Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет

Т.М. Плеханова

ПРАКТИЧНА СТИЛІСТИКА

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
спеціальності «Журналістика»
освітньо-професійної програми
«Реклама і зв'язки з громадськістю»

Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № від

ЗАПОРІЖЖЯ
2025

УДК: 811. 161.2`38 (075.8)
П 385

Плеханова Т.М. Практична стилістика : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 90 с.

Навчально-методичний посібник включає плани практичних занять та рекомендації щодо відповідей на теоретичні питання, опорний конспект лекцій, термінологічний словник, індивідуальні практичні завдання для здобувачів, а також перелік питань для самоперевірки. Різнопланові завдання до практичних занять враховують специфіку майбутньої професійної діяльності.

Розрахований на здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю».

Рецензент
В.В. Березенко, д. н. соц. ком., професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності.

Відповідальний за випуск
Т.М. Плеханова, зав. кафедри видавничої справи та редагування, к. філол. наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування.

ЗМІСТ

Вступ……..……...……...4
Опорний конспект лекцій……..6
Тема 1. Поняття стиль, стилістика, функціональний стиль……..…….6
Тема 2. Лексична стилістика та її одиниці…….…….....13
Тема 3. Стилістичні можливості багатозначності……..….19
Тема 4. Стилістичне використання антонімії……....……23
Тема 5. Лексика іншомовного походження зі стилістичного погляду…….....28
Зміст практичних занять……...36
Тема 1. Сучасна українська літературна мова як основа стилістики……...36
Тема 2. Основні поняття й категорії стилістики……39
Тема 3. Лексичні засоби стилістики……...….41
Тема 4. Стилістичні можливості полісемії у мові мас-медіа……44
Тема 5. Специфіка уживання тропів у мас-медійних текстах…….47
Тема 6. Стилістичне використання омонімії та паронімії у мові засобів масової комунікації…….....50
Тема 7. Синоніми в стилістичному плані…….....54
Тема 8. Стилістичне використання антонімії у мові ЗМК…….....58
Тема 9. Критерії використання лексики іншомовного походження у мові мас-медіа……...60
Тема 10. Термінологічна лексика в різних стилях мови……64
Зміст самостійної роботи…….67
Індивідуальні практичні завдання…….....71
Список використаних джерел……...……...72
Короткий термінологічний словник……...….....74

ВСТУП

Мета курсу «Практична стилістика» – формування системи умінь, пов`язаних з оцінкою виражальних й експресивних можливостей мовних засобів, доцільним і влучним їх використанням у мовленнєвій практиці та навичок редагування різних груп лексики у професійній діяльності майбутніх видавців, редакторів.

Основні завдання курсу:

- засвоїти теоретичні засади курсу, опанувати основні поняття і категорії лінгвостилістики;
- вивчити стилістичних ознаки (значення, забарвлення) мовних одиниць усіх рівнів;
- навчити використовувати стилістичні засоби української мови для експресивного вираження інтелектуального, емоційно-вольового й естетичного змісту мовлення та для ефективності професійної діяльності;
- проаналізувати характеристику стилів УЛМ і функціональних стилів мовлення, визначити їх мовленнєву системність, яка утворюється в процесі мовленнєвої діяльності з мовного матеріалу під дією позамовних чинників;
- формувати мовне чуття та естетичний смак майбутніх видавців, редакторів; підвищити рівень культури професійного мовлення;
- визначити доцільність та вмотивованість використання мовних засобів у різних сферах та формах спілкування.

За підсумками вивчення курсу студент 3 курсу повинен ***знати*** місце практичної стилістики в системі інших навчальних дисциплін; основні поняття та категорії лінгвостилістики; принципи й критерії класифікації та жанрової диференціації стилів сучасної української мови; характеристику стилів української літературної мови і функціональних стилів мовлення; стилістичні ознаки мовних одиниць усіх рівнів, як реальних, так і потенційних ресурсів мови; виражальні можливості різнорівневих мовних одиниць.

У процесі вивчення курсу «Практична стилістика» студент повинен ***уміти*** розрізняти й самостійно аналізувати виражально-зображальні засоби української мови у журналістських текстах; визначати доцільність і вмотивованість використання стилістичних засобів у різних сферах і формах професійного спілкування; аналізувати особливості уживання мовних одиниць усіх рівнів у жанрово-стильових різновидах мовлення; оцінювати виражальні та експресивні можливості мовних засобів з урахуванням стильової специфіки журналістського тексту; визначати взаємодію різних рівнів словесно-виражальних засобів у конкретному тексті, їх зв`язок із позамовними чинниками; використовувати стилістичні засоби мови для експресивного вираження інтелектуального, емоційно-вольового й естетичного змісту мовлення з метою підвищення ефективності професійної діяльності; володіти навичками відбору та редагування мовного матеріалу, роботи з науковою

літературою, словниками й довідниками для теоретичного обґрунтування висновків після спостережень над конкретними мовними явищами й стилями.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **результатів навчання та компетентностей:**

Програмні компетентності:

- здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями;
- здатність формувати та редагувати інформаційний контент.

Програмні результати навчання:

- генерувати та редагувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
- створювати грамотний видавничий медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

Курс «Практична стилістика» є логічним продовженням дисциплін «Українська мова у професійному спілкуванні», «Мовна комунікація в медіа». Набуті при вивченні цієї дисципліни знання необхідні для подальшого вивчення курсів «Академічне письмо» «Стилістичні функції тексту», «Креативне письмо», «Літературне редагування».

Пропонований навчально-методичний посібник допоможе студентам глибше засвоїти матеріал з усіх розділів курсу. Він сприятиме виробленню в студентів умінь і навичок роботи над рекомендованою літературою, засвоєнню теоретичного матеріалу та застосуванню набутих знань на практиці.

Видання включає плани практичних занять та рекомендації щодо відповідей на теоретичні питання, опорний конспект лекцій та термінологічний словник, індивідуальні практичні завдання для студентів, а також перелік питань для самоперевірки. Письмові завдання до практичних занять різнопланові та враховують специфіку майбутньої професійної діяльності.

Доданий до кожного плану практичного заняття список довідкової літератури допоможе не тільки поглибити й систематизувати уявлення майбутніх рекламістів про різновиди, будову, зміст багатоманітних словників, розширити лексичний запас, але й підвищити мовну грамотність та загальний рівень культури усного й писемного мовлення. Завдання із зірочкою не є обов'язковими для виконання, вони призначені для додаткового набору балів.

ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Тема 1: Поняття стиль, стилістика, функціональний стиль

План

1. Стилістика та її різновиди.
2. Предмет і завдання стилістики.
3. Основні поняття й категорії стилістики.
4. Визначення стилю мови.
5. Стилістично марковані та стилістично нейтральні мовні одиниці.

Основні терміни та поняття: *лінгвостилістика, практична стилістика, стиль, стильовий, стилістичний, стилістема.*

І. Стилістика (від грець. Stylos – паличка для писання в давніх греків) – це комплексна філологічна наука. Це 1) розділ мовознавства, що вивчає в межах національної мови суть і специфіку стилів мови; 2) розділ теорії літератури, що вивчає стилі літературно-художніх творів; 3) сукупність виражальних засобів мови якого-небудь художнього твору, письменника, літературної школи і т.ін.

Розрізняють стилістику ***літературознавчу*** і стилістику ***лінгвістичну*** (лінгвостилістику).

Літературознавча стилістика вивчає індивідуальні стилі письменників, стилі літературних напрямків, а також мовні й інші засоби художнього зображення дійсності. Фактично вона є розділом теорії літератури.

Лінгвостилістика являє собою розділ мовознавства і в залежності від предмета вивчення або аспекту дослідження поділяється на кілька дисциплін. Основні з них: функціональна стилістика і стилістика експресивних засобів.

Функціональна стилістика вивчає функціональні стилі тієї чи іншої мови, тобто реалізацію потенційних можливостей даної мови в залежності від сфери її вживання та від мети й ситуативних особливостей людського спілкування. ***Стилістика експресивних засобів*** орієнтована на дослідження елементів певної мови з точки зору їх здатності виражати й викликати певного роду емоції, оцінки та асоціації.

Існують й додаткові, побічні лінгвостилістичні галузі.

Справі піднесення грамотності, рівня культури усного й писемного мовлення служить ***практична стилістика***. Це прикладна нормативна дисципліна, яка подає рекомендації щодо правильного, найдоречнішого використання мовних засобів у різних мовленнєвих ситуаціях, у різних стилях і формах мови. Вона навчає мовної майстерності, свідомого і критичного ставлення до власного мовлення і до мови оточення.

Зіставне дослідження стилістичних ресурсів двох і більше мов – предмет ***аналітичної стилістики***. Результати такого дослідження використовуються в теорії і практиці перекладу.

У відповідності до двох взаємозалежних проявів мовної дійсності виділяються стилістика мови і стилістика мовлення. ***Стилістика мови*** (або

описова стилістика) вивчає виразові можливості усіх лінгвальних одиниць з урахуванням діючих кодифікованих норм. ***Стилістика*** ж ***мовлення*** розглядає втілення виразових можливостей названих одиниць і категорій у реальних текстах, у процесі спілкування, причому не тільки з урахуванням існуючих норм, а й з урахуванням відхилень від цих норм.

Відомий поділ лінгвостилістики і за рівнями мовної структури. Отже, маємо лексичну, деривaційну, граматичну стилістики і фоностилістику.

Лексична стилістика досліджує стилістичні функції лексики, а також взаємодію прямих і переносних значень слів. У ній використовуються дані як синхронної, так і історичної лексикології. При цьому особливої ваги надається просторічним і діалектним словам, поетизмам, термінам, архаїзмам, неологізмам і т.п., простежується їх взаємодія із загальновживаною лексикою в межах певного контексту. Предметом ***деривaційної стилістики*** є засоби і способи словотворення з точки зору їх стильової диференціації та виражально-зображальних можливостей. ***Граматична стилістика*** з цієї ж точки зору розглядає морфологічні й синтаксичні засоби мови. ***Фоностилістика*** займається вивченням такої звукової організації мови, яка підпорядкована потребам нестандартного, експресивного вираження.

Порівняно недавно (з середини 60-х років XX ст.) у мовознавстві почали вживатися терміни «стилістика кодування» і «стилістика декодування».

Стилістика кодування – це наука про вміння, майстерність мовця (письменника, журналіста) надавати своєму вислову певного стилістичного значення, закладати в нього певний стилістичний смисл (код). Тобто йдеться про авторську стилістику. Природно, що їй протиставляється ***стилістика декодування,*** тобто наука про вміння розуміти певне стилістичне значення, «розшифрувати» певний стилістичний код вислову, робити лінгвостилістичний аналіз тексту. Ця наука називається ще стилістикою сприйняття.

Як бачимо, лінгвостилістика складається з цілої низки основних і побічних дисциплін, але всі ті дисципліни так чи інакше стосуються вивчення виразових можливостей мови, вивчення механізмів, з допомогою яких породжуються різні експресивні ефекти мовлення.

II. У **предмет лінгвостилістики** української мови як навчальної дисципліни входять:

- засвоєння теоретичних засад курсу, опанування основними поняттями і категоріями лінгвостилістики;
- вивчення стилістичних ознак (значень, забарвлень) мовних одиниць усіх рівнів. Як реальних, так і потенційних стилістичних ресурсів мови;
- використання стилістичних засобів для експресивного вираження інтелектуального, емоційно-вольового й естетичного змісту мовлення, для ефективності мовлення;
- розкриття закономірностей функціонування української мови у різних сферах суспільного життя, в ситуаціях спілкування;

- характеристика стилів УЛМ і функціональних стилів мовлення, визначення їх мовленнєвої системності, яка утворюється в процесі мовленнєвої діяльності з мовного матеріалу під дією позамовних чинників;
- формування мовного чуття та естетичного смаку мовців;
- піднесення рівня культури мовного спілкування.

