, що становлять заяложений вираз із послабленим лексичним значенням і стертою експресивністю, кліше

утворює конструктивну одиницю, яка зберігає свою семантику, а часто і виразність. Мовні кліше полегшують процес спілкування, економлять зусилля і час як для того, хто говорить (пише), так і для того, хто слухає (читає). Наприклад: з *метою підвищення якості продукції*.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Книжна лексика** – «слова, що вирізняються на тлі стилістично нейтральної лексики літературної мови своїм походженням, особливістю словотвірної будови та вузькою сферою ужитку. Вони вносять у спілкування відтінки офіційності, урочистості, науковості, часом штучності книжної мови. Як К. л. сприймаються старослов'янськими типу *животворящий, благовіст, предковичний, древній*, слова-терміни, що співвідносяться із стилістично-нейтральними назвами (пор. *асоціація* – об'єднання, *апробація* – перевірка). Ознакою книжності виступають суфіксальні утворення на -ація, -изація, -изм, -ість, -ання, слова з префіксами архі-, ультра- і т. п.» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 238].

«Слова, що використовуються в діловому, науковому, художньому й публіцистичному стилях і майже не вживаються в розмовному: *корифей, ізотоп, благословенний, деструктивний, диференціювати* та ін.» [Єрмоленко. – УМ. – С. 76].

«...лексика., властива писемній формі літературної мови (*релікт, репрезентувати., креатура...*)... До книжної лексики належить насамперед багато слів, що означають різного типу абстрактні поняття: ...*старанність, нездоланність.*..., книжно-урочисті слова: ...*возз'єднання, достоїнство, корифей, торжество.*..., старослов'янського походження: *благочинний., глава, хранитель.*...; слова з виробничо-професійної галузі., наукова, технічна, суспільно-політична й офіційно-ділова термінологія., поетичні слова» [СУМ Л і Ф. – С. 154–156].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Конотація** – додаткове значення слова, словосполучення або виразу, його супровідні семантичні чи стилістичні

відтінки, що накладаються на основне значення, служать для вираження різних експресивних, емоційно-оцінних забарвлень і можуть надавати висловленню урочистості, невимушеності, фамільярності тощо.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Контекстуальні (текстуальні) антоніми** – антоніми, які «виникають унаслідок переносного вживання слова в значенні, яке не закріплене в мові, а з'являється тільки в певному контексті. Наприклад: *Мати в'яне, дочка червоніє* (Т. Шевченко)» [Ганич. – С. 17].

«...слова, що «набувають протилежного значення тільки в контексті внаслідок переносного вживання слова. Напр., у вислові *Не бійтесь заглядати у словник: це пишний яр, а не сумне провалля* (М. Рильський) завдяки контексту сприймаються як антоніми пари слів *пишний – сумний, яр – провалля*» [Ющук. – С. 177].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Контекстуальні (текстуальні) синоніми** – «слова, які зближуються своїми значеннями і вступають в синонімічні зв'язки лише в умовах певного контексту. Поза контекстом слова *повний і мертвий, глибокий і німий* не усвідомлюються як слова-синоніми, але вони синонімізуються, коли вживаються як означення до іменника *тиша*» [Ганич. – С. 250].

«...слова, які в словнику не є синонімами, але виступають у певному контексті як синонімічні» [Лисиченко. – С. 88]. Напр.: *Від погляду, що обіцяє втечу У світ, давно для Тебе не чужий, Але від цього праведніший, легший?* (О. Слоньовська).

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Крилаті вислови (слова)** – 1. Образні, влучні вислови, афоризми, що походять з літературних джерел або історичних документів і широко вживаються в мові як стійкі звороти з глибоким узагальнюючим змістом, довершеною формою і виразністю.

Наприклад: *Останній із могікан* (Ф. Купер); *Чуття єдиної родини* (П. Тичина).

2. Слова з узагальнено-метафоричним значенням, які набули широкого вжитку і здебільшого мають експресивне забарвлення: *самран* (деспотичний самодур-правитель), *фурія* (зла, сварлива жінка).

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Культура мови (мовлення)** – «дотримання усталених мовних норм ... усної і писемної літ. мови, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування. Наука про К. м. – окр. галузь мовознавства, яка, використовуючи дані історії української літературної мови, граматики, лексикології, стилістики, словотвору, виробляє наук. критерії в оцінці мовних явищ» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 263].

«1) свідоме й критичне використання мовних засобів, володіння нормами усної та писемної літературної мови в різних сферах суспільної комунікації відповідно до мети й змісту висловлювання; 2) розділ мовознавства, а також навчальна практична дисципліна, що вивчає нормування і кодифікацію норм літературної мови, встановлює критерії нормативності й стабілізаційні процеси в літературній мові, пропагує зразки досконалої мови, а також поширює лінгвістичні знання серед носіїв мови... Культуромовні тенденції по-різному виявляються в історії літературної мови. Це і явища пуризму, і антинормалізаторська діяльність, що суперечить одне одному...» [Єрмоленко. – УМ. – С. 81].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Латинізм** – «(від лат. *latinus* – латинський, римський) – різновид запозичень; слово, його окреме значення, вислів, морфема тощо, запозичені з лат. мови або утворені за її зразком... Серед Л. укр. мови вирізняються латинські за походженням засоби словотворення: префікси де-, екс-, ім-, ін-, інтер-, ре-, ультра-;

суфікси -аль(ний), -ат, -ац(ія), -ент, -ій, -тор, -ту-, -ум, -ус» [Семчинський. – УМЕ. – С. 270].

До латинізмів «...належать...:

- суспільно-політична лексика: *агітація, агресія, актив, архів, демонстрація, декрет, депутат, губернатор, диктатура, імператор, імперія, інспектор, інструкція, республіка, секретар*;
- правнича термінологія: *адвокат, алібі, нотаріус, прокурор, цивільний, юрист, юстиція*;
- медична та біологічна термінологія: *абсцес, ампула, ампутація, вегетація, галюцинація, депресія, інстинкт, компрес, корпус*;
- технічна термінологія: *агрегат, апарат, генератор, колектор, конденсатор*;
- математична, фізична та хімічна термінологія: *абсциса, коефіцієнт, лінія, радіус, синус, формула, вібрація, індукція, вакуум, абсорбція, амоній*;
- мовознавча термінологія: *адвербіалізація, акцент, алітерація, асиміляція, інфінітив, префікс, суфікс*;
- лексика освіти: *абітурієнт, атестат, декан, інститут, клас, лекція, університет*;
- адміністративно-ділова лексика: *атестація, директор, дисципліна, документ, резолюція, фактор, циркуляр*;
- лексика культури та мистецтва: *аквамарин, грація, декламація, декорація, дикція, диригент, овація, цирк*;
- власні імена: *Валентина, Валерій, Віктор, Вікторія, Віталій, Марина, Юлія* та ін.» [СУМ Ф. – С. 253–254].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Лексика (лексичний/словниковий склад мови)** – «(від грец. *λεξικός* – словесний, словниковий) – сукупність слів, словниковий склад мови в цілому або її діалекту, а також певної сфери спілкування, стилю мови (побут., профес., жаргонна, розм., ділова та ін. Л.), творів письменника або певного твору. Л. є об'єктом вивчення лексикології... Л. будь-якої мови – це складна і різнопланова сукупність слів, що об'єднуються в певні ряди, групи, шари на основі тієї або ін. спільності, подібності семант., форм., стиліст., функт., генет. та ін. характеру і водночас розрізняються,

протиставляються в межах цих угруповань за вужчими, диференц. ознаками» [Тараненко. – УМЕ. – С. 273].

«1) Словниковий склад, сукупність слів якоїсь мови; 2) сукупність слів певної сфери вживання. **Л. загальноновживана, Л. спеціальна, Л. термінологічна**» [Єрмоленко. – УМ. – С. 83].

«Усі слова, наявні в мові, становлять її лексичний, або словниковий, склад... Лексичний склад, як відомо, найбільш безпосередньо пов'язаний з позамовною дійсністю, при значній стійкості і традиційності він безперервно реагує на найменші зміни в природі і суспільстві; із змінами в позамовній дійсності пов'язане виникнення нових, зникнення, відхід на периферію лексичної системи застарілих слів і значень» [Лисиченко. – С. 8].

«Словниковий склад (лексику) можна розглядати в різних аспектах: в історичному, етимологічному, семантичному, стилістичному, соціолінгвістичному та ін.» [СУЛМ ЛФп. – С. 16].

«...це словниковий склад мови з фразеологією включно. За допомогою лексики ми членуємо навколишній світ та внутрішній світ на частини і кожній із них присвоюємо назву-замінник» [Ющук. – С. 149].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Лексика італійського походження** – лексика, що прийшла в українську мову з італійської і «...стосується переважно музики: *адажіо, акорд, алегро, альт, бас, сопрано, тенор, апасіоната, арія, баркарола, дует, унісон, імпровізація, інтермецо, кантата, соната, квартет, квінтет, композитор, віолончель, мандоліна, піаніно*. Невелика частина запозичених з італійської мови слів належить: а) до фінансово-економічної термінології: *брутто, нетто, валюта, каса, інкасатор, фірма*; б) до архітектурно-будівничої лексики: *бароко, арка, цоколь, фонтан, мозаїка*» [Ющук. – С. 209].

«Словами італійського походження є, як правило, музичні і сценічні терміни, а також деякі фінансово-економічні та інші терміни: ...*клавесин, ...мозаїка, паста, торт, фонтан*» [СУМ Ф. – С. 258].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Лексикологія** – «(від грец. *λεξικόν* – словесний, словниковий і *λόγος* – слово, вчення) – розділ мовознавства, що вивчає слово як осн. одиницю мови і словниковий склад мови – лексику. Лексикол. дослідження ведуться в аспекті теорії слова, у семант., стиліст., функт., істор., етимол., соціолінгв. та ін. аспектах» [Тараненко. – УМЕ. – С. 281].

«...Л. розглядає лексему як найважливішу структурно-семантичну одиницю мови відокремлено та у її зв'язках з іншими словами, аналізує лексику з погляду її походження тощо. З Л. пов'язані семасіологія, ... етимологія, діалектологія, стилістика та ін. **Описова Л.** досліджує семантику слів, вивчає обсяг і структуру словникового запасу мови в плані синхронії, аналізує її з огляду на стилістичне вживання. **Історична Л.** вивчає словниковий склад мови в розвитку (залучає діахронічний аналіз)» [МФЕ. – С. 214].

«...**загальна Л.** вивчає лексику різних мов і виявляє загальні закономірності її системної організації й функціонування. **Часткова Л.** досліджує словниковий склад окремої мови, його загальні закономірності і специфічні особливості. Словниковий склад мови може вивчатися у зіставленні з іншими мовами. Це є предметом **порівняльної Л.**, в якій співвідносні одиниці й категорії лексики розглядаються з погляду їх подібності та розбіжностей... Основними завданнями **теоретичної Л.** є вивчення найважливіших понять лексичної семантики, категоріальних й лексико-семантичних відношень (багатозначність, омонімія, синонімія, конверсія, антонімія), класифікація української лексики з погляду її формування (питомі й запозичені слова), характеру і сфери використання (застарілі й нові слова, діалектна, термінологічна і жаргонна лексика, нейтральні і стилістично марковані слова). **Практична Л.** вивчає важливі для практичного оволодіння мовою категорії» [СУЛМ ЛФп. – С. 16].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Лексичне значення слова** – «конкр.-індивід. зміст слова, який являє собою відображення або тільки вираження (в різних типах слів) та фіксацію в свідомості позначуваного словом елемента дійсності і є закріпленим за формою слова (відповідним

звук. комплексом), унаслідок чого стає можливою його реалізація як явища мови, а не тільки свідомості» [Тараненко. – УМЕ. – С. 284–285].

«...закладений у слові зміст, який визначається співвіднесеністю слова з відповідним поняттям. Носієм лексичного значення є основа слова. Одне слово може мати кілька лексичних значень» [Єрмоленко. – УМ. – С. 84].

«...мовне відображення об'єкта, його коротка характеристика, мінімальний набір суттєвих ознак, узятих із числа ознак поняття, які дозволяють розпізнати цей об'єкт... Воно закріплене суспільно-мовною практикою і є основою семантичної структури слова» [СУЛМ ЛФп. – С. 30].

«...конкретно-індивідуальний зміст слова, який відображає через поняття реалію дійсності і закріпленій за певною звуковою формою» [СУМ Ф. – С. 206].

**Лексичні діалектизми** – «найчисельніша група Д.; серед них розрізняють власне лексичні Д. і етнографізми. Лексичні Д. становлять дублети до літературних відповідників (лєгінь – парубок, тійстра – торба, фудульний, бътний – гордий) або синоніми часто з виразним експресив. Забарвленням (баскалі́читися посмі́хатися..., еретува́тися сердитися...)» [Гриценко. – УМЕ. – С. 136].

«...слова діалектного вжитку, що позначають поняття, для вираження яких у загальнонародній мові вживаються назви, утворені від іншої непохідної основи. Критерієм для виділення цієї групи територіально обмеженої лексики є, таким чином, її семантична спільність у межах означуваних понять з словами загальнонародної мови і відмінність від них у матеріальній оболонці. Лексичні діалектизми – це власне своєрідні дублети до загальнонародних слів...: *бараболя, крумплі – картопля*» [СУЛМ Л і Ф. – С. 183–184].

Лексичні діалектизми «відрізняються від слів літературної мови всією лексемою (і звуковою формою, і змістом), або семантикою... Це найбільша група діалектизмів, серед яких можна виділити власне лексичні, етнографічні та лексико-семантичні» [СУЛМ ЛФп. – С. 90].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Лігота** – один із засобів підкреслення мовної виразності, побудований на применшенні якої-небудь ознаки предмета; заміна будь-якого виразу іншим, рівнозначним, але у формі заперечення, наприклад: замість *згоден – не заперечую, з участю – не без участі*.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Мейозис** – стилістична фігура, яка полягає в навмисному зменшенні міри чи властивості чого-небудь: *нічого собі замість добре*.

(Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. К. : Вища школа, 1985. 360 с.)

**Метафора** – «(гр. *μεταφορά*, букв. – переміщення, віддалення) – вид тропа, що побудований на основі вживання сів або виразів у переносному значенні за подібністю, аналогією тощо і служить одним із засобів посилення образності й виразності мови. Наприклад: *...І небо невмите, і заспані хвилі* (Т. Шевченко)» [Ганич. – С. 125].

«...тип семантичних змін та полісемії, який полягає в утворенні нового значення на основі подібності за формою, ... внутрішньою ознакою, характерною рисою чи функцією» [Левицький. – АМВЛС. – С. 30].

«...троп, побудований на вживанні слів у переносному значенні на основі подібності за кольором, формою призначенням. Наприклад, *вушко голки, язик полум'я* ... – так звані стерті метафори, які вже не є засобом створення образності, а джерелом виникнення нових лексичних значень, тобто одним із чинників розвитку багатозначності. Є метафори теж загальнонародні, але такі, що не втратили своєї образності, емоційності: *голубе, лебідонько, пташечко, соколе*. Вони є надбанням народнопоетичного мовлення. ...Випадки нової, оригінальної метафоризації: так звані індивідуальні авторські метафори: *«Полохливий заєць, причаївшись під кущем, пригина вуха, витріща очі й немов порина ввесь у море лісових звуків»* (М. Коцюбинський)» [Пономарів. – С. 43–44].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Метонімія** – «(гр. *μετωνομία* – перейменування) – вид тропа, суть якого полягає в перенесенні назви одного предмета на інший на основі внутрішніх чи зовнішніх зв'язків між цими предметами (назва матеріалу вживається як назва речі, назва предмета замість називання того, що в ній уміщується; властивість замість носія її, прізвище автора замість його творів, назва країни замість народу, що там проживає; назва знаряддя дії замість самої дії, назва предмета іноді разом з ознакою замість часу його вияву тощо). Наприклад: ...*відвага мед п'є...*» [Ганич. – С. 127].

«...тип семантичних змін та полісемії, який полягає в перенесенні найменувань на основі відношення між предметами. Серед лексичних метонімії відрізняють перенесення з частини на ціле... і, навпаки, перенесення з назви приміщення на осіб у ньому..., з імені творця на його виріб» [Левицький. – АМВЛС. – С. 30].

«...троп, побудований на перенесенні значення за суміжністю, тобто на основі тісного внутрішнього чи зовнішнього зв'язку між зіставлюваними поняттями. Зв'язок цей може бути між автором і його твором (*читати Шевченка*); між дією і знаряддям дії (*усе пішло під ніж*); між посудиною і вмістом (*хоч відро випий*); між предметом і матеріалом (*ходить в золоті та діамантах*); між місцевістю і людьми, які в ній перебувають (*місто спить*)» [Пономарів. – С. 44].

«...метонімічні перенесення найменувань з'являються внаслідок асоціації за просторовою, часовою чи логічною суміжністю, тобто за безпосередньою близькістю, тісним внутрішнім і зовнішнім зв'язком предметів і явищ» [СУМ П і Ф. – С. 35].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Міжмовні омоніми** – «слова двох мов, які мають однакову форму, але різняться значенням. Наприклад, укр. *луна* “відгомін, відлуння” – рос. *луна* “місяць”, укр. *булка* “хліб із білого пшеничного борошна” – болг. *булка* “молода, наречена”, укр. *диван* “рід великих меблів для лежання і сидіння” – польськ. *dywan* “килим”, укр. *геніальний* “винятково талановитий” – англ. *genial* “добрий, сердечний, веселий”» [Кочерган. – ОЗМ. – С. 324].

«Лексичні міжмовні омоніми (їх іще часто називають «фальшивими друзями перекладача») – це однакові за звучанням, але відмінні (або частково відмінні) за лексичним значенням та вживанням слова двох мов.

Розходження в семантиці міжмовних омонімів (або паронімів) мають різний характер. У сфері українсько-польської міжмовної омонімії та паронімії можна виділити кілька семантичних типів таких пар слів:

- 1) слова, які повністю розходяться за своїм значенням (або за всіма значеннями, якщо слово полісемічне), напр., укр. *чашка* (1. Посудина...; кількість рідини, яку вона вміщує... 2. *бот.* Віночок квітки такої форми... 3. *анат.* Надколінна кістка... 4. *спец.* Частина приладу або пристрою...) – пол. *czaszka* (1. Скелет голови хребетних тварин та людини... 2. Голова, верхня частина голови...);
- 2) слова, які розрізняються лише окремими лексичними значеннями (якщо хоча б одне слово пари полісемічне), напр., укр. *сепарація* (1. *тех.* Відокремлення однієї речовини від іншої... 2. *політ.* Відособлення, відокремлення від певної держави частини території, заселеної національною меншістю...) – пол. *separacja* (1. *юр.* Окреме проживання подружжя під час періоду, що переважно передуює розлученню, коли ні чоловік, ні дружина не можуть укласти новий шлюб... 2. *книжн., перен.* Відокремлення, ізоляція... 3. = сепарація 1... 4. = сепарація 2.);
- 3) слова, які входять до одних лексико-семантичних або тематичних груп, але позначають різні предмети чи явища, напр., укр. *мотиль* (яскраво-червона личинка комара-дзвонарика, що є цінним кормом для риб) – пол. *motyl* (1. Метелик... 2. Краватка, яка формою нагадує метелика...);
- 4) слова, що розходяться передусім за стилістичними характеристиками, пор.: укр. *гу́ба* (нейтр.) – пол. *gęba* (розм.)» [Кононенко. – С. 6].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Мова літературна** – «унормована, стандартна, правильна (з погляду усталених кодифікованих норм) форма національної

мови, що обслуговує культурно-освітні потреби національної лінгвокультурної спільноти, виконує консолідуючу функцію шляхом використання у сферах державного управління, засобів масової інформації, науки, культури та літератури. М. л. протиставляється діалектам, жаргонам, просторіччю; має усну та писемну форми; у її межах існують функціональні стилі» [Бацевич. – С. 110].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Нейтральна лексика (міжстильова лексика), стилістично нейтральна лексика** – «загальноновживана лексика, яка не пов'язана з певними функціональними різновидами (стилями) мови і не має експресивного забарвлення» [Нечитайло. – УМЕ. – С. 375].

«Загальноновживані слова, що називають звичні, поширені поняття, предмети, ознаки, дії тощо і не мають зв'язку з певним стилем чи сферою вживання, а також не позначені експресивним забарвленням, напр.: нейтральним словам *йти, зрозуміти, стілець* протиставляються стилістично виразні *плентатись, второпати, дзиглик*» [Єрмоленко. – УМ. – С. 104, 175].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Неологізм** – «(від гр. *νέος* – новий і *λόγος* – слово, поняття) – «слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюється мовцями (загальнономовні Н.) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські..., оказіоналізми)» [Тараненко. – УМЕ. – С. 377].

Слова або мовний зворот, створений «для позначення нового предмета чи поняття. З'являючись у мові, кожне слово спочатку є Н., згодом воно набуває широкого вжитку, входить до активного словникового складу. Розрізняють **загальнономовні** (загальноновживані) та **індивідуальні** (авторські) Н. До перших належать, напр.: *...етнодержавознавство...* Індивідуальні Н. мають конкретне авторство. Так, з іменем П. Тичини пов'язані

поетичні новотвори *яблуновоцвітно, історики, грохнути*, у поезії М. Рильського зафіксовано Н. *буйнокрилий, веселокрилий, розкрилювати, ясновидь*)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 105].

«...загальнономовні неологізми можна поділити на: 1) **лексичні Н.** – нові слова, утворені за наявними в мові моделями, або запозичені з інших мов, або семантичні кальки: *шоу, піар, спічрайтер., блютуз, органайзер...*; 2) **семантичні Н.** – відомі в мові слова, що на сучасному етапі функціонують з новим значенням, вони виникають з появою нових значень у раніше вживаних словах: *...дерев'яні* (неконвертовані гроші), *...перегони* (виборча кампанія)» [СУЛМ ЛФп. – С. 118]. Інші приклади: *фортунатка* (жінка під покровом фортуни), *фанероспівачка, суржиконосиця, натякальченко, неповерненець* (емігрант), *офшорник, наметянин* (житель наметового містечка), *чужорай* та ін.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Норма (мовна норма)** – «сукупність мовних засобів, що відповідають системі мови й сприймаються її носіями як зразок сусп. спілкування і певний період розвитку мови і суспільства. Н. м. – гол. категорія культури мови, а також важливе поняття заг. теорії мови» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 387].

«...сукупність найбільш стійких традиційних реалізацій мовної системи, відібраних і закріплених у процесі суспільної комунікації. Норми характерні не тільки літературній мові. Вони властиві й іншим формам існування мови (наприклад, діалектам)» [СКМ. – С. 43].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Однозначні (моносемічні) слова** – слова, що співвідносяться «лише з одним предметом думки» [Ганич. – С. 162].

Слова, що мають «одне лексичне значення, стійко закріплене за їхнім звуковим комплексом... Ці слова мають чітко виражену предметну співвіднесеність, одне стійке значення (представлені одним ЛСВ). Семантичні межі таких слів цілком визначені» [СУЛМ ЛФп. – С. 47].

«Звичайно, кожне слово в час свого виникнення було однозначним, і поява його викликана потребою дати назву якомусь одному предмету, одному явищу чи одному класові їх. Якщо слово в процесі розвитку лексичної системи не використовувалося для позначення іншого предмета або явища іншого класу, то воно й збереглося в мові як однозначне. До однозначних слів належать назви деяких рослин (*вільха, ліщина.., осока...*), тварин, риб, птиць (*...судак, сазан...*), речей (*олівець...*), а також числівники (*п'ять, двадцять*) та ін. До однозначних слів тяжіють термінологічні назви, тобто слова, що служать для точного вираження спеціальних понять у галузі науки, політики, мистецтва, культури. Сама природа терміна як лексичної одиниці вимагає однозначності, і ця семантична особливість великої кількості термінів нашої мови безсумнівна: *суфікс, префікс, ямб, дактиль...*» [СУМ П і Ф. – С. 37].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Однозначність (моносемія)** – «наявність у слова тільки одного значення. Однозначними в більшості є терміни, номенклатурні назви» [Ганич. – С. 162].

«...здатність слова мати одне лексичне значення» [СУЛМ ЛФп. – С. 47]. Напр.: *аланін* – ациклічна амінокислота, дуже поширена в живій природі.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Оказіоналізм, індивідуально-авторський, авторський, стилістичний неологізм** – «(від лат. *occasionalis* – випадковий) – незвичне, здебільшого експресивно забарвлене слово, утворене з порушенням законів словотворення чи норми мовної й існує лише в певному контексті, в якому воно виникло. О. зіставляються зі словами узуальними, від неологізмів відрізняються тим, що зберігають свою новизну незалежно від реального часу їх утворення: «*У кутку на гнилій соломі захльобисто хрп суверенів помічник, він же підсуверен, Оверко Блиськп'ята*» (Остап Вишня)» [Пустовіт. – УМЕ. – С. 400].

Оказіоналізми «утворюються за наявними в мові моделями, але не використовуються в загальноживаному словнику. О. мають індивідуальний характер, вживаються тільки в умовах певного контексту, який дає змогу розкрити їхнє значення. Напр.: *Я не люблю, як на мене кричать. Я змалку закричаний* (В. Близнець)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 113].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Оксиморон (оксюморон)** – «(гр. *ὀξύμωρον, ὀξύς* – гострий, колючий і *μωρός* – дурний, безглуздий) – фігура мови, що полягає в навмисному поєднанні слів з протилежними або просто взаємовиключними значеннями для вираження нового цілісного поняття або окремого явища, в оригінальній формі привертаючи увагу до його суперечливої природи. В основі О. часто лежить поєднання двох антонімів: *гірка радість, красномовна мовчанка, знайомий незнайомиць, неінтелігентні інтелігенти* (Ю. Мушкетик)» [Тараненко. – УМЕ. – С. 400–401].

«...стилістична (риторична) фігура – поєднання протилежних за змістом, контрастних понять, що зумовлює виникнення нового уявлення, викликає експресивний ефект: *лунка тиша, сталева ніжність, гарячий сніг; Ви чуєте, Як всюди дзвонить тиша, Як без Тичини тиша громом вибухає* (І. Драч)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 114]. Інший прилад: *Я вільна й в неволі. Ти навіть на волі невірний. Що буде зі мною? Невже ти мене приручив?* (О. Слоньовська).

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Омографи (графічні омоніми)** – «(від гр. *ὁμός* – однаковий і *γράφω* – пишу) – слова, які однаково пишуться, але по-різному вимовляються і мають різне значення: *му́зика* (мистецтво) і *музі́ка* (музикант), *білізна́* (білий колір) і *білізна* (спідній одяг), *обід* (прийняття їжі) і *обід*, (частина колеса)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 114].

«...ряд слів, які відрізняються фонемним складом, але мають однаковий графічний вигляд на письмі, тобто по-різному вимовляються, але однаково пишуться» [Лисиченко. – С. 53].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)



**Омоніми** – «(грец. *ὀμώνυμος* – однойменний...) – слова або їх окремі граматичні форми, а також стійкі словосполучення, морфеми, синтаксичні конструкції, що при однаковому звучанні (або написанні) мають абсолютно різні значення (на відміну від полісемії)» [Тараненко. – УМЕ. – С. 401].

«...слова, що мають однаковий звуковий склад, але відмінні, цілком самостійні за своїм значенням» [СУМ П і Ф. – С. 45].

«...слова або окремі словоформи, тотожні за звуковим складом, але відмінні за значенням, напр.: *кран* («пристрій для перекриття трубопроводу»), *кран* («механізм для підймання вантажів»)» [СУМ Ф. – С. 234]. Див. **кореневі (непохідні) і словотвірні (похідні) омоніми**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Омоніми абсолютні (повні омоніми)** – «омоніми, в яких звуковий склад збігається в усіх граматичних формах. Вони існують лише в межах однієї частини мови. Наприклад: *коса* (заплетене волосся) і *коса* (сільськогосподарське знаряддя)...» [Ганич. – С. 167].