Що ж стосується ***завдань практичної стилістики***, то вона покликана навчити мовців добре володіти багатством виражальних засобів національної мови відповідно до мети, призначення, умов і сфери спілкування. Завдання зрозуміле, але складне для виконання, оскільки на процес і результат мовотворчої діяльності людей діє багато факторів, мовних, мовленнєвих і позамовних – суспільних і психологічних.

Практична стилістика національної мови – це навчальна дисципліна, в якій розглядаються загальні відомості про стилі мови і мовлення, про стилістичні норми, вивчаються стилістичні засоби мови з їх смисловими та емоційно-експресивними оцінками, прийоми використання мовних засобів для правильної організації мовлення.

Практична стилістика озброює мовців знанням стилістичного арсеналу національної мови, вмінням робити з нього правильний вибір, знанням прийомів організації мовного матеріалу і вмінням конструювати правильне мовлення. Але насамперед, за вимогами практичної стилістики, треба знати комунікативну мету, цільову настанову мовлення. Цільова настанова, або інтенція, допомагає не тільки відібрати мовний матеріал, а й подавати його в певному порядку з відповідним забарвленням. Ще грецький ритор Квінтіліан писав, що перш ніж говорити, слід знати, ***що*** треба у мові возвеличити чи принизити, ***що*** вимовити стрімко чи скромно, звабливо чи поважно, грубо чи ніжно, велично чи ввічливо; а потім міркувати, якими краще висловами, якими фігурами, якими думками, якою мірою і в якому розташуванні можемо досягти нашого наміру. Відповідно до цільової настанови розгортається *тема* шляхом відбору з асоціативного поля мовних одиниць найбільш влучних і точних.

Отже, сучасна практична стилістика містить не тільки нормативність використання стилістичних засобів, загальні відомості про стилі, оцінку і характеристику мовних одиниць, зокрема синонімічних, а й комунікативну мету, цільову настанову, умови й ситуації спілкування. Завданням практичної стилістики є впровадження в мовленнєву практику правил теоретичної стилістики, виховання у мовців чуття мовної культури.

III. Як і кожна інша галузь знань, стилістика оперує великою кількістю своєрідних, тільки їй властивих **мовознавчих термінів**. До основних термінів стилістики належать: «*стилістика», «стилістична система мови», «стилістична структура мови», «стилістема», «стиль мови*».

Стилістика – це лінгвістичне вчення 1) про закономірне і всенародно усталене функціонування мови, її основних структурних частин фонетичного складу, лексики, фразеології, граматичної будови); 2) про мовні стилі, жанри, форми мови – усну й писемну; 3) про використання мовних одиниць з

якнайбільшою комунікативною доцільністю, з дотриманням при цьому усталених стильових і стилістичних норм, емоційно-почуттєвого й експресивного (виражального) забарвлення. Стилістикою передбачається усвідомлене і якнайдоцільніше використання всіх мовних одиниць під кутом зору властивих їй функцій – розумово-логічних, емоційно нейтральних і образних. До уваги беруться всі можливі умови спілкування мовців, використання ними як типових, так і особистісних, індивідуальних мовних засобів вираження думок і почуттів. Отже, стилістика – лінгвістичне вчення про комунікативну різноманітність і спроможність мовних одиниць, тому її можна назвати «душею» кожної мови.

Семантично близькими є терміни «стилістична система мови» і «стилістична структура» мови.

Терміном ***система*** (грець. Systema – ціле, складене з частин***) мови*** прийнято акцентувати на тому, що всі мовні одиниці (фонетичні, лексичні, граматичні) перебувають між собою в певній усталеній взаємозалежності (Слово складається з фонем, речення зі слів і т.д.). Система мови має розгалужений і різний за обсягом внутрішній поділ (фонетична, лексична, фразеологічна, граматична (морфемна, словотвірна, морфологічна, синтаксична), орфографічна, пунктуаційна; система частин мови і т.д.).

Кожна з мов становить окрему систему, тобто певне організоване ціле, утворене сукупністю однотипних і різнотипних мовних одиниць як структурних елементів мови. Однак мови різняться не цим, а своєю неповторною, індивідуальною структурою.

Структура (лат. structura – побудова, розміщення) ***мови*** – це своєрідне національне поєднання всіх мовних одиниць, ознак, завдяки яким мова утворилася і функціонує саме як рідна для певного народу, нації; усе те, чим будь-яка мова відрізняється від інших мов (фонемний, лексичний склад, система відмінків). Так, у німецькій мові лише 4 відмінки, у японській – 11, в естонській – 15, в угорській – 21.

Отже, мови різняться одна від одної своєю структурою. У кожній мові є багато таких ознак, яких немає в інших мовах. У системі мови потенційно сконцентровані стилістичні можливості мови, а в структурі мови ці можливості своєрідно реалізуються, втілюються.

Терміном ***стилістема*** називають функцію кожної окремої мовної одиниці (здається вона не йшла, а *линула*; водний простір *різали* прудкі бронекатери). Із певної кількості своєрідних стилістем формується стиль мови.

У **практичній стилістиці** дуже важливим є поняття синонімії та норми. ***Синонімія мовних засобів*** передбачає їх багатство в мові. Використання того чи іншого засобу з ряду синонімічних – це насамперед проблема вибору. Де є вибір, там виникає стиль, стилістика. Стилістиці властиве широке розуміння синонімії. Маємо на увазі не тільки лексичну синонімію, але й синтаксичну, морфологічну, словотвірну, фразеологічну і т.д. Практичну стилістику цікавлять реальні можливості обрання синонімічних засобів, що їх дає нам мова для висловлення думки. Застосування того чи іншого мовного засобу в конкретній мовленнєвій ситуації і для найбільш адекватного відтворення

конкретної думки, для досягнення бажаного комунікативного ефекту – і покликана вивчати практична стилістика.

Норма – сукупність загальновизнаних мовних засобів, що вважаються правильними та зразковими на певному історичному етапі. Це одне з ключових понять у практичні стилістиці. Хоча норма є поняттям історично змінним, проте ця історична змінність поєднується з відносною стабільністю норм на кожному історичному етапі. Норми можуть бути суворими й такими, що припускають варіативність у використанні тих чи інших засобів. Нормативність мови виявляється на рівні орфоепії, акцентуації, орфографії, лексики, фразеології, морфології, синтаксису, пунктуації, стилістики.

ІУ. Отже, основним у стилістиці і вихідним для багатьох інших стилістичних понять є **поняття стилю.** Досі в лінгвістичній стилістиці немає єдиного усталеного і загальноприйнятого визначення **стилю**, хоча спроб визначити його є багато. Цей факт зумовлений тим, що поняття стилю багатопланове і може визначатися за кількома критеріями. В античній риториці під стилем розуміли передусім якості досконалої мови оповіді, промови (ясність, доречність, образність, краса, експресія тощо). Стилем називали спосіб, характер, манеру викладу.

На сучасному етапі найбільшого визнання здобуло визначення, сформульоване В. Виноградовим «Стиль – це суспільно усвідомлена і функціонально зумовлена, внутрішньо об`єднана сукупність прийомів уживання, відбору і поєднання засобів мовного спілкування у сфері тієї чи іншої загальнонародної, загальнонаціональної мови, співвідносна з іншими такими самими способами вираження, що слугують для інших цілей, виконують інші функції в мовній суспільній практиці певного народу».

А дослідниця О. Ахманова при визначенні наголошує саме на диференційних (поділ, розрізнення) ознаках стилю: «Стиль – це один із диференційних різновидів мови, мовна підсистема зі своєрідним словником, фразеологічними сполученнями, зворотами і конструкціями, що відрізняється від інших різновидів в основному експресивно-оцінними властивостями складових елементів і звичайно пов`язана з певними сферами використання мовлення; те, що ці різновиди, або підсистеми є диференціальними (тобто мають здатність розрізняти), виявляється особливо яскраво тоді, коли елементи одного стилю контрастують з елементами іншого».

Отже, **стилі мови** можна визначити як історично сформовані, суспільно усвідомлені різновиди загальнонаціональної мови, які різняться принципами відбору та організації мовних засобів, вибір яких зумовлюється змістом, метою та характером висловлювання.

На відміну від стилістики теоретичної практична стилістика має прикладний характер. Вона покликана втілювати в життя рекомендації теоретичних курсів, визначати доцільність і вмотивованість використання мовних засобів у різних сферах і формах спілкування, навчати мистецтва письма і культури мовлення. Найважливішою категорією практичної стилістики є ***функціональний стиль*** – різновид мовлення з властивими йому

лексичними, фразеологічними, морфолого-синтаксичними, орфоепічно-акцентуаційними засобами, який використовується для здійснення певних функцій мови – спілкування, повідомлення та впливу. Цей стиль характеризується співвіднесеністю з певною сферою суспільно-виробничої діяльності мовців.

Питання про поділ на функціональні стилі досить складне, в основу класифікації часто кладуться різні засади, тому різною буває кількість функціональних стилів. Найпоширеніша класифікація виділяє 7 стилів: ***офіційно-діловий, науковий, публіцистичний, художній, розмовний; конфесійний та епістолярний***. Оскільки суспільні функції мови часто переплітаються, то й функціональні стилі не є відособленими один від одного, кожен з них має в собі елементи іншого. Крім того, в будь-якому функціональному стилі переважають загальномовні, міжстильові засоби, хоч кожному з них властиві специфічні елементи з однаковим стилістичним забарвленням, зі спільними нормами слововживання.

Крім поняття функціонального стилю існують поняття індивідуального та експресивного стилю. ***Індивідуальний стиль*** (ідеостиль, ідіолект) – це така системність виразових засобів мови окремого письменника, діяча культури, журналіста, яка вирізняє, виділяє його мову серед інших мовців.

Експресивний стиль – це різновид мови, що сформувався за ступенем експресії думок і почуттів, емоцій для досягнення певної мети незалежно від сфери діяльності. У СУМ таких стилів прийнято виділяти 3: *нейтральний, високий* (книжний) і *низький (*розмовний). Деякі дослідники (А.П. Коваль) на противагу нейтральному стилю виділяють *урочистий, офіційний, фамільярний, інтимно-ласкавий, жартівливий, сатиричний*. Своїми координатами функціональні та експресивні стилі пересікаються і мовби знаходяться один в одному. Так, у функціональному науковому стилі переважає експресивний середній стиль, менше – низького і зовсім мало високого. У функціональному публіцистичному стилі чітко простежується антонімія високої і низької експресії (нариси і памфлети), але є і середній стиль (інформаційні жанри). Тільки художній та розмовний стилі охоплюють усі різновиди експресивних стилів.

У. Мовні одиниці, особливо лексичні, фразеологічні, частково й граматичні, зі стилістичного погляду поділяються на дві великі групи.

Стилістично немарковані або нейтральні (міжстильові) одиниці вживаються в усіх стилях мови.

Стилістично марковані або забарвлені одиниці співвідносяться з одним чи кількома функціональними стилями і часто мають експресивно-стилістичне забарвлення. Так, слова *гіпотенуза, косинус* уживаються здебільшого в науковому стилі, а *манатки, бовдур* – у розмовному; *линути, зіронька* – у художньому. Всі експресивні засоби виділяються, актуалізуються і сприймаються на тлі ***нейтральних, тобто загальновживаних мовних засобів***, які не пов`язані зі специфічними ситуаціями спілкування чи специфічними сферами застосування мови і які не надають вислову особливого експресивного стилістичного забарвлення

Під ***експресивно-стилістичним забарвленням (ЕСЗ)*** мають на увазі таку додаткову (до основного номінативного, предметно-логічного і граматичного значення) виражально-зображальну властивість мовного елемента, яка обмежує можливості використання цього елемента певними умовами комунікації або мовленнєвої діяльності. Розрізняють ***емоційне*** та ***оцінне*** ЕСЗ. Перше буває ***піднесеним*** (урочистим, пафосним), ***зниженим*** і ***фамільярним*** (напр. *возвеличити, хряпнути* і *бабусенція*); друге – ***семантично позитивним*** (меліоративним) і ***семантично негативним*** (пейоративним) (напр. *людинолюб* і *людиномор*). ЕСЗ може мати різні відтінки (конотаці). Так, напр., слова із зниженим забарвленням *виламуватися, манатки, квацяти* вживають з відтінком (відповідно) осуду, зневаги й іронії.

Стилістичні можливості різних мовних одиниць неоднакові. Маркованість чи немаркованість мовних одиниць найбільш виявляється на лексичному і синтаксичному рівнях, хоча інколи виявляється й на граматичному рівні. Наприклад, так звані кореневі слова найчастіше стилістично немарковані, а похідні слова з префіксом чи суфіксом здебільшого стилістично марковані. Так слова *вода, земля* стилістично нейтральне, бо використовуються в усіх стилях мови. А похідні слова *водиця, водичка, водиченька, земелька, землиця, землюка* є стилістично забарвленими, бо типові здебільшого для художнього та розмовно-побутового мовлення, крім того мають певне емоційне забарвлення і містять у своєму значенні певні відтінки: лексеми *водиця, земелька* відтворюють ніжне, виразно позитивне ставлення мовців, а слово *землюка* відображає негативне сприймання. Тобто словотвірні афікси надають словам різного емоційного забарвлення (відтінку зменшеності, здрібнілості, пестливості, згрубілості, зневаги).

На фонетичному рівні окремий, вилучений зі складу слова, звук є загалом стилістично нульовою одиницею і ніякої стилістичної функції не виконує, а звук у складі слова може мати певне стилістичне навантаження. Напр. у Т. Шевченка «оженись на *вольній* волі. На козацькій долі». Нейтральною нормативною формою є *вільний*, а *вольний* сприймається як урочиста, архаїчна форма.

Емоційний чи нейтральний стан мовлення найбільше виявляється в семантиці мовних одиниць – слів, словосполучень і речень. Усі фразеологізми певною мірою емоційно забарвлені, отже, образні. Вони є тим мовним матеріалом, який поєднує в собі і виражає позитивний чи негативний досвід народу, сконцентровану в ньому емоційність і виразність.

Очевидною також є стилістична функція окремих повнозначних слів. Так, у словах *любов, ненависть, кривда* уже закладений певний стилістичний потенціал. Особливу групу лексики становлять слова вузького стилістичного призначення, вживання яких обмежене однією сферою життя чи діяльності людей – терміни, професіоналізми, жаргонізми, розмовна та просторічна лексика, застарілі слова, неологізми. Цей розряд лексики поповнюється загальновживаними словами, використаними в переносному значенні. Напр., у загальнонародній мові *редиска* - овочева рослина, а *редиска* в розумінні «погана людина» – жаргонізм.

Ще вагомішою є стилістична функція речення, тому що ним можна передати думку ширше й емоційніше. Тобто образність окремих слів і постійних сполучень, хоч би яка була вона помітна, є незначною порівняно із здатністю мови створювати образи із сполучень слів. За неоднакових ситуативних умов кожна синтаксична конструкція набуває певного емоційного забарвлення. Будь-яке розгорнуте висловлення чи окреме слово може мати відтінок емоційності – позитивної чи негативної.

Стилістично забарвлені одиниці часто виступають як паралелі до нейтральних, загальновживаних: *піти* (нейтральне), *вирушити* (книжно-офіційне), *ушитися* (просторічне); *збори* (нейтральне), *збіговисько* (зневажливе). Крім того, у художньому та публіцистичному стилях нейтральні слова можуть уживатися у переносному значенні, в такому разі вони набувають додаткових емоційно-експресивних відтінків (напр. слово *воркувати, зірка*). Широко представлена група слів з переносним значенням оцінної характеристики людей у розмовному мовленні. Оцінка може бути як позитивна (*бджілка, голуб, ластівка, сокіл, соловейко*), так і негативна (*гадюка, свиня, собака, баран* і т.д.).

Таким чином, стилістичні можливості різних мовних одиниць неоднакові і можуть зменшуватися чи збільшувати у залежності від мовної ситуації і контексту.

Питання для самоперевірки:

1. Назвіть основні й додаткові лінгвостилістичні галузі.
2. Окресліть завдання практичної стилістики та її місце в системі журналістської освіти.
3. Подайте визначення понять «стилістика», «стилістична система мови», «стилістична структура мови», «стилістема».
4. Розкрийте поняття «стиль мови», «функціональний», «індивідуальний» та «експресивний» стилі мовленння.
5. За якими ознаками розрізняють стилістично марковані та стилістично нейтральні мовні одиниці?
6. Назвіть ознаки стилістичної норми в мові й у мовленні.
7. Проаналізуйте роль засобів масової інформації в поширенні норм української літературної мови.

Тема 2: Лексична стилістика та її одиниці
План

1. Лексичні засоби стилістики.
2. Диференціація лексики української мови за стилістичними ознаками.
3. Стилістична виразність. Сполучуваність слова.

Основні терміни та поняття: *функціональний стиль, експресивний стиль, експресивно-стилістичне забарвлення, лексична стилістика, міжстильова лексика.*

І. ***Лексична стилістика*** – це найоб`ємніший за мовно-значеннєвими ознаками розділ стилістики; вчення про функції, зумовлені семантикою слів, комплекс знань про стилістичне використання повнозначних, неповнозначних слів і вигуків. Об`єктом лексичної стилістики є слова в усіх виявах властивої їм семантики. Лексика мови неоднорідна, різнозначеннєва. Вона поділяється на велику кількість семантичних груп слів, за кожною з яких закріпились певні неповторно-індивідуальні функції

Лексика СУЛМ – один з найважливіших об`єктів стилістики. Теоретичне осмислення й практичне використання слів з властивою їм стилістичною функцією забезпечує високий рівень мовленнєвої культури кожного мовця.

В УМ понад мільйон лексичних одиниць. Кожне слово має свою неповторну стилістику, мовленнєве функціонування. У лексиці (і фразеології) УМ найбільше відображається національно-самобутній характер українського , його минуле, сучасний стан і перспективи подальшого розвитку. У ній по-особливому виявляється не тільки логічне, а й образне світосприймання українців, їхнє мислення, почуттєвість.

Лексика мови, становлячи особливу структурну частину мовної системи, перебуває в безпосередніх зв`язках з усіма іншими мовними системами – фонетичною, фразеологічною, граматичною. Слово, на відміну від фонеми і морфеми, в структурі мови є тією мінімальною одиницею, що здатна виражати значення самостійно, вільно відтворюватись у мовленні.

Про сучасний стан української лексики, про використання певних її шарів свідчать, зокрема, такі статистичні дані: у СУМі пояснюється семантика майже 143 тисяч слів. 18181 слово з-поміж них – це слова обмеженого й особливого використання: вульгаризми – 47, діалектні – 2623, застарілих – 2067, значеннєво зневажливих – 317, іронічних – 44, народнопоетичних – 98, поетичних – 218, розмовних – 9656, рідковживаних – 3095, фамільярних – 4.

Таке розшарування української лексики засвідчує її стилістичну різнобарвність, водночас і функціональні можливості, які комунікативно реалізуються в реченні.

Співвідношення активної і пасивної лексики неоднакове, особливо в розмовно-побутовому, художньому і публіцистичному стилях мови. Вона постійно змінюється як семантично, так і стилістично: слова набувають нових оцінно-емоційних значень, оновлюваних відтінків.

Стилістичне значення (функція) слова в усіх актах комунікації нашаровується на його лексичне значення, доповнює його певним значеннєво-емоційним відтінком, забарвленням.

Таким чином, у мові наявні групи слів якнайширшого і обмеженого використання. За стилістичною сутністю прийнято виокремлювати лексику загальновживану, загальнозрозумілу, яка доповнюється, розгортається іншими шарами лексики, котрі відрізняються стильовими ознаками (лексика розмовно-

побутова, офіційно-ділова, художня та ін.), професійною зорієнтованістю, належністю/неналежністю до літературної мови тощо.

ІІ. Отже, склад лексики СУМ є стилістично неоднорідним. Залежно від сфери спілкування, мети висловлювання, мовного статусу співрозмовника ми обираємо лексичні елементи, найбільш придатні для конкретної ситуації. Найяскравіше стилістична диференціація мовних засобів виявляється на рівні лексики. Стилістична характеристика лексичних одиниць СУЛМ – а звідси й розшарування цих лексичних одиниць – і система функціональних стилів не збігається. Це пояснюється насамперед специфікою слова як одиниці мова, його багатофункціональністю.

Залежно від сфери використання прийнято виділяти 2 групи лексики: 1) лексика стилістично нейтральна чи міжстильова (загальновживана) і 2) лексика стилістично забарвлена (стилістично обмежена, стилістично маркована).

До міжстильової (нейтральної) лексики належать слова, не закріплені за яким-небудь стилем. Вони можуть уживатися у будь-якій ситуації спілкування: у підручнику, в газеті, у виступі на науковій конференції чи у художньому творі. Міжстильову лексику становлять слова будь-якої частини мови, за винятком вигуків, які завжди вирізняються стилістичним забарвленням. Нейтральні зі стилістичного погляду слова можуть називати конкретні предмети (*стіл, автомобіль, олівець*), явища природи (*вітер, дощ*), абстрактні поняття (*увага, краса, перемога*), ознаки предметів (*теплий, надійний, зелений*), дії (*продавати, розроблятиі, вивчити*). Нейтральні слова становлять основу словникового запасу української мови. Вони переважають у тексті будь-якого стилю.

Переосмислюючись, нейтральні слова набувають певного стилістичного забарвлення. З одного боку, вони термінологізуються і закріплюються за науковою, публіцистичною чи діловою мовою. З другого боку, при переосмисленні у такого слова можуть з`явитися додаткові емоційно-експресивні відтінки. Напр. у метафорах («вже й ніч землю *обіймає»*; «зійшов місяць і *вдарив* ясним промінням по білих хатах» Марко Вовчок).

У художньому стилі загальновживана лексика служить засобом створення персоніфікації. При такому вживанні навіть нейтральні слова набувають експресивного забарвлення, не кажучи вже про слова емоційно-експресивного типу: «І стояла в темноті тій ще чорніша *доля їх* – чорна, темна, страшна, з худим, з`їденим нуждою лицем, зі злими од голоду очима» (П.Мирний).

Цілого ряду змін зазнають нейтральні загальновживані слова і в розмовній мові. Характерною рисою розмовної мови є те, що в ній широко вживаються слова з переносним, образним значенням. Вони виділяються своєю виразністю, підвищеним емоційним тоном, що пояснюється їх застиглою, але все ж відчутною метафоричністю. Сфера вживання переносних значень таких слів надзвичайно різноманітна, як різноманітна і сама тематика побутових розмов: *дах поїхав*, *скласти хвости*, *закосити від армії*.

Особливо численною є група слів з переносним значенням для оцінної характеристики людей. Характеристика ця завжди емоційна і безпосередня. Вона може бути позитивною (скарб, соловейко, бджілка, золото) і негативною (змія, свиня, сухар і т.д.). Утворення загальномовних метафор показує, що в розмовній мові інтенсивно проходять семантичні зсуви насамперед у словах з оцінною характеристикою. Смислові зміни призводять до того, що деякі слова розмовної мови лише в одному-двох значеннях залишаються розмовними, а в інших значеннях переходять до книжної чи загальновживаної лексики.

Таким чином, одне і те ж загальновживане слово залежно від контексту може зберігати своє нейтральне, загальномовне значення, а може набувати різних функціонально-стильових та емоційно-експресивних відтінків.