«...омоніми, в яких усі морфеми, що їх утворюють, повністю збігаються за звучанням, маючи абсолютно різне значення» [Ахманова. – С. 287].

Слова, у яких «...цілком ідентичні граматичні значення й способи їх вираження...» [СУМ П і Ф. – С. 48].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Омофони** – «(грец. *ὀμόφωνος* – однозвучний), або фонетичні О., – різні слова (переважно їхні окр. грамат. форми), що збігаються звучанням при відмінності їх фонемного складу і, відповідно, графіч. передачі: лежу (від лежати) і лижу (від лизати), мене (до я) і мине (від минати), біль і білл, а також синтакс. конструкції або слово й конструкція: за шию й зашию, сонце і сон це» [Тараненко. – УМЕ. – С. 403].

«...слова, які однаково звучать, але мають різне написання: *любов* – *Любов*, *незбаром* (прислівник) *не за баром* (іменникова

відмінкова форма) *плету* (дієслово) *плиту* (іменник у знахідному відмінку)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 114].

«...різні відрізки мовлення, що збігаються звучанням при розрізненні морфологічного складу» [Лисиченко. – С. 53].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Омоформи** – «(від гр. *ὀμός* – однаковий і лат. *forma* – форма) – слова різних частин мови, які однаково звучать в окремих граматичних формах: *мило* (прислівник) і *мило* (іменник), *три* (числівник) і *три* (наказовий спосіб дієслова), *мати* (іменник) і *мати* (недоконачний вид дієслова), *посивіла* (дієслово минулого часу жіночого роду) і *посивіла* (дієприкметник)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 115].

«...слова, звуковий склад яких збігається тільки в одній граматичній формі. Як правило, омоформами є лексеми, що належать до різних частин мови, напр.: іменник *мати* ... і дієслово *мати*» [СУМ Ф. – С. 235–236].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Парадокс** (грецьк. *paradoxon* – несподіваний, дивовижний, той, що суперечить здоровому глуздові) – твердження, висловлення, що, на перший погляд, містить у собі внутрішню суперечливість, логічну несполучуваність, тобто одна частина речення ніби заперечує іншу; висловлення, що побудоване зовнішньо як таке, що суперечить здоровому глуздові, неістинний алогізм, але у певній ситуації є істинним: *Найкращий захист – напад; Нове – це добре забуте старе; У хлопчика погана спадковість – батько й мати закінчили університет з червоним дипломом; Маємо те, що маємо; Чим гірше, тим краще; Вона любить обох своїх дітей, але по-різному* та ін. У логіці – міркування, що не належить до ряду істинних чи хибних. Зустрічається парадокс у філософії (названий Емануїлом Кантом антиномією), у математиці та в лінгвістиці (семантичний та синтаксичний парадокси), а також у художній літературі, де вживається як художній засіб, відіграючи відмінну за смисловим навантаженням функцію. Інколи парадокс формулюється у вигляді

афоризму, близького до народного прислів'я: *Тихіше їдеши – далі будеш; каламбурю: Катерина та Дем'ян / посварились за бур'ян, / Катерина Дем'яну / не уступить бур'яну.* Досить поширеним є парадокс у художньому мовленні Богдана-Ігоря Антонича, як художній прийом майстерно використав Іван Нечуй-Левицький (образи баби Параски і баби Палажки).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк: ДонНУ, 2012.)

**Пароніми** – «(від грец. *παρά* – біля і *ὄνομα* – ім'я, назва) – слова, а також фразеол. одиниці й синтакс. конструкції, що при повній або частковій семант. відмінності є дуже подібними формою, внаслідок чого можуть сплутуватись в мовленні або спеціально обіграватися зі стиліст. настановою» [Тараненко. – УМЕ. – С. 425].

«Схожі за формою споріднені та неспоріднені слова, що розрізняються своїм значенням... У вузькому розумінні П. називають спільнокореневі слова однакої морфологічної категорії, значення яких часто сплутуються через близькість звучання. Це зумовлює розгляд П. як категорії культури мови. П. є важливим стилістичним засобом для створення каламбурів, антитез тощо. Вони широко використовуються у поетичній віршованій мові» [Єрмоленко. – УМ. – С. 121].

«...слова, досить близькі за звуковим складом і вимовою, але різні за значенням. Отже, своєрідність паронімів у тому, що вони мають і вимову, і написання подібні, близькі, проте не тотожні, наприклад, *адресат – адресант, афект – ефект...* До паронімічних належать лише ті слова, які характеризуються незначною відмінністю у звуковому складі та вимові й близькі за своєю предметною співвіднесеністю. Семантичні зв'язки між паронімами бувають різні – синонімічні й антонімічні, іноді пароніми можуть просто бути близькими за своїм значенням або принаймні знаходитися в складі однієї тематичної групи лексики, належати до однієї сфери діяльності... За характером семантичних зв'язків паронімічні слова умовно можна поділити на такі групи: а) пароніми синонімічні: *капля – крапля/..;* б) пароніми антонімічні: *прогрес – регрес/..;* в) паронімія з певною семантичною близькістю:

*обмотати – обметати/..;* г) пароніми однієї тематичної групи: *ніготь – кіготь/..»* [СУМ Л і Ф. – С. 58–59].

«...слова, які мають однакову кореневу частину, але відрізняються семантикою. Найчастіше пароніми відрізняються один від одного суфіксами, рідше – закінченнями, ... ще рідше пароніми можуть становити пару «твірне слово» – «похідне слово», а також відрізнятися префіксами, напр.: *абонент, абонемент; адрес, адреса; визначальний, визначний; замір, намір»* [СУМ Ф. – С. 237].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Парономазія** (грецьк. *paronomasia* від грецьк. *παρά* – біля, коло і *ονομαζω* – називаю) (**паронімічна атракція**) – різновид гри слів, фігура мови (стилістична фігура), що полягає в навмисному зближенні далеких за походженням, але близьких за звучанням у контексті паронімів і взагалі співзвучних слів або їхніх форм із певною стилістичною настановою; зіткнення слів, близьких за звучанням, але різних за смислом, у тому самому висловленні: *Любить тваринку, і травинку, і сонце завтрашнього дня* (Ліна Костенко); *Страшніша огненних гесн / Голодна хіть зажерливих гієн* (Борис Олійник). Елементами парономазії можуть бути і слова з різними граматичними характеристиками: *жертви – жертви, степ – стерп – серп, звідки – свідки, свіча – свічадо.*

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк: ДонНУ, 2012.)

**Пасивна лексика** – «1) слова зрозумілі, знайомі мовцю, але не вживані ним у звичному мовному спілкуванні. До П. л. належать здебільшого слова спеціального вжитку, архаїзми, діалектизми, запозичення, неологізми тощо; 2) словниковий запас мови в певний період її розвитку, який має відтінок застарілості або новизни» [Єрмоленко. – УМ. – С. 122].

«...рідковживані слова, які або застаріли (архаїзми, історизми), або ще не закріпилися в мові (неологізми). До пасивної лексики належать також діалектизми, багато запозичених слів» [СКМ. – С. 48].

«...маловживані, але зрозумілі мовцям слова, у яких наявні ознаки застарілості або новизни і які обмежено функціонують у повсякденному спілкуванні» [СУМ Ф. – С. 264].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Пейоратив** – «(лат. *pejor* – гірший) слово з несхвальним значенням або відтінком значення. Напр.: *глушман, брехло, гибіти, мурмотіти* тощо» [МФЕ. – С. 294].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Переносне значення слова (похідне, вторинне, непряме)** – «одне із значень багатозначного слова, що пов'язане з прямим значенням і виникло внаслідок перенесення назви на інший предмет чи явище за подібністю, суміжністю чи функцією. Переносне значення завжди вторинне, похідне, воно протиставляється прямому. П. з. с. мотивоване прямим значенням слова. Напр.: прокидається дитина – *прокидається день*, гострий ніж – *гостре слівце*, залізний дріт – *залізні нерви*, золота обручка – *золоті руки*. Кожне значення слова встановлюється в реченні або у словосполученні» [Єрмоленко. – УМ. – С. 123].

«...похідне, вторинне З., якого набуває слово внаслідок метафоризації чи метонімізації. Перенесення відбувається на ґрунті схожості форми, кольору, характеру тощо» [МФЕ. – С. 148].

«...значення слова, зумовлене появою асоціацій, що поєднують один предмет з іншим» [СУЛМ ЛФп. – С. 36].

Таке значення «...є вторинним, похідним від прямого значення, воно виникає внаслідок перенесення назв одних предметів, явищ, дій, ознак на інші і залежить від зв'язку з іншими словами (контексту), напр.: *миша* («комп'ютерний маніпулятор»)» [СУМ Ф. – С. 209].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Перифраз (перифраза, парафраз, парафраза)** – «(1. У словотворенні – еквівалентне слову аналітичне висловлювання,

що служить для встановлення семантики похідного слова ... (*нафтопереробний* – який переробляє нафту)... 2. У стилістиці – слова, усталені словосполучення (зрідка – речення), що є образно-переносними і описовими найменуваннями предметів, явищ, істот, осіб тощо; один з видів тропів. Напр., *чорне золото* – вугілля, *корабель пустелі* – верблюд» [Регушевський. – УМЕ. – С. 435].

«...описовий зворот мови, або поетична фігура, троп, з допомогою якого передається зміст іншого слова чи виразу, напр.: *цар звірів* – лев, *біле золото* – бавовна... Перифраз – це переносне, описово-образне найменування предметів, і в певних умовах його вживання може виступати контекстуальним синонімом. Наближаючись до розгорнутих метафор або метонімії, перифраз завжди несе в собі якусь оцінку явищ, допомагає яскравості, виразності зображення. Перифрази допомагають також уникнути повторень тих самих слів чи зворотів і цим підвищують стилістичну якість оформлення думки» [СУМ Л і Ф. – С. 88].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Персоніфікація** (лат. *persona* – особа і *facio* – роблю) – троп, що утворюється перенесенням ознак особи на предмети, речі, явища, тваринний і рослинний світ; поетичне олюднення довкілля; приписування неістотам властивостей та ознак істот, уява їх як таких, що діють, мислять, відчувають, розмовляють; вид метафори, що сприяє олюдненню довколишнього світу: *Ой, не крийся, природо, не крийся, / Що ти в тузі за літом, у тузі...* (Павло Тичина). Синонім: **Уособлення**.

**Пестлива лексика** – лексика, що «виражає суб'єктивну позитивну емоційну оцінку, любов, ласку, ніжність, напр.: *братик, зелененький, істочка, татусь*» [СУМ Ф. – С. 274].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Питома лексика** – «споконвічна українська Л.», яка «становить кілька істор. ярусів: а) слова (точніше, корені слів),

що ведуть свій початок від праіндоєвроп. епохи і мають відповідники в ін. індоєвроп. мовах...; б) слова, відомі від праслов'ян. епохи і відсутні в неслов'ян. Мовах...; в) слова, що походять із східнослов'ян. діал. зони, яка існувала від 6 ст. н. е. до становлення окр. східнослов'ян. мов і риси якої частково відбилися в літ.-книжній давньоруській мові...; г) власне укр. слова» [Тараненко. – УМЕ. – С. 273].

«...словниковий фонд, наявний у мові від самого початку її існування й не запозичений із жодної іншої мови. До основного словникового фонду питомої лексики належать назви спорідненості (*батько, мати, брат, сестра*), найважливіших реалій природи (*земля, небо, річка, море...*), основних кольорів (*білий, чорний, червоний...*), займенники, числівники, основні дієслова (*йти, їхати, вести...*)... Більшість питомої лексики української мови – праслов'янського походження... Питомій лексиці протиставляється іншомовна лексика...» [СУЛМ ЛФп. – С. 85–86].

«... лексика, що була успадкована від прамов, або створена на власне українському мовному ґрунті. ... Охоплює групи слів, успадковані від ностратичної й індоєвропейської прамов, західноіндоєвропейської і балто-слов'янської мовних спільностей, праслов'янської мови і східнослов'янської мовної спільності, та власне українську лексику» [СУМ Ф. – С. 240].

«...слова (лексеми), що утворились у певній ідіоетнічній мові в період її формування й історичного розвитку; слова (лексеми) не запозичені» [Бацевич. – С. 99].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Плеоназм** (грецьк. *pleonasmós* – надмірність, перебільшення) – 1) надлишковість виражальних засобів, використовуваних для передачі лексичного чи граматичного змісту висловлення, багатослів'я; стилістична фігура, побудована на повторі слів або афіксів з тотожними або подібними значеннями для підкреслення, уточнення, емоційного виділення певної ознаки; надмірність слів у фразі або тексті з погляду точного відтворення думки. Різновидами плеоназму можуть бути тавтологія, перифраза, лексична надлишковість. Напр.: своя автобіографія, перший дебют,

у грудні місяці, головний пріоритет, перший дебют тощо; помилка мовлення, що полягає у використанні у словосполученні та реченні слів, які виражають той самий або надзвичайно близький смисл: За п'ятнадцять хвилин до смерті він ще був живий; Ось так виглядають бані храму Успенської церкви (з мовлення екскурсовода); Так наше перше знайомство і відбулося. Сприймаються як недостатня освіченість у культурі мовлення. Ширше – слід тлумачити як надлишок монологічного мовлення або діалогічних реплік з повторами тих самих смислів. Низка плеоназмів уже перестали сприйматися як помилка: спуститися вниз, піднятися наверх, оточити зі всіх боків. В інших випадках помилковість поширених плеоназмів рідко усвідомлюється: найбільш оптимальний, потенційні можливості, специфічні особливості, на свої власні очі; 2) зіставлення спільнокореневих слів з емпатичною метою, для посилення виразності: Дуб одиноко стояв в осінній задумі, / Чорніючи на чорній скалі (Анатолій Яна); 3) градація висхідна: І як приступить журба невсипуща / Та до серденька твого, – / Тая росиця цілюща – живуща / Буде жити його (Леся Українка).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк: ДонНУ, 2012.)