Стилістично обмежена (маркована) лексика охоплює всі слова й лексичні сполучення слів, які перебувають поза межами лексики загальновживаної. Сюди належать *терміни, професіоналізми, жаргонізми, розмовно-просторічні лексеми, застарілі слова, поетичні неологізми*, деякі дослідники (П.С.Дудик) виділяє окремо й *емоційну лексику*.

Серед стилістично маркованих лексичних одиниць виокремлюється лексика з ***функціональним*** (вживана в одному чи кількох стилях) та ***емоційно-експресивним*** (урочисте-піднесене – знижене; позитивне – негативне; пестливе – грубе; жартівливе та ін.) забарвленням.

Кожна з цих груп лексики має своє стилістичне забарвлення й використання.

На стилістичну характеристику слова впливає постійне або переважне вживання його в певному функціональному стилі. Не менш важливими є додаткові смислові та експресивно-емоційні відтінки значення, наявні у слові або створювані контекстом чи словотвірними засобами. У частині слів стилістична характеристика визначається вже їх лексичним чи граматичним значенням. Чималу роль відіграють і такі чинники, як час появи слова у загальному вжитку, наявність чи відсутність у нього синонімів типу враг – ворог, десниця – правиця та ін.

Усе це дає підстави виділяти стилістичні опозиції в лексичній системі нашої мови за кількома параметрами:

1) у плані діахронічному виділяються такі категорії лексики, як *неологізми, історизми, архаїзми*;

2) у плані функціонально-стильовому – лексика ситуативного вжитку (*професіоналізми, терміни; лексика урочиста, нейтральна, знижена*);

3) у плані нормативно-регіональному виділяється *розмовна, діалектна, жаргонна* лексика;

4) у плані експресивно-емоційному – *експресивна* та *безекспресивна* лексика;

5) у плані семантично-формальному – *антоніми, омоніми, пароніми*.

За допомогою стилістично позначених слів твориться певний колорит мовлення, досягається експресивність висловлювання. Майже вся стилістично маркована лексика перебуває в синонімічних зв`язках зі стилістично нейтральною. Стилістичне забарвлення тексту виникає як результат взаємодії

нейтральних елементів, які становлять переважну більшість, і порівняно незначної кількості маркованих.

Що стосується **емоційної лексики**, то виокремлення в лексиці літературної мови емоційних, емоційно-експресивних лексем здійснюється не за власне мовною ознакою, а за почуттєвою, тобто позамовною ознакою. Словосполучення «емоційна лексика» є відносною термінологічною назвою, бо майже кожне слово може стати в певному контексті емоційним, тобто набути виразної почуттєвості. Якнайбільшою мірою це залежить від суб`єктивно-індивідуального враження, почуття, з яким конкретний мовець використовує певне слово в усному чи писемному мовленні.

Однак існують дві основні умови, за яких слова можуть ставати виразниками позитивної чи негативної емоційності, почуттєвості:

1) слово само по собі має таку індивідуальну сутність, яка дає йому змогу виражати певне почуття, емоцію. До них належать:

- слова, яким властива органічна емоційність: позитивна (кохання, радість, щастя, веселий, прекрасний, захоплюючий) або негативна (*ненависть, ворог, злість, жахливий, огидний, мерзенний*);

- похідні слова, в лексичне значення яких емоційність (позитивна чи негативна) привноситься афіксами: *земелька, землиця, землище; вітерець, вітрище;*

- слова дитячого мовлення, здебільшого позитивно забарвлені: *цяця, ляля, киця;*

- органічно поетичні слова: *звитяга, линути, мовити, тополя, калина* (як символи).

2) залежно від контексту (в писемній мові) або ж від конкретної ситуації (в усному мовленні) будь-яке емоційно нейтральне чи емоційно забарвлене слово може вживатися неоднозначно, набувати різної емоційності, навіть протилежної порівняно з тією, яка найчастіше йому властива. Так, прикметник *смачний* має значення «приємний на смак», однак у реченні «*Той борщ був такий смачний, що вербівські бурлаки, виголодавшись після дороги, через велику силу набивали їм пельки»* (І.Нечуй-Левицький) слово смачний сприймається з негативним, іронічним забарвленням. Слово *милостивий* із значенням «який виявляє милість» у реченні «*Отам-то милостивії ми Ненагодовану і голу Застукали сердешню волю Та й цькуємо*» (Т.Шевченко) має протилежне, негативне, осудливо-іронічне значення.

Отже, емоційна лексика сама собою, особливо ж у контексті, в певній життєвій ситуації, стилістично досить виразна, експресивна, що й дає змогу кожному мовцеві вдаватись до емоційної лексики за найрізноманітніших обставин мовлення і з певною комунікативно-стилістичною метою.

Про функціональні особливості слів нас інформують насамперед тлумачні словники УМ. Характеристика додаткового стилістичного значення подається за допомогою системи позначок: *розм.* (розмовне), *прост.* (просторічне), *книж.* (книжне). Ці позначки можуть доповнюватися іншими. Наприклад, до позначки «*книж.*» можуть додаватися такі, що конкретизують галузь уживання того чи іншого слова: *мат.* – математика, *лінгв.* – лінгвістика,

мед. – медицина тощо. Характеристика стилістично знижених слів доповнюється такими позначками, як: *жарт.* – жартівливе, *вульг.* – вульгарне, *ірон.* – іронічне, *зневажл.* – зневажливе. Відсутність біля слова стилістичних позначок означає можливість його вживання в будь-якій сфері чи ситуації спілкування.

III. Поняття ***стилістичної виразності*** тексту включає в себе вміння точно визначити стилістичну маркованість лексичної одиниці, а також точність словесного позначення предмета думки, що часто викликає появу образності, а значить і використання тропів. Крім того, виразність – це ще й динамізм мовлення, плавний, логічний виклад тексту відповідно до норм літературної мови, який посилюється психологічними паузами і вмотивованістю смислових наголосів. У цьому плані важливості набуває і поняття *багатства словника* журналіста, письменника, мовця, яке включає в себе наявність великого лексичного запасу та художньо-зображальних засобів, а також досконале знання усіх мовних норм та законів сполучуваності слова.

Сполучуваність слів, тобто їх здатність поєднуватися з іншими словами в тексті, є важливою лексичною характеристикою слова. Слово як елемент мовної системи характеризується зв`язками не лише на рівні лексики і граматики, а на рівні стилістики. Системні стилістичні відношення виявляються в понятті функціонального стилю мови (у входженні слова до ряду стилістично однаково маркованих мовних засобів). Стилістичне забарвлення тексту виникає як результат взаємодії переважаючої кількості нейтральних елементів і порівняно незначної кількості маркованих елементів.

Лексична сполучуваність визначається *семантикою слів, їх належністю до того чи іншого стилю мови, експресивно-емоційним забарвленням, граматичними особливостями.* Більшість слів не має стилістичного забарвлення, тобто їх можна використати у будь-якому стилі. Що ж до слів, які мають те чи інше стилістичне забарвлення, пов`язане з належністю до певного стилю мови, то найчастіше в їх уживанні дотримуються вимоги стильової однoплановості. Так, у офіційно-діловому або науковому стилі недоречними будуть просторічні слова, жаргонізми, діалектизми. Проте це не значить, що слова різних стилістичних шарів не можуть опинятися поряд у тексті. Уживання різностильової лексики є цілком закономірним, якщо воно виправдане змістом тексту, відповідає задумові журналіста чи письменника, його ідеї. В іншому випадку уживання різностильової лексики допомагає створити комічний ефект (навіть тоді, коли автор цього не хоче). Напр.: «*Мій чоловік, що ніс відповідальність за своєчасне забезпечення кухні різними сільськогосподарськими продуктами для приготування належних страв, добре справлявся зі своїми сімейними обов`язками. Тому за останній календарний рік я налагодила своє харчування на високому рівні».*

Емоційно-експресивне забарвлення: *сивенька матуся, сивенький професор, міністр; гарненька дівчина, погода; плеяда (група визначних діячів) школярів, композиторів.*

Семантика слів: *вільна вакансія; «Опера «Наталка Полтавка» композитора Лисенка має авторитет у глядачів»*.

Граматичні особливості: збірні числівники сполучаються лише з іменниками назвами істот.

Отже, ряд обмежень у сполучуваності слів залежить від семантики слова, стильової належності, емоційно-експресивних якостей, від граматичних особливостей і норм слововживання, від етичних обмежень та ін.). Знання усіх цих відомостей і є тим, що звичайно називають мовним чуттям і що дозволяє правильно будувати висловлювання.

Питання для самоперевірки:

1. Назвіть лексичні засоби стилістики.
2. Як відбувається диференціація лексики української мови за стилістичними ознаками?
3. Подайте визначення міжстильової (нейтральної) лексики та стилістично обмеженої (маркованої) лексики.
4. Розкрийте ознаки та особливості використання емоційної лексики в українській мові.
5. Окресліть поняття стилістичної виразності.
6. Назвіть різновиди сполучуваності слова та подайте приклади.

Тема 3: Стилістичні можливості багатозначності

План

1. Значення полісемії в різних стилях мови.
2. Стилістичні прийоми, побудовані на багатозначності слова.

Основні терміни та поняття: *стилістична виразність, сполучуваність слова, полісемія, пряме та переносне значення слова.*

І. Дуже широкі значеннєво-стилістичні можливості мови, її виражальні багатства представлені такими її ознаками, якостями, як **полісемія**. Полісемія (грець. Poly – багато і sema – знак, значення) – наявність у семантичній структурі мовної одиниці кількох або багатьох значень (*іти* – 18 значень).

Значення багатозначних слів поділяються на прямі та переносні. Основне, вихідне значення називається ***прямим***. Воно зазвичай є нейтральним, позбавленим образності. ***Переносне значення*** слова завжди похідне, вторинне, воно розвивається з прямого, вихідного значення слова. Переносне значення може бути мовним, тобто таким, що закріпилося у мові, й індивідуально-авторським, тобто таким, що трапляється лише в певному художньому творі. Мовні переносні значення відображаються у словниках; переносні значення, образність яких усвідомлюється мовцями, супроводжуються пояснювальною позначкою *перен.*, напр.: *Руїна* – 1) Залишки зруйнованої споруди, населеного пункту; 2) Повний розвал, розруха; 3) перен., розм. Немічна від старості або хвороби людина.

Індивідуально авторські переносні значення не фіксуються у словниках, напр.: «*Виплуганились* на гору, в поле, і скульптор раптом зупинивсь» (Багмут); «Зграя залізних птахів *Хижо скалками полоще Безмір шляхів*» (Яр Славутич).

Багатозначність – це один з найважливіших шляхів розвитку словникового складу мови. Полісемічних слів (не термінів) багато в кожній розвиненій літературній мові, переважно в її розмовно-побутовому, художньому і публіцистичному стилях. Вони сконцентровують у собі основне лексичне, а на цьому грунті також і синтаксичне та стилістичне багатство мови, яке виявляється у контексті.

Багатозначні слова є джерелом виразності, до якого активно звертаються письменники і публіцисти. Але в окремих сферах існують певні обмеження щодо функціонування багатозначних слів. Так, зважаючи на те, що науковий та офіційно-діловий стилі вимагають максимально точного позначення понять, у наукових працях і офіційних документах повинні переважати однозначні слова, які забезпечують правильне сприймання тексту.

Конкретне стилістичне значення полісемічної лексеми визначається її сполученням з іншими словами, тобто у контексті, або ж увиразнюється певною ситуацією мовлення: «Наша влада так *здавила «залізні обценьки»*, що дух скоро вискочить» (газ). Правильно побудований контекст усуває багатозначність у сприйманні слова, не створює двозначності. У кожному окремому контексті багатозначне слово сприймається тільки в одному значенні (*100 голів свиней; голова соняшника; голова сільради; голова колони, хліб – усьому голова*). Виняток становлять випадки, коли мовець з певною комунікативною метою затінює справжню суть висловлюваного або свідомо надає йому гумористичного, подекуди навіть каламбурного значення.