**Побутова лексика** – «лексика, до складу якої входять слова, що називають предмети і явища, поширені в побуті всіх груп населення. В укр. мові до П. л. належать назви житла, меблів, господарських предметів, ...одягу і взуття, ...їжі й напоїв, ...посуду та кухонного начиння, ...свійських тварин і птахів, ...знарядь праці, ...трудових процесів і дій, ...назви звичаїв, обрядів, ігор, розваг» [Нечитайло. – УМЕ. – С. 456].

«Лексика, що поєднує назви предметів, явищ із різних галузей побуту, господарства (одяг, звичаї, їжа і под.). П. л. здебільшого входить до складу загальноновживаної лексики (*сорочка, черевики, хустка, світлиця, віконниці, борщ, узвар, ополоник, вечорниці, схованки*). У складі П. л. помітне місце належить архаїчній та діалектній лексиці (*свита, каганець, ослін, піл, лудиння, кептар, черес, табівка* тощо)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 130].

«Слова, що означають реалії (предмети, явища, події) щоденного побуту. Це назви одягу і взуття (*костюм, пальто, туфлі,*

чоботи), назви помешкання, його обладнання, різних господарських предметів (*кімната, вітальня, ліжко, плита, подушка*), назви їжі, напоїв (*бориц, вареники, узвар*) та ін. У своїй більшості специфічно-побутова лексика належить до загальноживаної. Проте в її складі значне місце займають просторічні слова і лексичні діалектизми» [СКМ. – С. 49].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Побутовизми** – «лексична підгрупа», яка ілюструє «побутову культуру народу., напр. *кабиця* – 1) пічка в землі (в сінях або у дворі) для приготування їжі, пізніше – відкрита літня кухня (піч) у дворі або в садку; 2) кругла або чотирикутна яма, в якій поміщують гончарну піч; 3) яма, де вміщують казан, під яким розкладають вогнище для варіння, топлення в ньому чого-небудь; 4) на Поліссі – димовідвідний мішечок із сіткою, під якою горів посвіт... Побутовизми тісно пов'язуються з тематичними етнографізмами, що значно розширює коло етнокультурних концептів. Оскільки ці слова позначають етнокультурні реалії, вони здебільшого не піддаються прямому перекладу іншими мовами» [Жайворонок. – УЕ. – С. 31].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Полісемія (багатозначність), полісемантизм** – (від гр. *polysemos* багатозначний, від *πολύς* – численний і *σημα* – знак) – «наявність у семантичній структурі мовної одиниці двох і більше значень, тобто віднесеність її до двох чи більше об'єктів позначення» [Тараненко. – УМЕ. – С. 465].

«...процес та результат регулярного вжитку звукового формату у відмінних використаннях щодо умовної «сітки» норм його вживання. Інтенціонально вона є на цій сітці інтегративним поєднанням нейролінгвістично-генеративної системи семантичних ознак, що передають натяковий мінімум, виражаючи певний інваріант (у вигляді значеннєвого ядра, тобто постійних, часто прототипових ознак) та непостійний нечіткий варіант. Екстенціонально ці ознаки розрізняються сіткою можливих

референтів (за допомогою контексту, різних колокацій та ситуацій)» [Левицький. – АМВЛС. – С. 32].

«Багатозначність пов'язана з тим, що слово є асиметричною одиницею, тобто такою, в якій немає повної симетрії між планом змісту і планом вираження: не кожній одиниці смислу відповідає окрема одиниця мови – слово, інакше кажучи: одно слово може мати кілька пов'язаних між собою значень, тобто бути багатозначним» [Лисиченко. – С. 22].

«Полісемантизм – те саме, що полісемія» [Ахманова. – С. 335].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Полонізм** – «різновид запозичення: слово, його окреме значення, вислів тощо, запозичені з польської мови або утворене за її зразком» [Ткаченко. – УМЕ. – С. 425].

«Вислови, граматичні конструкції, що ввійшли до інших мов з польської мови... В XI–XVIII ст. писемні пам'ятки української мови фіксують такі П.: *вряд (уряд), війт, власний, гроші, державець, злочинець, каштелян, маєтність, мешкати*. З польської мови прийшли в українську також слова *млин, повидло, виделка, ковадло, кишеня, скарга, пильнувати, тлумачити, розмаїтий, смутний* тощо» [Єрмоленко. – УМ. – С. 132].

«До запозичень із польської мови належать такі групи лексики:

- адміністративно-ділова та військова лексика: *війт, урядник, залога, застава, поєдинок*;
- виробничо-професійна лексика: *збруя, ковадло, кушнір, тесля*;
- суспільно-політична лексика: *вельможний, вільність, вітчизна, гріш, дідизна, достаток, місто, міщанин, пан, посполитий*;
- правничі лексика: *оскарження, скарга, страта*;
- побутова лексика: *білизна, гудзик, драбина, кий, кишеня, ліжко, мешкання, млин, панчоха, посаг, підлога, стьоожка, тлумачити, хлопець, шати, шиба, шухляда*;
- назви дій, процесів, станів: *зичити, квапитися, кохати, куштувати, мешкати, оминутти, пильнувати, сподіватися, трапитися, шикувати, прагнення, кпини, лічба*;
- назви якостей: *блакитний, брунатний, кепський, розмаїтий...*» [СУМ Ф. – С. 250].

«...ознаки польських слів: звукосполучення дл, тл та суфікс -изн(а): *ковадло, повидло., тлумачити, білизна, вітчизна, дідизна*» [СУМ Л і Ф. – С. 135].

Полонізм (середньолат. *polonius* – поляк) – слово або мовний зворот, запозичені з польської мови, що належать до досить давніх запозичень, зпоміж яких наявні, зокрема лексичні: хлопець, зичити, квапитися, сподіватися, оминуту, мешкати, міщанин, посполитий, достаток, в'язень, поєдинок, пильнувати, бавитися, блазень, блюзнір, блюзнірський, вирок, прикрий, розмаїтий, шаленство, брунатний, дідизна, ліжко, урядник, материзна, кепський, збруя, підлога, хвороба тощо.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Праслов'янська (спільнослов'янська) лексика** – «слова, відомі від праслов'ян. епохи і відсутні в неслов'ян. мовах: вчора, завтра; неділя, понеділок та ін. дні тижня; березень, квітень та ін.; ...пшениця; ...змія; ...серце, палець; ...великий, широкий, мілкий; червоний, синій; добрий, ...гордий» [Тараненко. – УМЕ. – С. 273].

У лексиконі української мови праслов'янська лексика представлена такими тематичними групами слів:

- «...назви об'єктів і явищ природи, рослин: *долина, іскра, острів, північ, потік, рілля, струмись, буря, вихор, морок, будяк, гриб, лопух, кропива, лобода, малина, печериця, пшениця, сад, сиріжка, трава, ягода*;
- назви тварин, птахів, комах: *ведмідь, змія, кінь, окунь, пес, птах, соловей, жук, комар*;
- назви на позначення частин і органів тіла людини та організму тварин: *білок, більмо, в'язи, гортань, губа, рот, стегно, тіло, чоло, шия, грива*;
- назви спорідненості і свояцтва: *вітчим, мачуха, невістка, онук, плем'я, сват, свояк, чоловік*;
- назви заселень, помешкання та його частин: *вулиця, город, вежа, кошара, кузня, оборя, стайня, вікно, крокви, піч, пліт*;
- назви продуктів харчування: *борошно, каша, кисіль, коровай, лій, масло, пиріг, пиво, сало, сир, сметана, страва, тісто*;

- назви знарядь праці та засобів сполучення: *борона, вила, відро, горно, клин, мило, мітла, молот, невід, ніж, полотно, пряжа, сковорода, швайка, шило, весло*;
- назви основних життєвих процесів: *блукати, боліти, варити, гнити, гоїти, горіти, капати, квоктати, киснути, клепати, лазити, молотити, питати, пустити, цідити, читати*;
- назви якостей: *добрий, гідний, голий, дурний, здоровий, розумний, світлий, сліпий, хитрий*» [СУМ Ф. – С. 242–243].  
(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Приказка** – «стійкий вислів здебільшого фольклорного походження, який образно розкриває певне явище насамперед з погляду його емоційно-експресивної оцінки. П., на відміну від прислів'їв, висловлюють незавершену думку, є частиною судження, що має форму незамкненого кліше. Вони можуть бути реалізовані в мовленні тільки в контексті («*Більше щастя, як розуму*»; «*З чим пішов, з тим і прийшов*»)» [Демський. – УМЕ. – С. 487].

«Близький до прислів'я влучний, афористичний, іноді римований вислів: *Шила в мішку не сховаєш; Темної ночі зорі ясніші; Кінець діло хвалить*. П. не має властивого прислів'ю повчального змісту. Це часто скорочене прислів'я. Напр.: *Яблуко від яблуні (Яблуко від яблуні не далеко падає), Що кого болить (Що кого болить, той про те і говорить)* (Нар. тв.). П. за своєю структурою може співвідноситися і з реченням, і з словосполученням. Напр.: *За наше жито та нас і бито* (речення); *п'яте колесо до воза* (словосполучення)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 137].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Примовка, приповідка** – «здебільшого жартівливий народний вислів усталеної форми; іноді коротка розповідь у вигляді поширеного прислів'я; часто з римами й алітераціями. Серед примовок виділяють: а) формули вітань та прощань, напр.: «*Вітайте, Вітку! Скидайте світку!*»; «*Будьте здорові, майтеся гаразд; що вам забракне, вдайтеся до нас*»; б) формули припрошування,

запрошення до столу, зичення смачного, подяки за частування, запрошення сісти тощо: “*Сідайте, щоб усе добре сідало*”; в) формули побажань, віншувань, тостів: “*На щастя, на здоров’я, на той Новий рік, щоб було ліпше, як торік*”; г) формули прокльонів: “*А три дні би вас дома не було*”; г) узвичасні відповіді на певне питання, прохання та репліки, які супроводжують формули вітань, побажань, припрошувань, напр.: “*– Як живеш? – Живемо, не горюємо, хліба, солі не купуємо*”; д) формули дражніння: “*Братова три дні хату не мела, мого брата ізвела*”; е) словосполучення: “*Балакала, говорила – сім мішків гречаного гаврила*”» [Демський. – УМЕ. – С. 490–491].

«1. Жартівливий, часто римований вислів, яким починається чи завершується казка. 2. Дотепне зауваження, яке вплітається в розповідь чи текст твору. Напр.: *Сідайте, щоб усе добре сідало*. 3. Фраза чи вірш, який розказують під час дитячої гри тощо» [МФЕ. – С. 335].

«Жартівливий, переважно римований вислів, що вплітається в розповідь чи текст твору. Це усталені форми вітання, запрошення (*здоровенькі були; сідайте рядком та поговоримо ладком; чим багаті, тим і раді*); формули побажань (*з роси та з води; здорові будьмо та себе не гудьмо*); каламбурні вислови (*хай буде гречка, аби не суперечка; на городі бузина, а в Києві дядько*); фраза чи віршик, що примовляється під час дитячої гри (*триндиринди, коржі з маком*); римований вислів, яким починається чи завершується казка (*були собі дід та баба; а хто не вірить, хай перевірить; от вам казочка, а мені бубликів в’язочка*); дотепне римоване зауваження (*...яка рибка, така й юшка; і сміх, і гріх*)» [Єрмоленко. – УМ. – С. 139].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Прислів’я** – влучний стійкий образний вислів, часто ритмічний за будовою і повчальний за характером, що у стислій формі узагальнює, типізує різні явища життя, відображаючи світоглядні або моральні уявлення народу, його практичний досвід. П. здебільшого має структуру речення і за своїм функційним виявом наближене до афоризму (народного афоризму): *Щире слово;*

*Добре діло душу й серце обіграло; Обпікся на молоці, то й на воду студить; Не копай під кимсь ями, бо сам у неї впадеш; Вік живи, вік учись; Природу тяжко одмінити; Поганому роду нема встиду; Птицю пізнати по пір’ю, а чоловіка по бесіді; Не кажи гоп, поки не перескочиш; Від солодких слів кислиці не посолодшають; Слово – не полова, язик – не помело; Хто багато обіцяє, той рідко слова дотримує; Не все те золото, що блищить; Яблуко від яблуні не далеко падає; Малі діти – мала біла, великі діти – велика біда* тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Просторічна лексика** – «слова, що вживаються здебільшого у розмовній побутовій мові, а також у художніх творах як стилістичний засіб надання грубуватої, зневажливої характеристики зображуваному: *забрюхатися, опецьок, варнякати, дрихнути, здохлятина, лопуховий, фітюльки, пишк і под.*» [Єрмоленко. – УМ. – С. 142–143].

«...некодифіковані слова, характерні для мовлення малокультурних і малограмотних людей. Ознаками просторіччя є: ненормованість, стилістична недиференційованість, факультативність вживання, відсутність писемної форми, функціональна «монотонність», тобто відсутність розмежування на функціональні стилі, поширеність синонімів-дублетів, напр.: *баба* (жінка), *затопити* (вдарити), *соше* (замість *шоше*), *рахувати* (вважати)» [СУМ Ф. – С. 274–275].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Просторіччя** – 1) один зі структурно-функційних некодифікованих різновидів загальнонародної мови, що, не постаючи обмеженим територіальними або вузькосоціальними рамками, разом з діалектами та жаргонами протистоїть літературній мові, її розмовному стилю; стиль мовлення, що перебуває поза межами літературного мовного стандарту, властивий неосвіченим або малоосвіченим людям, зумовлений використанням множинності просторічних слів і висловів та обмеженістю використання

синтаксичних конструкцій (моделей); різновид некодифікованої (нелітературної) розмовної мови з характерним вживанням перекручених слів, зворотів, граматичних форм тощо з погляду граматичних норм, позначених відтінками зниженості, грубуватості, фамільярності; усна некодифікована форма національної мови, якій властивий наддіалектний характер і загальна зрозумілість для мовців. П. перебуває на межі народнорозмовної мови з літературною як специфічний стилістичний пласт слів, фразеологізмів, форм, об'єднаних прозорим експресивним забарвленням з відтінками зниженості, згрубілості, фамільярності; 2) те саме, що просторічна лексика; згрубіла, знижена лексика, що є складником загальнонародної мови, але використання якої кваліфікується як неприйнятне в етичному вимірі, пор.: *витріщитись, дрихнути, жерти, насобачитись* тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Професіоналізми** (лат. *professio* – офіційно зазначене заняття, фах) – слова й вислови, що властиві мовленню груп осіб, що безпосередньо пов'язані з їхньою професійною діяльністю або типом занять; інколи постають розмовними та неофіційними еквівалентами, заміниками термінів. До П. належать назви знарядь праці, трудових процесів, різних гатунків сировини, специфічні професійні вислови тощо. За межами такого професійного середовища такі слова не завжди зрозумілі або не становлять інтересу, бо нефахівцеві цінною постає назва чогось, а не його опис. Саме тому часто професіоналізми є неофіційними заміниками термінів і вживані для спрощення й наближення спілкування там, де надскладна термінологія, або там, де термінологія ще не усталена чи її немає (як системи кодифікованих назв), наприклад, у мисливстві, рибальстві, у деяких різновидах спорту (*віндсерфінг* тощо): *термойд* (замість *термойдерна реакція*) тощо. Більшість П. є словами загальнонародної мови, ужитими в переносному значенні: *дупло* (у зубі), *удар* (у друкарстві), *підвал, шапка* (у газеті). П. утворювані також шляхом скорочення словосполучень, уживаних у літературній мові: *прогресивка* (прогресивна оплата праці), *літучка* (літуча нарада, тобто швидка),

*телевізійник* (працівник телебачення або студент телеспеціалізації); перенесенням наголосу: *атомний, компас, рапорт, скумбрія* поряд із загальнонародними варіантами *атомний, компас, рапорт*; скороченням термінів (напр., *комп – комп'ютер*).

П. деталізують мовний словник, розширюють його в разі відчутної потреби. Так, фахівці, пов'язані з друкарством, розрізняють цілу низку шрифтів: *антиква* (шрифт із заокругленими контурами), *баскервіль* (шрифт, що відзначається чіткістю малюнка), *діамант* (шрифт, кегль якого дорівнює чотирьом пунктам), *капітель* (шрифт, у якому літери мають обриси заголовних, а розміри малих), *петит* (шрифт, кегль якого дорівнює восьми пунктам), курсив (похилий шрифт для виділення в тексті) тощо. За межами середовища друкарів більшість цих найменувань невідома. Пор. подібне явище в гончарів, які розрізняють такі частини глиняного посуду: *вінця, дно, карнизик, лавочка, пелюстка, плечі, утір* та ін.

Найчастіше П. застосовуються в усному мовленні людей певного фаху. У писемній формі вони вживаються у виданнях, адресованих фахівцям окремих галузей науки та виробництва (*буклети, інструкції* тощо). П. постають поширеним засобом створення гумористичних ситуацій: «*Для качок потрібні тороки, чи, як їх іще називають, «удавки» – коротенькі шкіряні стьожечки з кільцем на кінці – робити петлю. В ту петлю просовується качача голова, петля зашморгується, й качка гордо висить у вас біля пояса. Ясно, що чим більше ви візьмете з собою таких «удавок», тим більше вб'єте качок*» (Остап Вишня).

На відміну від терміна, П. не мають суворого і чіткого наукового тлумачення, не складають цілісної системи, можуть мати експресивне забарвлення. П. конкретні, вони ґрунтовно деталізують і диференціюють ті предмети, дії, якості, процеси, що безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності певної професії.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Пряме (вільне, незв'язане, основне) номінативне значення слова** – «лексичне значення слова, яке безпосередньо вказує на співвіднесеність слова з явищами об'єктивної дійсності



й історично закріпилося у свідомості мовців. Пряме значення становить сутність лексичного, реального змісту слова і здебільшого є для нього первинним» [Ганич. – С. 88]. Напр.: *Довершувати* – доводити що-небудь до кінця; закінчувати.

Основний тип лексичного значення, у якому «відбивається об'єктивна реальність, пізнана дійсність, з його допомогою визначаються й називаються поняття. Саме тому номінативне значення є базою, основою для виникнення, існування й застосування всіх інших значень слова» [СУЛМ Л і Ф. – С. 27].

Воно «...прямо вказує на об'єкт, тобто ... безпосередньо співвіднесене з поняттям або окремими його ознаками. Прямим називають значення слова, найменше зумовлене його сполучуваністю» [СУЛМ ЛФп. – С. 36].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Публіцистичний стиль** – «1) один з функц. стилів літературної мови, призначений для передачі масової інформації (...*Мова преси, Мова телебачення і радіо*); 2) емоційно забарвлена, піднесена мова з ознаками вольової оцінності (у цьому значенні виступає синонімом до понять «ораторський стиль», «риторичний стиль»)» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 501].

«...один із функціональних стилів літературної мови. Сфера використання – громадсько-політична, суспільно-культурна діяльність, освіта. Основне призначення – вирішення суспільно-політичних питань, активний вплив на слухача або читача, спонукання його до діяльності; пропаганда певних думок, переконань, агітація за втілення їх у життя. Основні ознаки: поєднання логічності доказів, точності висловлення з емоційно-експресивною образністю. Основні мовні засоби: суспільно-політична лексика, емоційно забарвлені слова і вирази. Характерне вживання іменних словосполучень, речень з однорідними членами, різних відокремлень, стилістичних фігур і тропів...» [СКМ. – С. 54].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Пуризм** – «(франц. *purisme*, від лат. *purus* «чистий») – крайній вияв турботи про чистоту літературної мови, культуру мови, орієнтація на встановлення суворих правил дотримання літ. норм..., оберігання мови від впливу іншомов. запозичень, очищення її від неліт. явищ (*діалектизмів, просторіччя* тощо)» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 503].

«...Позитивна роль П. виявляється у турботі про збереження самобутності національної мови, стабільність її літературних норм. Негативна роль перебільшеного П. полягає в запровадженні штучних форм, висловів, які відмежовують літературну мову від мовної практики і свідчать про антиісторизм в оцінці розвитку мови. Пуристичні тенденції характерні для періоду складних суспільних подій, коли відбувається процес демократизації мови. Так, у 20-х роках ХХ ст. у створенні української термінології спостерігалися явища П.: пропонували вживати слова *тягунець* замість *магніт*, *хитник* замість *маятник*, *неділка* замість *атом* і под.» [Єрмоленко. – УМ. – С. 145].

«Пуризму властиві такі ознаки: 1) вилучення складних, незрозумілих іншомовних елементів та нововведень, які мають синонімічні відповідники з прозорою семантикою (*консенсус* – *згода*...); 2) несприйняття іншомовних слів, які вже стали нормою й активно використовувані, заміна їх власними новоствореними (*пилосос* – *пилосмок*, *порохотяг*...) або, що характерно для сучасного українського пуризму, залучення лексем, пропонованих до вжитку мовознавцями-пуристами 20-х років і заборонених або суттєво обмежених у використанні в часи радянської мовної політики, т. зв. реабілітація мовних елементів (*карта* – *мапа*...); 3) усунення з ужитку мовних одиниць, тотожних з їх відповідниками у мові, яка була панівною, і залучення власних ресурсів – це протиставлення українського та російського варіантів: *ранимий* – *вразливий*; *співнадати* – *збігатися*; 4) намагання очистити мову від не літературних елементів: територіальних діалектизмів (*білиця* – *білка*...); соціальних діалектизмів, зокрема жаргонізмів, арготизмів (*кинути* – *ошукати*; *табло* – *гроші*); суржикових форм (*міроприємство* – *захід*...)» [Дзісь. – С. 15].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Розмовна (народно-розмовна) лексика** – «слова, що протиставляються стилістично нейтральній та книжній лексиці літературної мови своїм емоційно-експресивним забарвленням і функціонально-стильовим навантаженням» [Єрмоленко. – УМЕ. – С. 522].

«Слова і вирази, що вживаються у сфері невимушеного розмовно-побутового спілкування і своїм емоційно-оцінним, стилістичним забарвленням протиставляються нейтральним лексичним засобам. До Р. л. належать емоційно-експресивні назви осіб (*базікало, лежень, мудрагель, ведмідь*), оцінні назви дій, станів (*плентатися, витрішки продавати, давати хropaка*), ознак, властивостей (*зубатий, язикатий, засмальцьований*) тощо. Р. л. належить до словника літературної мови, тобто відповідає літературній нормі в її стилістичному вияві» [Єрмоленко. – УМ. – С. 149].

«Функціонує в живому розмовному мовленні і характеризується наявністю конотативних сем розмовності, фамільярності, іронічності, зневажливості, пестливості, розмірно-оцінності, лайливості і вульгарності. Розмовна лексика теж є значною мірою унормована, але відрізняється від літературної усним функціонуванням» [СУМ Ф. – С. 273].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Русизм (росізм, росіянізм)** – «різновид запозичення; слово, його окреме значення, вислів, граматична форма тощо, запозичені з російської мови або утворені за її зразком: ...*дівчинушка, ...співставлення, мебель*»... [Іжакевич. – УМЕ. – С. 526].

«...Значну кількість [русизмів] становлять лексеми, засвоєні українською мовою за допомогою калькування. До них належать суспільно-політичні терміни, слова на позначення соціально-економічних явищ, предметів виробництва та інших реалій, а саме: *багатOVERстатник, вантажообіг, виробничник, відмінник, вогнегасник, гучномовець, держплан, колгосп, місяцехід, напівпровідник, радіомовлення*» [СУЛМ П. – С. 178–179].

«Вплив російської мови став помітним, починаючи з XIX ст., і особливо помітився у 20–80-х рр. XX ст. З російської мови

запозичено слова *самовар, ляс, нагідки, мужик, чиновник, начальник, община, артіль, ...рудник, підрядчик, більшовик, меншовик*. Багато слів ...було засвоєно у вигляді кальок: ...*книгосховище, ...висуванець, ...обліковець, п'ятирічка, виконком, ...радгосп, виконроб* та ін.» [Ющук. – С. 203–204].

«Нині українська мова почала звільнятися від росіянізмів, але певна частина їх, яка не мала точних відповідників в українській мові, залишилася, напр., *бетономішалка, бомж, духовка, ...затвор, наручники, ...паровоз, пілосос, сищик, спецназ, угон...*» [СУМ Ф. – С. 262].

Русі зми (росіянізми) – слова російської мови, прямо передані українською графікою за умови наявності власне-українських нормативнокодіфікованих еквівалентів, пор.: слідуєчий – замість наступний; співпадає – замість збігається; приймати участь – замість брати участь тощо; росіянізми часто проникають у душу мови – синтаксис: не дивлячись на дощі (рос. не смотря на дожди) – українською слід незважаючи на дощі / попри дощі; Я рахую закон правильним (рос. Я считаю закон правильным) – замість українського Я вважаю закон правильним.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Семантичні діалектизми (лексико-семантичні діалектизми)** – діалектизми, які «відрізняються від нормативно вживаних у літ. мові слів лише своїм значенням (чудно ‘незручно’, тісний ‘сутужний’...)» [Гриценко. – УМЕ. – С. 136].

«...слова загальнонародної мови, які в місцевих говорах відрізняються значенням і сферою вживання. Таким чином, поза контекстом такі слова звичайно не сприймаються як відхилення від загальнонародної норми... Пор. *верх – димар..., душа – середина кавуна, звичайно найсмачніша* та ін.» [СУЛМ Л і Ф. – С. 189–190].

«...це слова-омоніми до літературних лексем, тобто це лексичні одніці загальнонародної мови, які в місцевих говірках уживаються в іншому значенні: *склеп* ‘крамниця’» [СУЛМ ЛФп. – С. 93].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Семантичні омоніми** – «омоніми, що виникли в результаті розходження значень полісемантичного слова. Із цим способом їх виникнення тісно пов'язане явище конверсії, тобто переходу слів з однієї частини мови в іншу (зокрема, субстантивація, ад'єктивація, перехід повнозначних слів у службові частини мови)» [Лисиченко. С. 59]. Наприклад, *лютий* (прикм., ім.); *печений* і *печений* (дієпр., прикм.); *коло* (ім., прийм.).

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Синекдоха** (грецьк. *synekdochē* – співвіднесення, те, що мається на увазі, від *syn* – разом і *ekdochē* – переймання) – троп; вид переносного значення, що формується на кількісній заміні – заміні назви цілого назвою його частини: однина вживається замість множини, частини замість цілого, видова назва замість родової, пор.: *сто шабель* (сто бійців), *сто багнетів* (сто бійців), *сто голів худоби* (сто тварин), *побілити кімнату* (побілити стіни кімнати), *заклеїти рами* (заклеїти рами вікон). **Лексична синекдоха. Поетична синекдоха.** Різновид метонімії, один із засобів у виразненні поетичного мовлення, що ґрунтується на кількісному зіставленні предметів та явищ, перенесенні значення з цілого на його частину; заміна назви цілого найменуванням якої-небудь його частин, найменування загального назвою часткового або навпаки: (Василь:) *Ей, капелюх, як проїхати до центру села?* (Ярослав Гоян); спосіб утворення переносного значення на основі співвідношення «частина – ціле» або «рід – вид» між позначуваними явищами (напр., *голова* – вся тварина загалом).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Синоніми** – «(від грец. *συνώνυμος* – однойменний) – слова (переважно однієї частини мови) або їхні окремі значення, а також стійкі словосполучення, афікси, словотворчі типи, граматичні форми, зокрема синтаксичні конструкції, що при повній чи частковій формальній відмінності мають тотожні або майже тотожні значення (з можливими відмінностями

в стилістичних та граматичних характеристиках та в сполучуваності)...: «*Все... мучить, гризе і точить душу*» (Н. Кобринська) [Тараненко. – УМЕ. – С. 539].