Явище багатозначності слова **неоднаково проявляє себе в різних стилях.** Так, у ***науковому стилі*** контекст зазвичай дуже обмежує значення слова. Тематика наукового тексту, його комунікативні завдання, коло людей на яких він розрахований, створюють передумови значно вищої передбачуваності лексичних одиниць, ніж у інших стилях. А чим вищий ефект передбачуваності, тим менше умов для появи несподіваних, яскравих слововживань, а отже і стилістичного ефекту. Тому тут вибираються загальновживані нейтральні слова, в яких спеціально організований контекст начебто «відсікає» усі наявні у цього слова багатоманітні й багатопланові зв`язки.

Контекст у науковому стилі – це те середовище, яке надає однозначності загальновживаному (часто багатозначному) слову, уніфікує його сполучуваність, закріплює за словом у цьому тексті потрібне значення. У писемному варіанті наукового стилю використання багатозначного слова у його переносному, фігуральному значенні чітко і виразно відділяє його від решти тексту: «Будь-яка нова річ проявляє зовні й нові властивості. Внаслідок цього безконечність властивостей «*ширша», «багатша»* від безконечності властивостей суми його частин» (наук. журн.).

Перенесення значень багатозначного слова використовується і як один із засобів створення термінів*: плече важеля, гусениця трактора, атомні гратки*.

У ***діловому стилі,*** крім термінів, які за походженням є переосмисленими за подібністю найменуваннями, уживаються слова, що мають назву загальномовних, стертих метафор. Ці метафори давно втратили образність; у тому контексті, в якому вони уживаються, їх давня образність, як правило, не відчувається. Напр.: «У зв`язку з виділенням інституту додаткової *площі*, яка *вимагає ремонту*, просимо дозволити використання коштів по статті №4 річного кошторису».

В усній формі ділового стилю переносні значення багатозначних слів вживаються ширше (це саме можна сказати і про усний варіант наукового стилю), вони служать засобом виявлення емоцій при веденні полеміки, виступах в обговоренні проблем і т.д.

Найширшого застосування набуває явище полісемії ***у художніх*** та ***публіцистичних текстах***. Усяке багатозначне слово може відігравати стилістичну роль в залежності від авторської настанови і контексту.

Необхідно пам`ятати, що першим правилом вибору слова у будь-якій сфері спілкування є чітке знання мовцями його значення. Уживання слова у неправильному значенні перекручує зміст висловлювання, спотворює, робить незрозумілим, отже спілкування може втратити свою ефективність. Французький філософ і математик Декарт радив: «Уточнюйте значення слів – і ви врятуєте світ від безлічі непорозумінь». Цікаве висловлення з вимогою точності слововживання належить Льву Толстому: «Якби я був цар, то видав би закон, що письменник, який ужив слово, значення якого він не може пояснити, позбавляється права писати і отримує сто ударів різок». Невмотивоване використання слів забруднює мову, у спілкуванні людей воно може стати причиною непорозуміння, а то й конфлікту. Немає сфери комунікації, у якій вимога точності слововживання була б неактуальною.

II. Основні стилістичні прийоми, побудовані на полісемії:

1) Амплітуда коливання семантики окремого слова від ***загального, абстрагованого до конкретного, окремого*** створює можливість для стилістичних видозмін. Напр.: «Українські *зодчі* (архітектор, художник-будівельник) прикрашають столицю» і «Журналіст – *зодчий* слова, який знає, що чим міцніший, різноманітніший і своєрідніший матеріал, тим цікавішою буде публікація». Тут відбувається розширення значення слова, крок до його переносного вживання, а отже, і до полісемантизації.

2) Одним із найпоширеніших прийомів використання багатозначності є ***зведення в одному контексті двох значень того самого слова або двох відтінків його значення***: прямого і переносного, образного, тропеїчного. Напр.: «– *Слід* від польоту м`яча по зеленому полю – невже це той *слід*, що його має залишити після себе людина?» (О.Гончар); «Троянди *білі* пелюстки Ронить на *білий* папір. Хто *білішого* вірша напише?» (І.Драч). В останньому прикладі слово *біліший* викликає згадку одразу про два значення слова (колір квітки і форма вірша).

3) ***Розширення або звуження значення слова*** теж належить до давніх і випробуваних стилістичних прийомів. Перехід від вужчого до ширшого плану

оповіді дає гостро відчутний рух думки, напр.: «З-під порога її дороги пливуть, Ще й на всі чотири сторони. Він *пішов* отак *через синю траву, Повертався* ж – *через історію*» (Б.Олійник); «Зуміти прожити життя так, щоб народ прийняв з твоїх рук *вирощене тобою зерно*, а потім відчути смак його в *духовному хлібі народу* – яке щастя може бути вищим?» (І.Драч).

4) Багатозначне слово, завдяки якому відбувається рух думки, може в тексті не називатись, проте експресія від цього не зменшується, а навпаки, зростає. Такі ***авторські інтерпретації семантики слова*** у художньому тексті – явище досить поширене. Потрапляючи у новий, незвичний контекст, слово наповнюється не лише новим відтінком (тут скоріше можна говорити про відтінок у слововживанні, а не в значенні), а й виразним емоційно-експресивним забарвленням: «Був то середнього зросту худорлявий хлопець. Високе чоло, гладко зачесане назад чорняве волосся, в міру довгобразий, смаглявий, од чого й *посмішка* його *була* якоюсь *смаглявою*» (Б.Олійник).

5) Багатозначність слова дає можливість створювати у художньому тексті такі ситуації, коли ***пряме і переносне значення то сходяться у чомусь, то далеко розходяться, тримаючись лише на асоціативному зв`язку.*** Напр.:

«Не купуйте *теми* в магазинах –
Істини не висмоктати з пальця! –
В картузах, у вицвілих хустинах
Ходять теми на роботу вранці» (Б.Олійник)

Тут використано близькість, суміжність (ситуативну) понять «тема твору», «персонажі твору», «герої твору».

6) Інколи художній образ будується ***на зіткненні чи зіставленні прямого значення слова з переносним метафоричним***, напр.: «Ми знаємо куди *йдемо,* Як наші *ночі йдуть за днями*» (Вінграновський); «Закликати сьогодні, в епоху інформатики й тероризму, озброюватися козацькими шаблями – смішно, це можна було б дітям вибачити, але не *здоровим* чоловікам. Чи *здорові* вони?» (газ.).

7) Значний стилістичний ефект дає ***зведення в одному тексті вільного і фразеологічно зв`язаного значень слова***, напр.: «Уряд прийняв програму захисту *соціально вразливих громадян*. Соціально вразливі громадяни приємно *вражені*» (з газ.); «Раніше *сушили болота*, а тепер *сушать голову*: де знайти воду, щоб повернути життя занапащеній природі» (газ.).

8) Поєднання в одному контексті ***двох фразеологічно зв`язаних значень***: «На організації таких кооперативів Михайло *набив* собі *руку й кишеню*» (з газ.); «Парламент закликав Президента *піти у відставку*. У відповідь Президент закликав парламент *піти значно далі*. Дискусія триває» (з газ.).

9) До останніх двох прийомів особливо часто вдаються у сатиричних і гумористичних творах, у яких активно використовується каламбур (як перевірений засіб створення гумористичного ефекту). ***Каламбур*** (фр. «гра слів») – стилістичний прийом, в основу якого покладено багатозначність, омонімія, паронімія. Використовується для створення комізму: «Машина ніяк не *заводилася*. А він з дитинства мріяв *завести собі машину*» (з газ.).

У прямих і переносних значеннях слів (як і в омонімах, синонімах, антонімах тощо) своєрідно, через призму рідної мови відображається бачення кожним народом навколишнього світу, себе самого в ньому. Кожне окреме пряме чи переносне значення слова – це один з конкретних виявів мислення, сприймання людиною певної реалії життя.

Питання для самоперевірки:

1. Подайте визначення поняття «полісемія».
2. Наведіть приклади багатозначних слів.
3. У чому полягає значення полісемії в різних стилях мови?
4. Наведіть приклади правильного і не правильного використання багатозначних слів у публіцистичному стилі.
5. Розкрийте основні стилістичні прийоми, побудовані на полісемії.

Тема 4: Стилістичне використання антонімії

План

1. Антонімія як лексичне явище.
2. Стилістичні функції антонімів у текстах різних стилів.
3. Стилістичні прийоми, побудовані на антонімії.

Основні терміни та поняття: *загальномовні та контекстуальні антоніми, антонімічна градація, антитеза, епітет-оксиморон, антонімічна іронія.*

І. Антоніми (від грець. Anti – проти та onyma – ім`я) – слова, що називають протилежні за змістом поняття. Ці поняття належать до одного ряду явищ об`єктивної дійсності. Так, слова *глибокий – мілкий* показують розмір по вертикалі; *солодкий – гіркий* – смакові якості; *далеко – близько* вказують на відстань, *минуле – майбутнє* позначають час. Тож не можна сказати, що антоніми – це слова, що виражають протилежні значення, між якими немає жодного зв`язку. У людській свідомості абстрактні поняття закладені парами, кожне зі слів цієї пари так чи інакше викликає уявлення про друге*: швидкий – повільний, краса – потворність, багатство – бідність*. Таким чином, в антонімічні стосунки вступають не всі слова, а лише ті, що об`єднані змістом на основі їх протилежності, протиставлення. Антоніми належать до однієї частини мови і становлять замкнене попарне об`єднання слів. Слова з конкретним значенням, як правило, антонімів не мають. Не мають антонімів числівники, більша частина займенників. Найбільше антонімів серед прикметників, прислівників.

Слова-антоніми можуть бути ***полісемантичними***. В антонімічну пару таке слово входить із якимсь одним лексичним значенням. Унаслідок цього

утворюються найрізноманітніші за своєю семантикою сполучення слів: *старе - молоде* листя, жінка; *старий – новий* одяг, машина; *стара – сучасна* будівля.

Антонімам притаманна спільність сполучуваності, тобто здатність поєднуватися з тими самими словами в процесі висловлення думки. Так, слова *талановитий* і *бездарний* сполучаються з лексемами *твір, учень, людина, гра*, але не сполучаються зі словами *вода, дерево, олівець* і т.д.

За структурою антоніми бувають ***різнокореневі***, яких набагато більше, та ***однокореневі*** (*правда – неправда, надія – безнадія, безпека – небезпека*).

Антоніми можуть бути ***загальномовними,*** тобто антонімічні стосунки яких є зрозумілими поза контекстом. Такі антоніми існують у лексико-семантичній системі мови незалежно. Вони зафіксовані в усіх словниках УМ.

Контекстуальні антоніми набувають антонімічних стосунків лише у певному контексті. Це антоніми мовлення. Контекстуальні антоніми тісно пов`язані з ознаками, які властиві поняттям, вираженим загальномовними антонімами. У ролі контекстуальних антонімів найчастіше виступають слова, вжиті в переносному значенні. Ампліфікаційне зіставлення різнопланових за значенням слів підсилює емоційність опису, підкреслює зростаюче напруження. Напр.: «Розмах рятувальних робіт з кожною годиною наростав. Населення краю мовби розділилося цієї ночі на дві категорії людей: на *потерпілих*, і на тих, *що рятували*. Не було *не голів, ні секретарів, ні винуватих, ні безневинних; ні близьких, ні чужих; не було ні артистів, ні стажистів* – були люди, що рятували людей. *Дужчі – слабших*, одні*, що подають руку*, а другі*, що спасенно хапаються за неї*» (О.Гончар).

Контекстуальні антоніми завжди образні: на відміну від загальномовних вони вживаються здебільшого в публіцистичному, художньому, розмовному стилях.

Засобом контекстуальної антонімічної пов`язаності може бути заміна одного з компонентів пари його індивідуально створеним антонімом: «Коли Харитон пообідає, обов`язково скаже: – Борщ у тебе вийшов *негативний*, а капуста з ковбасою – *гативна*» (Є.Кравченко). У лексичній системі мови певні слова можуть і не протиставлятися, такого протиставлення їм надається в індивідуальному авторському вживанні, тому контекстуальні антоніми, як правило, є витвором індивідуальним, а не загальномовним.

У мовленні можуть протиставлятися будь-які слова, навіть синоніми. Особливо тоді, коли одна назва предмета чи явища експресивно нейтральна, а друга містить у собі виразну оцінку, має позитивне чи негативне забарвлення: *кінь – шкапа, будинок – халупа, палац – хата*.

Антонімія (як і синонімія) є явищем синхронним, тобто періодично змінним. Адже семантична зміна слова може спричинити втрату антонімічних зв`язків і навпаки – розвиток нових значень викликає появу нових антонімічних зв`язків; *шляхетний* у первісному сенсі «належний до шляхти» має антонім *простий*; *шляхетний* у значенні «благородний» – *грубий, вульгарний, невихований*.

ІІ. Використання антонімів є досить різноманітним в уснорозмовній, художньо-белетрестичній та суспільно-політичній лексиці. ***В офіційно-діловій та науковій лексиці*** їх уживання обмежене термінологічним характером цієї лексики, який звужує можливості не тільки антонімії, а й синонімії та полісемії. Своєрідним проявом антонімії (як правило, однокореневої) тут є наявність термінів, що позначають протилежні явища, процеси (*циклон – антициклон, залежність – незалежність, асиміляція – дисиміляція, революція – контрреволюція, імпорт – експорт*).

Науковий стиль, а особливо його різновиди, теж використовують антоніми як засіб відтворення шляху логічних роздумів, як засіб посилення впливу на сприймача інформації. Часом елементи (лексичні, синтаксичні, фразеологічні) офіційно-ділової та наукової мови використовують у текстах художнього та публіцистичного стилів: «Лексикон цього безсумнівно талановитого хлопчика досить твердо вклався в два слова: «гам-гам», причому цих слів *не пускає на вітер*, а *проводить їх у життя*» (В.Чечвянський).

Найбільше застосування як стилістичний засіб антонімія знаходить у ***публіцистичному та художньому стилях***. Тут вона дає невичерпні можливості для створення картин, у яких використовується пряме й переносне значення слова, різке й несподіване зіткнення різнорідних понять, зокрема в заголовках: «*Мир хатам – війна палацам»*, «*Батьки і діти*», «*Угору* сходами, що ведуть *униз*». Часом у ролі антонімічних заголовків виступають і семантично розмежовані на протилежні поняття синоніми: «*Базар* як дзеркало *ринку*» (газ.).

У системі виразових засобів мови антоніми відіграють досить важливу роль. Це зумовлюється насамперед тим, що вони допомагають створити контрастну характеристику образів, предметів, явищ: «Подумати тільки: на вогні*, вкраденому для людей* Прометеєм, *люди спалили* Джордано Бруно!»(газ.).

Антоніми посідають помітне місце серед стилістичних засобів мови ще й тому, що вони дають можливість створити контрастну характеристику образів, понять, явищ. Використовуються антоніми для відтворення шляху логічних роздумів, як художній прийом зіткнення понять еволюційного контрасту: «Можна б згадати, скільки політичних пристрастей і чвар розбилося об стіни цього собору, скількох бачив він *нападників* і *молільників*. Багато рук *будувало й захищало* собор, ще більше рук, мабуть, *замахувалося* на нього...» (П.Загребельний).

Антоніми сприяють підсиленню, увиразненню певного поняття. З цією метою поняття розщеплюється на антонімічні компоненти: «Часом ми вельми переконливо говоримо про складність людини, наперед припускаючи цю складність у заданій класичній багатозначності: шукай у *чесноті зла*, у *злі – чесноти*, в *любові – моральності* або *аморальності*, у *зіткненні полярностей – істини*» (газ.).

Антонімічні стосунки пов`язуються зі **стилістичними функціями**, що їх виконують слова-антоніми в певному контексті. ***Функція протиставлення*** полягає у вживанні антонімів для розмежування понять і реалій за семантичними ознаками.

Вживаючись у ***функції зіставлення***, слова, що перебувають в антонімічних стосунках, допомагають порівнювати різні реалії та поняття: «Ми працю любимо, що в творчість перейшла, І музику палку, що ніжно серце тисне. У щастя людського два рівних є крила: *Троянди й виноград, красиве і корисне*» (М.Рильський).

Іноді використовують разом і зіставлення й протиставлення антонімів:

«Так лагідно той час садівники зовуть,
Коли збираються у *понадморську путь*
Лелеки й ластівки – ці бистрі, ті лініві,
Коли сузір`я кіп золотяться на ниві,
І ллється дзвін коси серед густих отав,
І коник на гачку спадає в *тихий став»*. (М.Рильський).

Стилістична функція ***антонімічної градації*** базується на відокремленні понять, виражених антонімами, на розмежуванні їх одне від одного в часі, просторі. Це допомагає митцеві слова яскравіше змалювати картину зміни подій. Напр.: «Дівчина запалилася до праці, до діяльності... Вона буде вчителькою, вона понесе *світло* в *темряву, потіху – смуткові, поміч – убожеству*» (М.Коцюбинський).

Активно використовуються антоніми при ***іронічній характеристиці*** явищ дійсності. Іронія найчастіше проявляється в народних, приказках, прислів`ях, коротких афористичних висловах. В таких висловах слова виступають у протилежному йому значенні, де друга частина вислову ніби заперечує першу. Ця «прихована» антонімія і використовується для іронічної характеристики: «Такий ***добрий***, що готовий в ложці води втопити», «Такий ***щедрий***, що взимку снігу не випросиш», «Я його ***люблю,*** як сіль в оці». У виділених словах виявляється внутрішня протилежність, яка зумовлюється контекстом.

ІІІ. Антонімія лежить в основі таких художньо-зображальних прийомів, як антитеза, епітет-оксиморон, іронічне зіставлення.

Антитеза – стилістична фігура, побудована на підкресленому протиставленні протилежних явищ, понять, думок, почуттів. В основі антитези лежить антонімічна пара (загальномовна або контекстуальна). Різке протиставлення понять дає можливість авторові створити надзвичайно виразний, об`ємний образ. Антитеза сприяє змалюванню картин, у яких зіставляються прямі й переносні значення слів, використовується різке й несподіване зіткнення різнорідних понять: «Живімо красиво! - сказав колись А.С.Макаренко своїм вихованцям, маючи на увазі повсякденне, буденне життя. Він виходив з того очевидного припущення, що *чиста сорочка* приємніша за *стріпане ганчір`я,* що *сонце й повітря спортивного майданчика* веселіші за *морок підворіття*, що *музика балу* людяніша за *корчемну надсадну нудьгу*. Що *жити красиво*, дотримуючись умовностей, які прикрашають життя, не втрачаючи своєї гідності та не ображаючи чужої, набагато радісніше й спокійніше, ніж *тинятися на перехресті* в пошуках випадкового, як раптова смерть, брата по чарці» (журн.).

Антитеза може бути ***простою і складною***. Проста – це антонімічна пара в межах одного речення: «*Гірко заробиш – солодко з`їси*» або кількох речень (простих чи складних): «Дивна справа: *неписані закони знають усі*. *Писані – тільки ті, хто їх писав*» (газ). Складна – цілий ряд антонімічних пар, що створюють певний образ. Часом антитеза являє собою дуже поширене речення чи навіть цілий твір (наприклад, вірш), у якому дві частини протистоять одна одній:

«Зринає, голосний і розмаїтий,
На шістдесят земних коротких літ
З грузького дна – латаття ніжний цвіт,
Щоб нам жагу неситу упоїти.
Як тішать нас озера, гори, квіти,
Роса, і теплий грім, і шепіт віт,
І людська творчість споружає міт
Під саме небо, зорями розшите,
Та скоро попіл сутінних обслон
Спадає, глушить веселковий тон
Думок, жадань, і щирого завзяття.
А дні летять, як вітер; рвуть стерно
І топлять нас. І білий цвіт латаття
Вертають на мулке і чорне дно» (М.Зеров).

У публіцистиці антитеза посилюється і увиразнюється різного роду повторами, градацією, набирає форм чіткого паралелізму – усе це робиться з метою створення потрібної авторові напруженості тексту. Це визначальна риса публіцистичних творів: «Він був *сином кріпака* і став *володарем в царстві духа*. Він був *кріпаком* і став *велетнем у царстві людської культури*. Він був *самоуком* і вказав нові, світлі і вільні шляхи професорам і *книжним ученим*» (І.Франко).

Комічні, каламбурні антитези будуються на несподіванці: всупереч очікуваному з`являється несподіване протиставлення: «Цар я чи не цар? – *грізно* подумав Лев і *лизнув руку* дресирувальника» (газ.).

Експресивність вислову значно посилюється, коли антитези:

а) символізуються «Не бий, поете, душі свічад, Прославлюй *злети,* оплакуй *спад*» (Яр Славути);

б) підпираються повтором «Можеш *їхати плавом*, а можеш *гнати на всі стонадцять миль*, коли вже й шкали для стрілки не вистачає» (О.Гончар);

в) увиразнюються порівнянням «Її думи далекі від неї. Мов ластівки-прудкокрильці – то *шугонуть* на схід сонця,.. то *впадуть* біля дніпрових круч» (Ю.Бедзик);

г) робляться стилістично вагомішими завдяки метафорі: «Ти знав, - *упавши* й *знявшись* піснею, Голготу знайдеш у безсмерті» (Яр Славутич).

Епітет-оксиморон (гр. oxymoron «дотепно-безглузде») – мовна фігура, в якій поєднується два протилежних за змістом слова, що в сукупності дають нове поняття. Такі фігури допомагають повніше відтворити складність і суперечливість зображуваних явищ. Уміле використання оксиморонів надає

мовленню витонченості й дотепності, тому поети, прозаїки, публіцисти часто вдаються до цієї фігури, зокрема в заголовках: «*Гаряча мерзлота*», «*Невлаштований благоустрій», «Небезпечна безпека», «Розумний дурень*», «*Мовчазний крик*».

Прийом **антонімічної іронії** полягає в тому, що слово сприймається не в прямому, а в протилежному розумінні, тобто стає самоантонімом: «Ну, я й *швидкий*: запізнився всього на три години», «*Пожалів* вовк кобилу – зоставив хвіст та гриву», «Така *гарна*, що як визирне у вікно, то потім собаки на те вікно три дні гавкають». Антонімія використовується як композиційний засіб: за її принципом складаються афоризми, гумористичні й сатиричні вислови, байки, гуморески: «*Усі жанри гарні, крім нудних*» (М.Вольтер).

Про широке використання антонімії в розмовному мовленні можна говорити на тій підставі, що антоніми наявні в усіх жанрах народної творчості – піснях, прислів`ях, приказках: *порожня бочка гучить, а повна мовчить; краще синиця в руках, як журавель у небі* і т.д.

Таким чином, антонімія використовується досить широко як стилістичний засіб, її можливості в цьому плані вужчі, ніж у синонімії, але ширші за можливості омонімії й паронімії. Напр.: «Що ж... Муза вимагає *жерти*... чи пак *жертви*» (Літ.Україна).