«Слова, що є назвами одного й того самого поняття, мають спільне основне лексичне значення, але відрізняються значенневими відтінками або емоційно-експресивним забарвленням, сферою стилістичного використання чи можливостями поєднання з іншими словами. Напр.: *завірюха, метелиця, заметіль, пороша* та ін.» [МФЕ. – С. 374].

«Слова, що співвідносяться з тим самим поняттям, мають одне загальне значення, але різняться відтінками лексичного значення, стилістичним забарвленням, сполучуваністю з іншими словами» [Єрмоленко. – УМ. – С. 153].

«Значення синонімів ототожнюється за основним предметно-понятійним ядром і протиставляються за деталями характеристики поняття або іншими семантичними компонентами слова. Цих додаткових відтінків досить, щоб розмежувати лексичне значення, значимість двох слів у мовній системі, але не достатньо для протиставлення двох понять. Так, слова *поганий* і *гидкий* називають одну й ту ж негативну ознаку, отже, ототожнюються за предметно-логічною віднесеністю, але відрізняються мірою виявлення ознаки. *Гидкий* при зіставленні із словом *поганий* виявляє вищий ступінь ознаки. Цей відтінок протиставляє дві лексеми, але не протиставляє понять...» [Лисиченко. – С. 69].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Синонімічний ряд** – «група слів або фразеологізмів, об'єднаних спільним значенням: *ледар* – *лежень*, *ледацюга*, *лінюха*, *дармоїд*, *баглай*, *лайдак*, *нероба*, *ледацю*, *лінюх*, *ні грач* *ні помагач*, *такий побожний*, *що другий день святкує*. Якщо слово багатозначне, то кожне його окреме значення входить у різні С. р.: *великий*, *видатний*, *геніальний поет* і *великий*, *здоровенний камінь*» [Єрмоленко. – УМ. – С. 154].

«Синонімічний ряд становлять слова, пов'язані між собою відношенням градації: кожний наступний член групи виражає більшу міру виявлення певної характеристики, ніж попередній.

Синонімічні ряди утворюють зокрема такі смислові типи синонімів: а) ідеографічні синоніми, що відрізняються різним ступенем вияву ознаки, дії чи властивості: *поганий, гідкий, бридкий, паскудний...*; б) експресивні синоніми, що відрізняються оцінним елементом: *хитрий, лукавий, підступний...* Кожний член синонімічного ряду пов'язаний не тільки з домінантою, а і з суміжними словами, для виявлення точного значення кожного з яких необхідно знати їх послідовність у синонімічній групі. Слова синонімічного ряду менш обмежені у взаємозамінності, ніж в інших типах синонімічних груп. У синонімічному ряду, компоненти якого протиставляються оцінним елементом (який, як відомо, може бути позитивним і негативним), слова можуть розташовуватися в двох напрямках щодо домінанти – у висхідному (позитивне забарвлення) і у спадному (негативне забарвлення). Так, у ряду *обличчя, лице, пика, морда* в центрі домінанта *обличчя*, інші ж слова будуть стояти в порядку градації ліворуч (негативний) і праворуч (позитивний) від нього: *морда* ← *пика* ← *обличчя* → *лице*» [Лисиченко. – С. 85].

«...мінімальна, базова одиниця реалізації відповідного значення відношення між словами і, безперечно, може кваліфікуватися як своєрідна парадигматична єдність у складі лексичної системи мови., напр.: *іти – рухатися – пересуватися – прямувати – простувати – ступати – крокувати – марширувати – брести – тюпати – плентатися – шкандибати – шкутильгати – човгати – чвалати – дріботіти – пливти – сунути*» [СУЛМ П. – С. 146].

«Синонімічні ряди складаються із слів, що мають однакове лексичне значення. Другою обов'язковою умовою для поєднання слів у синонімічні ряди є наявність у них спільних основних граматичних значень, належність їх до однієї лексико-семантичної категорії» [СУМ Л і Ф. – С. 77].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Синонімія** (грецьк. *συνώνυμος, συνώνυμια* – однойменний від *συν* – разом та *οπυτα* – ім'я) – тип семантичних відношень між мовними одиницями (синонімами), суттю якого виступає повний або частковий збіг їхньої семантики і розмежування тими чи іншими

диференційними семами (смисловими, стильовими, стилістичними) (напр.: *мовознавство – лінгвістика, всесвіт – космос*).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Сленг** – «це практично відкрита мовна підсистема ненормативних, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оцінну (звичайно негативну) та ефемістичну функції»; «Мовне середовище усного спілкування великої кількості людей, яке відрізняється від мовної норми»; «...різновид розмовної мови, яка оцінюється суспільством як підкреслено неофіційна («побутова», «фамільярна», «довірлива»). Сленгові властиво запозичувати одиниці арго і жаргонів, метафорично переосмислюючи і розширюючи їх значення... Напр.: *голова – байда, балабас, дах, диня, казан, казанок, кабіна, качан, маклабан*» [Ставицька. – С. 40–42, 415].

Лексика, що «...відбиває грубувато-фамільярне, інколи гумористичне ставлення до об'єкта мовлення і вживається переважно в умовах невимушеного спілкування. Наприклад, із молодіжного сленгу такі слова: *фуцан (шанований молодий чоловік), гуру (знаюча людина), крутелік («новий українець»), брамкар (охоронець, що стоїть на дверях, портьє)*» [СКМ. – С. 60–61].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Слова-паразити** (фран. *parasites* від грецьк. *parasitos* – нахлібник, дармоїд) – 1) слова або словосполучення, що не мають смислового зв'язку з висловлюваною думкою, не несуть смислового навантаження, але вставляються в мовлення як заповнювачі довільних пауз за тих чи інших утруднень у вираженні думки або як певна погана мовленнєва звичка: (Василь:) *Так, я думаю, що... Так, правильно було вирішено нами з посадкою дерев. Так, багато було посаджено* (Анатолій Яна). Здебільшого – це вставні слова, функційно не навантажені, вживання слів-паразитів зумовлене недостатнім знанням мови і труднощами вибору потрібних слів, мовець не наважується або не може цілком чітко й виразно сформулювати думку. Здебільшого С.-п. виступають показником

низької культури мовлення. В окремих мовців С.-п. індивідуальні, до таких належать елементи типу *от, значить, ну, приміром* і под. Інколи С.-п. разом з іншими мовними елементами служать засобом створення мовної характеристики персонажа.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк: ДонНУ, 2012.)

**Слово** – «найменша самостійно і вільно відтворювана в мовленні відокремлено оформлена значеннева одиниця мови, яка співвідноситься з пізнанням і вицленуванням окремим елементом дійсності (предметом, явищем, ознакою, процесом, відношенням та ін.) і основною функцією якої є позначення, знакова репрезентація цього елемента – його називання, вказування на нього або його вираження» [Тараненко. – УМЕ. – С. 565].

«Мінімальна змістова одиниця мови, що вільно відтворюється в мові і служить для побудови висловлювань (речень). Єдність звукової, морфемної будови і значення (лексичного та граматичного) робить слово цілісною одиницею, що виражає поняття про предмети, явища, процеси, їхні ознаки, зв'язки та відношення між ними, а також називає конкретні предмети, явища, процеси та їхні ознаки. Результати пізнавальної діяльності людини, тобто виникнення понять, уявлень, неможливі без слів і закріплюються в них. Слова належать до певних частин мови, різняться своїм лексичним значенням, фонетичною, морфемною будовою, словотвірними зв'язками, синтаксичною функцією в реченні та іншими властивостями» [Єрмоленко. – УМ. – С. 166].

«Основна структурно-семантична одиниця мови, яка співвідноситься з предметами, процесами, явищами дійсності, їхніми ознаками та відношеннями між ними, вільно відтворюється у мовленні й служить для побудови висловлень» [Кочерган. – ОЗМ. – С. 379].

«...основна функціонально-семантична одиниця мови, яка виконує номінативну функцію, вільно відтворюється в мовленні й комунікації і служить для побудови повідомлень (висловлень). С. – це єдність звукової, морфемної будови, а також лексичного та граматичного значень; цілісна одиниця, що виражає поняття про предмети, явища, процеси та їхні ознаки. Характерні

ознаки С. – цілісноформленість і відтворюваність. Результати пізнавальної діяльності людини і спілкування неможливі без слів і закріплюються в них. З позицій міжкультурної комунікації слова можуть бути інтернаціональними та ідіоетнічно неповторними» [Бацевич. – С. 158].

«...найменший, відносно самостійний носій значення, що кодифікується в лексиконі та графічно відокремлюється прогалинами. За фонетико-фонологічними показниками слово є найменшим звуковим сегментом, що теоретично відділяється від інших на основі та за допомогою певних фонетичних ознак; за морфологічними показниками воно характеризується тією чи іншою парадигмою флексій, а синтаксично є найменшою рухомою та незамінною основною мовною одиницею» [Левицький. – АМВЛС. – С. 34].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Спільносхіднослов'янська (східнослов'янська) лексика** – «...слова, що походять із східнослов'ян. діал. зони, яка існувала від 6 ст. н. е. до становлення окр. східнослов'ян. мов і риси якої частково відбилися в літ.-книжній давньоруській мові...» [Тараненко. – УМЕ. – С. 273].

«...слова, які виникли на основі праслов'янського лексичного матеріалу в період виділення східнослов'янських діалектів із слов'янської мовної єдності й утворення давньоруської мови, спільної для всіх східних слов'ян...» [СУМ Л і Ф. – С. 111].

«Виокремлюють такі тематичні групи східнослов'янізмів:

- назви об'єктів і явищ природи, рослин: *крига, кряж, метелиця, гречка, груздь, ... молочай, осока, смородина, хвоц, щавель*;
- назви тварин, птахів, комах: *білка, кажан, кішка, собака, селезень, жайворонок, снігур*;
- назви на позначення частин і органів тіла людини та організму тварин: *тулуб, щока*;
- назви спорідненості і свояцтва: *батько, дядько, падчерка, племінник*;
- назви заселень, помешкання та його частин: *горниця, пекарня, поміст*;

- сільськогосподарські назви: *озимина, сіножать, урожай, цілина, ярина*;
- назви продуктів харчування: *корж, пряник, солод, харч, яловичина*;
- назви знарядь праці та засобів сполучення: *віжки, коромисло, кочерга, мішок, рядно*;
- назви професій, людей за певними особливостями: *кожум'яка, мельник, пивовар, брехун, п'яниця, селянин*;
- назви дій і процесів: *балувати, виляти, колупати, кочувати, мітити, рокотати, соловіти, чахнути, черкати, шиниряти*;
- назви абстрактних понять: *велич, довір'я, журба, суть*;
- назви якостей: *верткий, дешевий, курносий, куций, сизий, хороший*;
- числівники: *дев'яносто, півтора, сорок*;
- прислівники: *зовсім, ненароком, поки, поневолі, сьогодні, сяк-так, тепер*.

Слова цих тематичних груп спільні тільки для української, російської та білоруської мов» [СУМ Ф. – С. 243–244].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Старослов'янізми (церковнослов'янізми)** – «лексичні, фонетичні, фразеологічні запозичення зі старослов'янської мови» [Русаніський. – УМЕ. – С. 591].

«...це слова, запозичені із старослов'янської (староболгарської) мови із запровадженням 988 року християнства у Київській Русі й поширенням рукописних книг для церковних потреб... Виокремлюють дві групи запозичень зі старослов'янської мови: 1) стилістично нейтральні...: *безодня, боязнь, вождь, вчитель, єдиний, ...мудрість...*; 2) стилістично забарвлені слова (церковнослов'янізми): *благий, блаженний, воздвигнути, ...елей, предтеча*. Старослов'янське походження слів виділяють за такими мовними ознаками:

а) фонетичними:

- неповноголосні звукосполучення [ра], [ла], [ре] на місці спільнослов'янських [оро], [оло], [ере]: *вражий – ворожий, врата – ворота, град – город, прах – порох, глава – голова, глас – голос, злато – золото, древо – дерево*;

- звукосполучення [ра] на початку слова: *раб*;
  - звукосполучення [жд] замість українських [ж], [дж]: *вождь, нужда, страждати*;
  - ... [є] на початку слів замість спільнослов'янського [о]: *єдиний, єднати, єдність, елей*;
- б) словотвірними:
- суфікси -знь-, -ств(о), -ин(я) в абстрактних назвах: *боязнь, приязнь, блудство, братств, рабство, гординя, святиня*; суфікси -тель, -тв(а), -тай: *осквернитель, служитель, спаситель, учитель, хреститель, цілитель, битва, молитва, глашатай, ратай*;
  - суфікси -ящ-, -ущ-, -м(ий) у дієприкметниках і прикметниках: *роботящий, трудящий, всевидящий, живуций, імуций, минуций, відомий, незнаємый, немислимий, невмолимий, припустимий, терпимий*;
  - префікси воз- (вос-), пре-, пред-, со-: *воздвигнути, вознести, воскреснути, премудрий, предтеча, пред'явити, соратник*;
  - компоненти складних слів благо-, бого-, добро-, зло-, град-: *...благодать, Богородиця, богоугодний, добродушний, добродесний, злочин, вертоград*;
- в) семантичними. Ці мовні особливості полягають у належності слів до церковно-релігійної лексики: *...воскресити, пророк, святий, спокуса, страсть, суета, твердь, творець, церква, чудеса*;
- г) стилістичними. Вони властиві тільки стилістично забарвленим старослов'янізмам: *благословенний, окаянний, осквернитель, гординя, преподобний*» [СУМ Ф. – С. 226].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Стилістичні архаїзми** – «застарілі слова, які вийшли з ужитку внаслідок витіснення їх синонімами. Наприклад, *аероплан* ← *літак*, *алярмувати* ← *панікувати*, *...бровар* ← *пивовар*, *...рамено* ← *плече*, *ректи* ← *говорити...*» [СУМ Ф. – С. 265].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Стилістичні синоніми** – синоніми, які «диференціюються за належністю до різних стилів (нейтральний, розм., книжний, офіц.-діловий та ін.), емоц.-оцінними та експресив. характеристиками, часовою або тер. віднесеністю: батьки, батько-мати (розм.), отець-ненька (фолькл.), батьківщина, вітчизна (в урочистій або поет. мові); бажано, хотілося б (більш ввічливо)» [Тараненко. – УМЕ. – С. 540].