Питання для самоперевірки:

1. Подайте визначення поняття «антонімія». Наведіть приклади антонімів.
2. Назвіть стилістичні функції антонімів у текстах різних стилів.
3. Наведіть приклади доцільного і не доцільного використання антонімів у публіцистичному стилі.
4. Розкрийте основні стилістичні прийоми, побудовані на полісемії.
5. Назвіть особливості таких стилістичних прийомів як епітет-оксиморон та антонімічна іронія.

Тема 5: Лексика іншомовного походження зі стилістичного погляду

План

1. Групи лексики СУМ за походженням.
2. Стилістична роль іншомовної лексики у різних стилях СУМ.
3. Критерії використання лексики іншомовного походження.
4. Росіянізми в телевізійному мовленні й у газетному тексті.

Основні терміни та поняття: *лексичне запозичення, калькування, інтернаціоналізми, варваризми, екзотизми, оказіоналізми; лексичні, граматичні та синтаксичні росіянізми*.

І. Лексика кожної мови складається в процесі її тривалого історичного розвитку. Лексика СУМ за походженням неоднорідна. Близько 90 % становлять успадковані слова, тобто такі, що ведуть свій початок:

а) з індоєвропейської мовної єдності;

б) зі спільнослов`янського періоду;

в) що з`явилися на українському грунті.

Решта лексичного складу – слова, запозичені з інших мов.

Запозичення є в кожній мові, бо жоден народ не живе відокремлено від інших народів. Засвоєння слів з інших мов є одним із шляхів збагачення лексичного складу. Розрізняють запозичання лексичне, словотвірне, морфологічне, семантичне, а також калькування.

Лексичне запозичення – засвоєння з інших мов слів: *горизонт* (гр.), *журнал* (фр.). ***Словотвірне запозичення*** – засвоєння іншомовних суфіксів або префіксів: *побутовизм, архімудрий, контрзахід*. ***Морфологічне запозичення*** – один із елементів складного слова питомий, другий – запозичений: *світло**метрія**, теле**бачення*. ***Семантичне запозичення*** – поява в українському слові нового значення під впливом аналогічного процесу в іншомовному слові. Напр. у слові *лев* до первинного значення «хижий звір» додалося «світський франт» під впливом французького слова; у слові *супутник* – «той, хто іде поруч» нове значення «пристрій для дослідження космосу» з`явилося під впливом російського *спутник.*

Калькування – копіювання структури іншомовного слова засобами рідної мови. Так, з рос. *прораб, судьбоносный, ледокол, луноход, небоскреб* скальковано укр. *виконроб, доленосний, криголам, місяцехід, хмарочос*.

Іншомовні слова, вислови, фразеологізми входили і входять у систему української лексики протягом усієї історії мови у зв`язку з економічними, географічними, політичними, культурними контактами українського народу з іншими народами. Серед слів іншомовного походження виділяють інтернаціоналізми, екзотизми, варваризми, запозичення і власне іншомовні слова.

Інтернаціоналізми – слова, які вживаються у багатьох неблизькоспоріднених мовах і разом з тим зберігають близькість звучання й тотожність значення; як правило, не мають відповідників у мові, що їх запозичила. Вони поширені переважно у сфері лексики на позначення понять з галузі науки, культури, політики, мистецтва, суспільного життя: *гуманізм, конференція, університет, бібліотека, телефон* та ін.

Екзотизми (етнографізми) – слова, що називають поняття й реалії з життя певного народу або групи народів: *леді, містер, полісмен, аул, сакля*.

Крім екзотизмів, в українській мові є слова, що не входять до її лексичного складу, але іноді вкрапляються у текст для відтворення місцевого колориту, для надання мовленню жартівливого, або книжного, урочистого забарвлення. Це так звані ***варваризми***: *alter ego* – «друге я», *alma mater* - дослівно «мати-годувальниця», *ідея фікс* – «нав`язлива думка», *хепі енд* – «щасливий кінець».

Входячи в українську мову, лексика іншомовного походження засвоюється графічно, фонетично, граматично. Ознака графічного освоєння чужих слів – написання їх літерами української абетки: *проблема* (гр.), *автор* (лат). Варваризми здебільшого відтворюються графікою мови-джерела: *fata morgana, nota bene* хоча можлива й передача українськими літерами: *хепі енд, віва*. Наслідком фонетичного засвоєння є заміна невластивих українській мові звуків близькими до них. При граматичному підпорядкуванні може змінюватися категорія роду й числа відповідно до граматичних норм української мови.

Давно запозичені слова вже глибоко увійшли у мову, підпорядкувавшись усім її законам і майже нічим не видають свого іншомовного походження. Крім давнини та шляхів запозичання, цьому сприяє також близькість їх фонетичної структури до складу власне українських слів. Це запозичення на зразок: *левада, троянда, папір, колір, барв*а; особові імена *Андрій, Василь, Катерина, Олена, Олександр, Наталя, Валентина, Данило, Михайло*.

На відміну від глибоко засвоєних мовою запозичень, в українській лексиці є слова, що зберігають чужорідність звучання і форми. До складу таких слів входять невластиві українській мові звукосполучення ***нгл, мпт, пс, кс***: *симптом, психологія, ксерокс, сканер, комп`ютер*; слова з початковим ***а, е***: *агент, акція, економіка, емоція*; слова, що мають у своєму складі звук **ф** (цей звук слов`янські мови запозичили): *факультет, флейта, шеф*. Це і є ***власне іншомовні слова***, які наводяться в словниках іншомовних слів.

ІІІ. Іншомовні слова – важливий компонент лексичного складу СУМ – вживаються ***у всіх її стилях і формах***. З точки зору наявності чи відсутності додаткових експресивно-емоційних значень таких слів усі вони можуть бути поділені на запозичення, засвоєні мовою (стилістичні можливості цих слів не пов`язуються вже з їх походженням), і власне іншомовні слова (які характеризуються чужорідністю звучання, що зумовлює їх стилістичні особливості. Окремо стоять різні типи індивідуально-авторських запозичень (вони перебувають поза межами лексичного складу мови і відзначаються яскраво виявленим колоритом незвичності, екзотики) . Стилістична роль цих слів у різних текстах неоднакова.

У ***науковому, офіційно-діловому і частково публіцистичному*** стилях іншомовні слова та інтернаціоналізми часто виступають як терміни або входять до словосполучень термінологічного типу. Ці слова створюють колорит офіційності, книжності. Постійно зростає у мовах світу кількість інтернаціоналізмів (насамперед за рахунок термінів), що створює можливість – у разі потреби – передавати певні додаткові семантико-стилістичні нюанси. У названих стилях помітне переважне вживання іншомовного слова при наявності українського відповідника (*диференціювати – розрізняти, рентабельний – вигідний, адекватний – рівнозначний* та ін.). Перевага іншомовним словам надається тому, що вони позбавлені багатобічних зв`язків (семантичних, граматичних і фразеологічних) з лексичними елементами у різних стилях мови, що могло б мати небажаний емоційний резонанс у науковому, і особливо в

офіційно-діловому стилях мови. Разом з тим, невмотивоване вживання іншомовних відповідників до українських слів є недоречним.

Мові однаково шкодять як безоглядне викорінювання будь-яких іншомовних слів, так і надуживання чужомовної лексики, переобтяження нею письмових та усних текстів, особливо призначених для широкого читача чи слухача. Особливо знижують рівень культури мовлення помилки у вживанні іншомовних слів (депутат: «Ми що ж повинні відкладати питання через таку дрібницю? Це ж просто *анонс» (нонсенс);* Литвин: «Звичайно ж непорозуміння із вступом у СОТ розхолодить, розчарує, *демобілізує* багатьох депутатів» (*деморалізує*).

У публіцистичному стилі іншомовні слова називають реалії громадського життя, політичного ладу, господарського устрою інших країн. Серед цих слів є не лише загальномовні запозичення, а й екзотизми та варваризми. Слід мати на увазі, що запозичення, постійно вживані у певних контекстах, набувають специфічного відтінку, який за ними закріплюється. Так, слово *інспірувати* (підбурювати) набуває негативного забарвлення (*інспірувати авантюру, путч*); слово *репатріація* означає «повернення на батьківщину», проте вживається значно вужче (його не вживають стосовно повернення після подорожі, відрядження).

На відміну від ділового та наукового стилів у газетно-публіцистичному стилі іншомовні слова широко вживаються з переносним значенням. Запозичені слова можуть служити засобом створення образності, навіть персоніфікації: «*...Авіація* – це правнучка *поезії*» (Д.Павличко). Вони можуть бути засобом створення контрасту і вживатись з іронічним значенням.

Той факт, що іншомовні слова можуть справляти враження високих, урочистих, небуденних порівняно з українськими, а також більш «учених та «вишуканих», використовується у пародіях та сатирах: «*Маразми і міазми* минулого, гнилого, що вмирає в маренні *ексцесів, процесів* та історичних *регресів,* не хвилюють поета. Поет зв`язаний залізобетонною пуповиною з нашим радісним сучасним. Голос нашого поета так мужньо лунає по простору, *по атмосфері* та *стратосфері*. Він не говорить, а «рокоче». Його стиль «*рококо»* (журн.).

У ділових текстах рекомендується вживати лише ті іншомовні слова й терміни, які або одержали міжнародне визнання, або не мають еквівалентів у нашій мові (до міжнародних належать фінансові терміни, терміни бухгалтерського обліку, діловодства, зовнішньої торгівлі, медицини).

Уживання іншомовних слів у цих текстах регламентується такими правилами: запозичення повинне бути необхідним (у нього в українській мові не має бути відповідників з тим самим обсягом значення). Так напр., треба писати *місцевий,* а не *локальний*, *відтворювати*, а не *репродукувати, переважати*, а не *превалювати*, бо ці пари слів тотожні за своїм значенням у загальнонародній мові.

Запозичене слово повинне вживатися правильно і точно; в тексті документа воно має бути зрозумілим для тих, хто буде знайомитися з цим документом, не рекомендується в межах одного документа вживати на

позначення того самого поняття і запозичене, і українське слово (*конвенція – умова, патент – авторське свідоцтво* та ін.).

У художньому тексті іншомовні слова, які давно і глибоко засвоєні українською мовою , виступають з найрізноманітнішими завданнями – від нейтрального (номінативного) до виразно експресивного, образного.

Серед засвоєних запозичень є слова, які переважно вживаються у науковому стилі. Потрапляючи у художній текст, вони сприяють створенню потрібної авторові атмосфери, напр.: «*Холерик* я, знаєте. Не завжди вмію *емоціо* з *раціо* узгоджувати. Тому-то я із заздрістю дивлюся на тих, у кого нерви – наче корабельні канати» (журн.). Як бачимо, невідповідність високої лексики і буденної тематики надає тексту гумористичного звучання.

Елементи просторічного «суржика», в якому запозичення зазнають орфоепічних змін під впливом української мови, служать перевіреним засобом гумористичних характеристик*: радіва, ружжо, компупери*.

Іншомовні вкраплення (не як назви речей і побуту, а значно ширші семантично) мають, як правило, відповідники в українській мові; проте частіше вживаються саме ці – запозичені слова і словосполучення, бо вони містять додаткову експресію. Напр.: « – Фінал фільму я дам крупним планом... Це буде нечуваний «*хепі енд*»!» (О.Гончар).

Крім названих, у художніх текстах уживається ще один прийом використання запозичень. ***Це оказіональні*** (індивідуальні) слова і словосполучення, які вибираються і вмонтовуються авторами в текст залежно від його конкретних потреб*: контра спем сперо*.

У мові персонажів запозичені слова можуть створювати найрізноманітніші враження: і високої мовної культури, і належності до певної професії, і зарозумілої неосвіченості. Як правило, запозичення тут – серед інших лексичних засобів – створюють загальну позитивну чи негативну характеристику персонажів.