«...Стилістичні синоніми в свою чергу можна розподілити на дві підгрупи: а) синоніми, в яких з нейтральним словом синонімізуються позитивно чи негативно забарвлені емоційні слова: *обличчя, лице, вид, пика, писок*; б) усі синоніми одного ряду емоційно забарвлені, вони протиставляються один одному тільки мірою і особливостями емоційності: *хвилюватися, тривожитися, непокоїтися, трепетати*» [СУМ Л і Ф. – С. 70].

«...слова, інтенціонали яких мають спільну когнітивну сему і відмінні прагматичні семи. Напр., слова *очі – балухи* означають те саме поняття, однак для слова *балухи* характерна прагматична (конотативна) сема зниженості, згрублості, вульгарності; *перемога – звитяга, покривало – габа*» [СУМ Ф. – С. 226].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Стилі** (лат. *stilus* від грецьк. *stylos* – загострена паличка для письма) **функційні** (прикм. від ім. *функція*) – різновиди національної літературної мови, що історично сформувалися та усталилися в певному мовному співтоваристві, що постають відносно закритими системами мовних засобів і які регулярно функціонують у різних сферах суспільної діяльності. У сучасній українській мові традиційно виділяють: **офіційно-діловий, публіцистичний, науковий, художньо-белетристичний, розмовний функційні стилі**, інколи доповнюючи їх **епістолярним, конфесійним** стилями. Набуває поширення й розмежування усних і писемних стилів. Стиль мови функційний – різновид мови, у якому мовний код виступає в певній соціально значущій сфері суспільно-мовленневої практики людей і особливостями якої зумовлена специфіка спілкування в цій сфері.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Суржик** – мовлення, у якому штучно об'єднані без дотримання літературних норм елементи різних мов (пор., наприклад, біл. *трясянка* і под.); мішана форма українсько-російського мовлення як результат двомовності і взаємної інтерференції. Показник низького рівня культури мовлення особи; мовний покруч, мішанина двох мов. Суржик в українській мові постав як наслідок тривалого проведення політики русифікації. Інколи таке мовлення нагадує мовленнєвий потік, за яким важко встановити домінування українського чи російського компонента, пор.: ненормативно: *Я рахую, що, не дивлячись на погодні умови, наша команда готова прийняти участь у цих відповідальних змаганнях* і нормативно: *Я вважаю, що попри погодні умови наша команда готова взяти участь у цих відповідальних змаганнях*. Якщо тиск російськомовного середовища буде активізовано, це зумовить масовий вияв інтерференції.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Тавтологія** (грецьк. *tautologia* від *tauto* – те саме і *logos* – слово) – 1) стилістична фігура, що твориться повторенням подібних за змістом і звучанням слів: долом-долиною, рано-пораненьку; неусвідомлений, мимовільний або, навпаки, навмисний повтор у межах словосполучення, речення того самого чи спільнокореневих слів, різнокореневих слів з тотожним, аналогічним або подібним значенням; фігура думки, що полягає у свідомому дотриманні правил повтору. **Інфінітив тавтологічний** (*знати не знаю; розповідати не розповідаю*). Т. як невиправдане повторення є стилістичною помилкою: *перший дебют*; повтор у невеликій мовленнєвій структурі того самого слова, фрази, спільнокореневих або близьких за смислом слів. Часто це сприймається як мовленнєва помилка, недостатнє володіння культурою мовлення: *Характерна риса його характеру; Організація працює організовано*. До Т. належать будь-які мовленнєві фігури, що ґрунтуються на повторі: *анафора, повтор простий* та ін. У художньому, народно-поетичному мовленні тавтологія спрямована на увиразнення висловленого, посилення його емоційності, вияв ритмічності мови: *Сила-силенна війська кинулась на половці*

(Семен Скляренко); 2) змістове дублювання – вираження тієї самої думки різними значущими словами; непотрібний повтор уже раніше висловленого, змістова надлишковість: *Кажі нам всю правду, та тільки дивись не обманюй!* На відміну від плеоназму (пор.: **Плеоназм**), Т. завжди належить до сфери мовлення (узусу), вона не належить до системи та мовної норми. У науковому та офіційно-діловому стилях Т. є ненормативною (пор. *присудок з додатком пов'язані синтаксичним зв'язком*).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Термін** – «(лат. *terminus* – рубіж, межа) – слово або словосполучення, що позначає поняття певної галузі науки, техніки тощо. Основними ознаками Т. є: системність; наявність дефініції; тенденція до однозначності в межах свого термінологічного поля...; стилістична нейтральність; точність семантики, висока інформативність» [Симоненко. – УМЕ. – С. 629].

«Слова або словосполучення, що служать найменуванням спеціальних понять якої-небудь галузі знання – науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо. Однією з важливих ознак термінів є їх однозначність у тій системі людських знань чи людської діяльності, в якій вони вживаються. Терміни позбавлені будь-якої образності, емоційно-експресивного забарвлення. Терміни можуть бути загальнонауковими: *гіпотеза, аналіз, функція* – і вузькоспеціальними: *фонема, афікс, омоніми* (лінгвістичні терміни), *оксид, хлорид, талій* (хімічні терміни), *склерозії, склеренхіма, поліембріонія* (біологічні терміни). Терміни позначають як абстрактні поняття: *прогрес, діаліз, мутагени*, так і конкретні спеціальні предмети, речовини: *компресор, термістор, колаген*. За структурою терміни можуть бути як одним словом, так і словосполученням: *геометрична послідовність, електромагнітні хвилі, частини мови*. У художньому стилі терміни вживаються зі стилістичною метою» [СКМ. – С. 69].

«...штучно утворені слова або словосполучення, що виражають спеціальні поняття з певних галузей науки, техніки і мистецтва» [СУМ Ф. – С. 366]. Напр.: *ангіна, адажіо, консонантизм*.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Термінологія** – «(від лат. *terminus* – межа, кордон і *logos* – вчення) – 1) система термінів певної галузі науки, виробництва, мистецтва, політики тощо. Т. *виробничо-технічна, Т. філософська, Т. балетна, Т. хімічна*; 2) розділ лексикології, який вивчає терміни» [Єрмоленко. – УМ. – С. 183].

«1. Система термінів певної галузі науки, техніки, мистецтва, життя або сукупність усіх термінів певної мови. 2. Розділ лексикології, що досліджує терміни різних галузей знань. Інша назва – **термінознавство**» [МФЕ. – С. 410].

«Дисципліна, що поєднує елементи лінгвістики з елементами конкретної фахової дисципліни... У широкому розумінні – це, по суті, термінознавство, у вузькому – сукупність термінів певної фахової дисципліни, які, очевидно, на тлі загального мають свою специфіку» [Панько. – УТ. – С. 152]; «сукупність термінів, що входять у певну термінологічну систему» [Панько. – С. 148].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Типи лексичного значення слова** – яскраво виражені зразки, моделі плану змісту слова. У лінгвістиці визначено такі типи ЛЗ: «І. При групуванні Л. з. з різних слів: 1) за особливостями вираження власне семант. Аспекту Л. з., тобто їх предметно-поняттєвою віднесеності: а) повноправні Л. з., що мають як денотативний, так і сигніфікат. аспекти (повнозначні слова – заг. назви) – неповноправні Л. з. (всі ін. типи слів); Л. з. з широкою – вузькою предметно-поняттєвою: чорний... – вороний...; в) Л. з. з автономною – відносною семантикою; останні позначають реляц. поняття, що не замикаються в собі...: половина, край (...села)...; 2) за особливостями співвідношення семант. і прагмат. аспектів: суто номінативні (дитина, підліток, юнак) – номінат.-конотативні Л. з. (молокосос); 3) за особливостями вираження синтакт. аспекту: а) по лінії синтагматики: конструктивно вільні, відносно автономні в синтагмат. Плані Л. з., лекс. сполучуваність яких визначається тільки відповідними предметно-поняттєвими відношеннями (стіл, великий, я, іти) – фразеологічно зв'язані Л. з. (блакитний у значенні «благородний, шляхетний» відоме тільки у фразеол. одиниці блакитна кров); функціонально-синтаксично



обмежені Л. з.: ...Молодець!; б) по лінії парадигматики: відносно автономні в парадигмат. плані Л. з., синтакс. аспект яких виражений порівняно слабо (стіл, хлопець, заздрість) – стилістино-синонімічні Л. з., розуміння (а не рідко й творення) яких характеризується односпрямованою залежністю від відповідних опорних для них нейтр. синонімів (пор. малий – малюсінський, крихітний, мікроскопічний), і співвідносні Л. з., наявність яких у мові характеризується взаємною зумовленістю (великий – малий; весна – осінь – літо – зима); П. При групуванні Л. з. з одного слова...: вихідне і похідне (первинне і вторинне), основне і периферійне, пряме і переносне Л. з.» [Тараненко. – УМЕ. – С. 286].

Провідні лінгвісти по-різному типізували ЛЗ: «...пряме номінативне і похідне (переносне, другорядне)...; фразеологічно зв'язане і вільне (В. Виноградов)...; оказіональне і узуальне (Г. Пауль)...; актуальне (варіантне, залежне від контексту, таке, що реалізується в контексті) і віртуальне (загальне, інваріантне, позаконтекстне)...; денотативне, сигніфікативне, конотативне, синтаксичне» [Левицький. – С. – С. 82].

«На основі номінативної, експресивної функції та вживання слова розрізняються прямі та переносні, прямі та похідні, вільні та контекстно пов'язані, нейтральні та стилістично марковані значення (В. Виноградов, Г. Пауль)» [Левицький. – АМВЛС. – С. 28].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Троп** (грецьк. *trópos* – зворот) – мовностилістичний зворот, що полягає у вживанні слова або вислову в непрямому, переносному значенні для досягнення відповідного виражально-зображального ефекту: образності, виразності, естетичності мови; переносне вживання слів лінгвістичною прагматикою, теорією діалогу тощо; слово або вираз, уживані в переносному смислі для досягнення виразності мовлення. Найпоширенішими видами тропів виступають: алегорія, алітерація, алогізм, антомазія, асонанс, гіпербола, глоса, епітет, іронія, літота, метафора, метонімія, синекдоха, персоніфікація, перифраза, порівняння тощо.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Тюркізми** – «різновид запозичення; слово, його окр. значення, вислів тощо, запозичені з тюрк. мов або через їхнє посередництво з деяких ін. мов (переважно з араб. та перської) чи утворені за їх зразками. В укр. мові налічується бл. 4000 Т. (без урахування власних назв). Понад половина з них – загальноновживані: ... килим, кишмиш, ... штани, карий тощо. Решта – історизми (...бунчук, джура, ... осавул, сагайдак, ясир та ін.), діалектизми (...бичак «ніж»...) або вживаються у ролі екзотизмів для опису власне тюрк. побуту (гарем, ...султан, хан)» [Гаркавець. – УМЕ. – С. 641].

«...з історико-етимологічного погляду в тюркських словах можна виділити афікси -ак, -як (...маяк, судак), -ан (качан, отаман, тапчан), -лик (балик, шашилик, ярлик, а також у географічних назвах – Кагарлик, Ташилик тощо), -ук (борсук, гайдук, каблук), -ун (кавун, табун), -ч(а) (каланча, парча, саранча), а також початкову морфему баш (тюрк. *баш* – голова): *башибузук, башилик, баштан*» [СУМ Л і Ф. – С. 130]. Інші приклади: *тютюн, козак, чумақ, отара, кабан, казан, гарба, лоша, гарбуз, товар*.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Узуальний** – «(від. лат. *usus* – звичай, правило) – такий, що відповідає загальноприйнятій нормі щодо вживання слова, фразеологізму, граматичної форми» [Єрмоленко. – УМ. – С. 188].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Узус** (лат. *usus* – користування, вживання, звичай) – 1) загальноприйняте носіями певної мови вживання слів, словоформ, синтаксичних конструкцій тощо на відміну від їхніх оказіональних (випадкових, індивідуальних) уживань; некодифікована норма; 2) реальне функціонування певної мови; мовленнєва практика певного мовного колективу, частково регульована нормами усного та письмового мовлення. У. охоплює не тільки правильне (нормативне) мовлення, але й можливі відхилення від норми, включаючи просторіччя; 3) звичай, правило.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Українізм** – «слово, окреме його значення, вислів, грама-тична форма тощо, запозичені з української мови іншою мовою. У. є в російській мові – *стерня (жнивье), плугатарь (пахарь)*; ...білорус. *травень (май)*. Найбільше У. у польс. мові, куди вони входили найінтенсивніше в 16–17 ст., і російській, у яку почали проникати з кін. 17 ст...: *горак «гопак», ... галушки, вареники...*» [Ткаченко. – УМЕ. – С. 646].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Уособлення (прозопопея (грецьк. *prosopopeia*))** – троп; різновид метафори, художній прийом перенесення рис істот на неістоти (явища природи, навіть абстрактні поняття): *І далі вписує конторський почерк звиклий / Фігури одиниць, цей частокіл лічби. / Та в караван лаштуються раби, / На списках несучи, як двійки, ікла* (Микола Бажан). У. близьке до уподібнення, але не має розгалужених асоціативних ланок, воно значно вужче за семантичною ємністю, водночас відрізняється від персоніфікації, що полягає в одушевленні навколишнього світу. «Числа» Миколи Бажана, незважаючи на художнє порівняння з людьми, не наділені такою властивістю, а тільки поетично уособлюють людський спосіб життя в різних його виявах. За повного У. предмети набувають цілого комплексу ознак, мисляться як відносно реальне У.: *Обплетений вітрами ранок / шугне, мов циган з води, / і на піску кричить з нестями, / обсмалений і молодий* (Богдан-Ігор Антонич).

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012.)

**Фамільярна лексика** – «(лат. *familiaris* – сімейний, близький) – лексика, властива побутовому мовленню або просторіччю, що має невимушений чи безцеремонний характер. Напр.: *бабусенція, бабера, бабулька*, звертання *друзяко* та ін.» [Єрмоленко. – УМ. – С. 191].

«Лексика, властива розмовному мовленню, що має інтимний, розв'язаний чи занадто невимушений, безцеремонний характер. Наприклад: *братва.., чудило, варнякати, стовбичити*» [Ганич. – С. 319].

Така лексика «...виражає дружні, близькі стосунки або сприймається як розв'язана, безцеремонна, напр.: *блат* (зв'язки), *братва* (товариші, приятелі; спільники одного злочину), *почубити* (побити)» [СУМ Ф. – С. 274].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологізм (фразеологічна одиниця, фразеологічний зворот, фразема)** – «нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов'язаний фраземотворчій взаємодії одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів. Напр., *лебедина пісня* ‘останній вияв таланту’» [Алефіренко. – УМЕ. – С. 708].

Фразеологічна одиниця – «лексично неподільне, стійке у своєму складі, цілісне за значенням сполучення слів, що відтворюється в мові. Як правило, Ф. о. має форму словосполучення. Форму закінченого речення мають такі різновиди Ф. о., як прислів'я, приповідки, приказки» [Єрмоленко. – УМ. – С. 194].

«Фразеологічна одиниця (автоматизована фраза, автоматизований елемент, ідіома, ідіоматизм, ідіоматичний вираз, ідіоматичне словосполучення, ...лексикалізоване словосполучення, зв'язане словосполучення, ...стійкий зворот, стійке словосполучення, фразеограма, фразеологізм, фразеологічний зворот...). Словосполучення, в якому семантична монолітність (цілісність номінації) переважає над структурною роздільністю складових його елементів (виділення ознак предмета підпорядковане його цілісному значенню), унаслідок чого воно функціонує в складі речення як еквівалент одного слова» [Ахманова. – С. 503–504].

«...надслівна, семантично цілісна, відносно стійка (з допущенням варіантності), відтворювана й переважно експресивна одиниця, яка виконує характеризувально-номінативну функцію» [Ужченко. – ФСУМ. – С. 26].

«...лексико-граматична єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові за традицією, автоматично» [СУЛМ Л і Ф. – С. 336].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологізми авторського походження** – «образні вислови з літературних, мистецьких або наукових джерел, влучні вислови видатних митців, громадських діячів, політиків, вживаних у мовленнєвій практиці». [СУЛМ ЛФп. – С. 140]. Напр.: *Маємо те, що маємо* (Л. Кравчук). Див. **крилаті ввслови**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологізми народно-розмовного походження** – стійкі одиниці, «пов'язані з номінаціями суспільних процесів, виробничої діяльності, побуту, родинними стосунками, тваринним світом та іншими базовими поняттями соціуму» [СУЛМ ЛФп. – С. 138–139].

У них відбиті: «1) ...трудові процеси: *варити воду* (з кого-небудь); *з одного тіста*; *орати перелоги*; *прокладати першу борозну*; *попускати віжки*; *повертати голоблі*; 2) різні виробництва, ремесла... (див. **фразеологізми професійного мовлення**); ... 6) народні звичаї та обряди: *давати гарбуза*; *облизати макогона*; *як засватаний*; 7) вірування і магичні дії: *пускати ману*; *замовляти зуби*; *як рукою зняло*; *з легкої руки*; *вставати на ліву ногу*; *виносити сміття з хати*; 8) усталені казкові звороти: *по щучому велінню*; *за тридев'ять земель*; *жива вода*; *тримати за хвіст жар-птицю*; *скоро казка мовиться*; 9) ознаки і дії, пов'язані зі світом тварин і птахів: *заяча душа*; *хитрий лис*; *кований на всі чотири*; *кіт наплакав*; *показувати пазурі*; *птиця високого польоту*; *розправити крила*; *звити гніздо*; *курям на сміх*» [СУЛМ П. – С. 210–211].

ФО такого типу виникли внаслідок різних причин: «...спостереження за явищами природи, тваринами та рослинним світом: як *вітром дзуло*, *...ждати біля моря погоди*, *...мокра курка*; ...історичні обставини: *вільний козак*, *...наче татарська орда*, *...голити в москалі*; ...народні звичаї, обряди, вірування, забобони: *дістати гарбуза*, *на рушник стати*, *зв'язати руки*, *як засватаний*, *пускати ману*, *зуби заговорювати*, *вставати на ліву ногу*, *виносити сміття з хати*; ...[фразеологізація] словосполучень з народних пісень, казок, оповідей: *біле личко*,

*чорні брови*, *тихі води і ясні зорі*, *молочні ріки й кисельні береги*» [Ющук. – С. 247–249].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологізми професійного мовлення** – «стійкі сполучення, які відбивають давні прийоми роботи, спеціальні форми спілкування учасників колективної праці, погляди ремісників або промисловиків на свою працю (Б. Ларін)» [Ужченко. – ФСУМ. – С. 271–272].

Фразеологізми професійного мовлення поділяють на такі виробничо-професійні сфери:

- 1) «...ткацько-прядильне ремесло: *розмотати клубок*, *розпутувати вузол*, *де тонко, там і рветься*;
- 2) кравецьке ремесло: *білими нитками шито*, *куди голка, туди й нитка*, *сім раз одмірай, а раз одріж*;
- 3) ковальське ремесло: *добре тому ковалеві, що на обидві руки кує*, *куй залізо, поки гаряче*, *брати в лещата*, *дати гарту*, *як молотком ударити*;
- 4) млинарське ремесло: *одмолот млин*, *лити воду на млин*;
- 5) рибальське ремесло: *закидати вудку*, *змотувати вудки*, *упіймати на вудку*, *пійматися на гачок*;
- 6) мисливське ремесло: *стріляна птиця*, *на ловця і звір біжить*, *ганятися за двома зайцями*, *напасти на слід*, *плутати (заплутувати) сліди*;
- 7) перукарське ремесло: *під один гребінець*, *голити без мила*;
- 8) військова справа: *з відкритим забралом*, *виходити на герць*, *схрещувати меч*, *переходити в наступ*, *влучати в ціль*, *викликати вогонь на себе*;
- 9) технічна справа: *підкручувати гайку*, *відпустити гайку*, *знімати стружку*;
- 10) науково-освітня сфера: *сказав «а», то скажи «б», від «а» до «я»*;
- 11) шоферська справа, транспорт: *зелена вулиця*, *натиснути на гальма*, *входити в колію*, *натискати на всі педалі*, *пливти за течією*;
- 12) космічна галузь: *виходити на орбіту*;

- 13) фінансово-торговельні операції: *зводити рахунки, перший сорт, акції ростуть, брати на свій рахунок*;
- 14) театральнo-музична справа: *виходити на сцену, грати першу скрипку, номер не пройде, як по нотах, помінятись ролями, попадати в тон*.
- 15) картярство: *козир у руках, відкривати карти, останній козир тощо*» [СУЛМ Л і Ф. – С. 401–406].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологізми усно-розмовні** – стійкі одиниці, які «мають здебільшого зневалививо-знижене експресивне забарвлення і відповідне цьому стилістичне використання, формують колорит простоти, фамільярності: ...*гав ловити, дати ляца, дати відкоша...*» [СУЛМ ЛФп. – С. 143].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологічні інновації** – «це неологізми у фразеології, оказіональні утворення, продукти вторинної опосередкованої номінації, які, з'являючись у словниковому складі мови, проходять фази виникнення – узуалізації – акцептуалізації – лексикалізації / фразеологізації – інтеграції. Поняття фразеологічної інновації включає власне фразеологічні інновації, фразеологічні одиниці з новонабутою семантикою, модифіковані мовні форми та запозичення...» [СУЛМ ЛФп. – С. 141]. Див. **трансформація, контамінація**.

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Фразеологія** – «(від гр. *φράσις* – вираз, зворот і *λόγος* – слово, вчення) – 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови у її сучасному функціонуванні і з погляду історичного розвитку; 2) сукупність характерних засобів вираження думки, притаманних певній соціальній групі, окремому авторові, літературно-публіцистичному напрямові, діалекту чи групі говорів; 3) сукупність фразеологізмів тієї чи тієї мови» [Алефіренко. – УМЕ. – С. 712].

«Термін Ф. ... в сучасній українській мові вживається принаймні в чотирьох значеннях: 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови; 2) сукупність фразеологізмів у мові; 3) своєрідні засоби вираження думки, притаманні певній соціальній групі, якомусь авторові, діалекту тощо; 4) сукупність нещирих пишномовних висловів, позбавлених внутрішнього змісту» [Ужченко. – ФСУМ. – С. 7].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

**Шари лексики** (грецьк. *lexicos* – словесний) **стилістичні** (лат. *stilus* від грецьк. *stylos* – загострена паличка для письма) – шари лексики, що виникли в результаті стилістичного розширення лексики мови на дві великі групи: 1) книжні; 2) розмовні, які відрізняються сферою вжитку й експресією. Книжна лексика використовується в літературно-письмовому та урочисто-піднесеному усному мовленні; у науковому, публіцистичному мовленні; у ділових документах; у мові художньої літератури. Розмежують три семантико-стилістичні розряди лексики: 1) термінологічна лексика; 2) історизми й екзотизми; 3) архаїчна та поетична лексика. Розмовна лексика використовується в невимушеній бесіді, здебільшого на побутову тему, у зв'язку з чим такий Ш. л. с. називають також розмовно-побутовою лексикою. З-поміж розмовної лексики розмежують три семантико-стилістичних розряди: 1) власне-розмовна лексика; 2) вульгаризми і жаргонізми; 3) діалектні слова і діалектизми.

(Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4-х т. Донецьк : ДонНУ, 2012/)

**Штамп** – «(нім. *Stampfe*, від іт. *stampa* – відбиток, друк) – худож. прийом або зворот мови, що багаторазово повторюється без творчого осмислення; вислів, який механічно повторюють; трафарет; шаблон; мовний стереотип з негат. забарвленням: взяти до відома., дати путівку в життя» [Слогуб. – УМЕ. – С. 739].

«Мовний зворот, багаторазово повторюваний, трафаретний, затертий вислів зі стертою експресивністю. На відміну від кліше, Ш. не мають ні інформативної, ні експресивної цінності.

Користування Ш. збіднює мову. До Ш., напр., належать одиниці *чорне золото* – вугілля чи нафта, *біле золото* – бавовна тощо» [МФЕ. – С. 447].

«...мовний зворот, що багаторазово механічно повторюється без творчого осмислення і з певної причини втратив для мовця текстове інформаційне навантаження. Наприклад: *фронт польових робіт, спортивний дует*» [СКМ. – С. 74].

(Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / за редакцією М. І. Голянич. Івано-Франківськ, 2011. 268 с.)

## РЕКОМЕНДОВАНІ ОНЛАЙН-ДЖЕРЕЛА

1. Авраменко Олександр: канал YouTube.
2. Бодик О., Рудакова Т. Сучасна українська літературна мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр учб. літ., 2011. 413 с.
3. Гнатюк Л. П., Бас-Кононенко О. В. Українська мова. Особливості практичного застосування : посібник. Київ : Знання-Прес, 2006. 259 с.
4. Городенська К. Мовна мозаїка.
5. Електронна бібліотека Інституту журналістики.
6. Жайворонок В. В. Велика чи мала літера? : слов.-довід.: близько 10 000 номінацій. Київ : Наук. думка, 2004. 202 с.
7. Косенко Н. Я., Вакуленко Т. М. Як правильно говорити українською : практич. посіб. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2007. 237 с.
8. Мариненко І. О. Лексикологія української мови : практикум. Київ, 2017. 172 с.
9. MOVA.info: Лінгвістичний портал.
10. Мова – ДНК нації: Освітній проєкт.
11. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підруч. для студ. гуманіт. спец. вищ. закл. Освіти. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. 246 с.
12. Пономарів О. Культура слова: мовностилїстичні поради. К. : Либідь, 2011. 272 с.
13. Сербенська О. А. Екологія українського слова : практич. словничок-довід. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 56 с.
14. Сербенська О. Культура усного мовлення. Практикум : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр навч. л-ри, 2004. 214 с.
15. СЛОВНИК-UA: Портал української мови та культури.
16. Список словників української мови на Вікіпедії.
17. Сучасна українська літературна мова: Лексикологія. Фонетика : підручник / А. К. Мойсієнко, О. В. Бас-Кононенко, В. В. Бондаренко та ін. К. : Знання, 2010. 270 с.
18. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови : посібник. Луганськ : Альма-матер, 2005. 399 с.
19. Українська мова: Енциклопедія.

20. Український лінгвістичний портал: Український мовно-інформаційний фонд НАН України.
21. Український правопис. Київ : Наук. думка, 2019. 256 с.
22. Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова (культура мовлення публічних людей) : монографія. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2013. 331 с.
23. Фаріон Ірина: канал YouTube.
24. Яцимірська М. Г. Культура мови журналіста : навч. посібник. Львів : ПАІС, 2017. 168 с.

*Навчальне видання*

**Мартос** Світлана Андріївна  
**Климович** Світлана Миколаївна  
**Соломахін** Андрій Федорович

## **УКРАЇНСЬКА МОВА: ЛЕКСИКОЛОГІЯ І ФРАЗЕОЛОГІЯ**

Навчальний посібник

Верстання *Олена Данильченко*  
Дизайн обкладинки *Валерія Савельєва*



Г Е Л Ь В Е Т И К А  
ВИДАВНИЧИЙ ДІМ

[WWW.HELVETICA.UA](http://WWW.HELVETICA.UA)

Підписано до друку 03.10.2022 р. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура Times. Цифровий друк.  
Ум. друк. арк. 13,72. Наклад 300. Замовлення № 1122-161.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»  
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1  
Тел.: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: [mailbox@helvetica.ua](mailto:mailbox@helvetica.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.