В усному побутовому мовленні багато іншомовних слів використовується не як стилістичний засіб, а для прямого називання предметів і явищ дійсності (*буфет, кіно, декан, факультет* та ін.). Зрідка у розмовній мові запозичення вживаються зі стилістичною функцією, яка пов`язана тут з відчуттям належності слова до іншого мовного середовища; такі слова набувають у контексті певного експресивного відтінку: *мейк-ап, візаж, паті, клуб, дефіле, шоу*.

Загальновідомо, що вжиті у невідповідному контексті запозичення, як і неправильно вжиті іншомовні слова, - постійне джерело створення гумористичних ситуацій, напр.: «У Ширяєвих є коза Машка – зла, бидлива і молока не дає. «*Коза ностра»* – звуть її господарі» (газ.).

Закріплюючись у розмовній мові, іншомовні слова скоро втрачають барву «чужорідності» і починають виявляти словотворчу активність: *світлофорити, скопіювати, відсканувати, комп`ютеризований* і т.д.

Отже, іншомовні слова є важливим елементом лексичного складу української мови. Вони приходять разом із поняттями. Адаптувавшись у мові поширення, збагачують її словесний арсенал. Спроби викинути слова лише за

те, що вони іншомовні, здебільшого не мають успіху. Але надмірне захоплення чужою лексикою, не вмотивоване ні номінативними, ні стилістичними міркуваннями, є свідченням низького рівня освіченості, недостатньої обізнаності з можливостями рідної мови.

У тих випадках, коли іншомовне слово ще достатньо не засвоєне українською мовою, а в журналістському творі його не можна уникнути, треба використовувати різні ***способи уведення іншомовного слова в текст***, щоб полегшити читачам (слухачам, глядачам) його сприйняття:

- після першого вживання малозрозумілого іншомовного слова в тексті у дужках подати український відповідник;
- обіграти іншомовне слово в тексті, з`ясувавши його значення для читачів (слухачів, глядачів);
- подати дефініцію (визначення) прямо в тексті;
- дати посилання внизу колонки (сторінки) в газеті чи рухомим рядком на телеекрані;
- якщо текст насичений порівняно новими іншомовними словами подати в кінці його короткий словничок іншомовних слів.

III. Коли йдеться про помилкове вживання росіянізмів, то переважно мають на увазі лексичні росіянізми, здебільшого не беручи до уваги граматичних, орфоепічних та ін. Проте варто зауважити, що будь-які росіянізми, вжиті без спеціальної стилістичної настанови, є вкрай небажаним явищем у мові мас-медіа, оскільки вони не просто тиражують помилки, а й руйнують саму «структуру української мови». Ці помилки через частоту їх повторюваності масовий глядач (читач) починає сприймати як певну «норму», як зразок для наслідування.

Звісно, різні ЗМІ, зважаючи на їх специфіку, справляють різний уплив на згадані процеси, проте існує й ціла низка проблем, спільних для різних ЗМІ. Як відзначають дослідники мови ЗМІ, найбільше й на ТБ й у пресі випадків вживання ***лексичних росіянізмів***. Важко сказати, хто частіше припускається таких помилок: тележурналісти чи газетярі. Вважається, що на ТБ лексичних росіянізмів трохи більше, але це тому, що, крім журналістів, у передачах беруть участь також політики, фахівці з різних галузей науки, культури і просто люди з вулиці. Найчастіше причиною помилок є недостатній словниковий запас у людей, які порівняно недавно почали говорити українською мовою. Проте й ті журналісти, для яких українська мова є рідною, припускаються таких помилок через уплив російськомовного середовища чи внаслідок засилля російськомовних передач на окремих загальнонаціональних та місцевих телеканалах, на ФМ-радіостанціях (ці передачі, навіть якщо їх спеціально не прослуховувати, мимоволі впливають на підсвідомість, оскільки нав`язливо лунають у громадському транспорті, в місцях масового відпочинку людей). Приклади: *«Пияцтво часто* ***являється*** *причиною злочину»*; «*Сьогодні Єхануров вперше виступив* ***в якості*** *прем`єр-міністра»*; «*Група налічує 25* ***чоловік»,*** «***Потерпіли*** *невдачу на виборах*» (зазнали); «*Наші думки* ***співпадають***»;

«***Вступив у силу*** *Закон*» (набрав чинності); «*Четверте* ***за ліком*** *видавництво*»; «***Заключили*** *контракт*».

Проте є такі лексичні росіянізми, які в телевізійному й газетному мовленні трапляються лише зрідка, оскільки в одних випадках це елементарні помилки, а в інших вони мають надто прихований характер, бо в українській мові є слова з такими ж коренями. В газетах останніх помилок навіть більше, ніж на ТБ, бо ці приховані помилки виникають найчастіше в аналітичних текстах, а на нашому ТБ останнім часом переважає інформативне й розважальне мовлення. Напр.: «***Назначили*** *директором підприємства»* (призначили); «***Непосвячним*** *важче: вони мало що розуміють*ь» (невтаємниченим); «*На кожне місце* ***приходилося*** *по два абітурієнта»* (припадало, претендувало); «*Що цей Закон* ***представляє*** *собою»* (являє); «*Футболіст* ***наніс*** *потужний удар»* (завдав); «*Така ж* ***участь*** *чекає іншу політичну партію*» (доля).

Не набагато менше в телевізійному мовленні й у газетних текстах ***граматичних росіянізмів***. Вони завдають мовленню величезної шкоди, адже вносять в українську мову чужі їй структури, руйнуючи ті, що існували досі, уподібнюють українську мову до російської, нівелюють усі особливості української мови. На морфологічному рівні росіянізми переважно виявляються в уживанні іменників у роді й числі, що властиві російській мові. Напр.: «*Університет імені Шевчен****ко»****; «Привітали молодих* ***солдат»****; «Дізнався з* ***великою біллю***».

Синтаксичні росіянізми – це переважно так звані пасивні конструкції на місці українських активних зворотів і безособових речень, а також конструкції з невластивими українській мові активними дієприкметниками теперішнього часу. Напр.: «***Непрацюючі*** *підприємства»; «Про склад* ***граючих*** *сьогодні футболістів*».

Крім того, чимало помилок у мові ЗМІ пов`язано з порушенням норм керування. Цих помилок припускаються тоді, коли не враховують розбіжностей у варіантах керування в українській і в російській мовах. Напр.: «*Новини виходитимуть з* ***понеділка по четвер****»; «Довідник* ***по криміналістиці****»; «Звернувся* ***за лікарською допомогою****»; «Він уміє говорити з* ***народом на зрозумілій мові****»; «Доручення можна* ***відправити по пошті****»; «****При умові*** *виконання зобов`язань»; «****По всіх питаннях звертатися на адресу»****.*

Отже, ті самі чинники позначаються як на телевізійному, так і на газетному мовленні. І якщо, скажімо, в телевізійному мовленні менше використовують ускладнені синтаксичні конструкції, утворені з порушенням норм української мови, то це лише тому, що вживання таких конструкцій взагалі не передбачає специфіка ТБ. Але в телевізійному мовленні трохи більше, ніж у газетних текстах, відхилень від норм керування, що також можна пояснити деякими рисами ТБ, зокрема його зорієнтованістю на розмовну стихію.

Питання для самоперевірки:

1. Назвіть групи лексики сучасної української мови за походженням.
2. Подайте визначення понять «лексичне запозичення», «калькування», «екзотизм», «варваризм».
3. Розкрийте стилістичну роль іншомовної лексики у різних стилях СУМ.
4. Поясніть, яких критеріїв використання лексики іншомовного походження має дотримуватися журналіст у професійній діяльності.
5. Назвіть різновиди росіянізмів в телевізійному мовленні й у газетному тексті.
6. Наведіть приклади росіянізмів із мови засобів масової комунікації.

ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1: Сучасна українська літературна мова як основа стилістики

Опрацювати такі питання**:**

1. Загальнонародна мова та її складники. Поняття «сучасна українська літературна мова».
2. Дві форми української літературної мови. Засоби кодифікації мови.
3. Норми сучасної української мови.
4. Стилістична норма в мові й у мовленні.
5. Роль засобів масової інформації в поширенні норм УЛМ.

Основні терміни та поняття: *національно-мовна свідомість, кодифікація мови, стилістична норма, мовна культура журналіста.*

Виконати завдання:

1. Проаналізувати дотримання орфоепічних, акцентуаційних, лексичних, морфологічних, фразеологічних, стилістичних норм у ЗМІ. Навести конкретні приклади порушення цих норм із зазначенням джерела.
2. Підготувати наукову доповідь-презентацію щодо проблем функціонування української мови у ЗМК, опрацювавши такі статті:

1) Каранська М. Річище нашої мови потребує очищення. *Урок української.* 2017. №6. С.13–16.
2) Кулик З. Українська мова у сучасних ЗМІ. *Урядовий кур`єр.* 2018. 27 жовтня. С.3–8.
3) Різун В.В. Мовлення в структурі професійної діяльності журналістів. *Журналістика. Преса. Радіо. ТБ.* Вип 22. Київ : КНУ, 2017. С. 34–44.
4) Сербенська О., Волощак М. Мова журналістів – мова читачів. *Урок української.* 2017. № 9. С. 12–23.
5) Гей В. Культура мови в регіональних ЗМІ. *Урок української.* 2019. №4. С.23–25.
6) Доломан С.Є. Двомовні ЗМІ і культуроносна функція мови. *Вісник Київ. нац. ун.-ту. Серія «Журналістика».* 2018. №12. С.40–42.
7) Плеханова Т.М. Мовні огріхи в газетних публікаціях. *Вісник ЗНУ. Серія «Філологічні науки».* Запоріжжя: ЗНУ, 2017. № 3. С. 171–173.
8) Лизанчук В.В. Моральність і аморальність в політиці і журналістиці (Про статус української мови). *Нова філологія.* Запоріжжя, 2017. Вип. 3 (23). С. 204–220.
9) Сербенська О.А. Українська мова в засобах масової інформації. Українська журналістика і національне відродження. Київ : НМК ВО, 2017. С. 51–59.
10) Соколова І.О. Мова друкованої реклами. *Мовознавство.* 2019. №1. С. 63–70.

11) Яцимірська М.Г. Культура мови журналіста як показник його інтелекту. Українська журналістика і національне відродження. Київ : НМК ВО, 2018. С. 83–86.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389с.
2. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с.
3. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
4. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
5. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
6. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
7. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
8. Пентилюк М. Культура мови і стилістика. Київ : Либідь, 2018. 240 с.
9. Пилинський М.М. Мовна норма і стиль. Київ : Наук. думка, 2016. 294 с.
10. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
11. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.

Методичні вказівки

При підготовці до практичного заняття необхідно опрацювати низку наукових статей та матеріали наукових конференцій. На підставі опрацьованих наукових джерел написати доповідь, в якій відзначити найважливіші думки з цих джерел та цитати дослідників, а також викласти власні міркування з окресленого питання.

Питання культури усного і писемного мовлення ЗМК в останні роки привертає до себе дедалі більшу увагу громадськості. Проблемі мовних помилок, у тому числі у журналістських матеріалах, присвячені роботи А.Капелюшного, В.Різуна, О.Сербенської, Ф.Бацевича, Н.Бабич, М.Волощак та інших науковців. Проте аналіз мови запорізьких періодичних видань засвідчує, що ця проблема залишається відкритою й актуальною. Лизанчук В.В. (Моральність і аморальність в політиці і журналістиці. *Нова філологія*. Запоріжжя, 2018. Вип. 3 (23). С. 206) зазначив, що питання «Бути чи не бути українській мові», «національному інформаційному просторові» означає «бути чи не бути українській Україні». Тому таке гостре мовно-культурне протистояння в Україні.

Слово – професійна зброя журналіста. Недарма ж кажуть, що журналіст – професія підвищеної мовленнєвої відповідальності. Для масової аудиторії мова

ЗМІ є взірцем – тому її брутальність, недбалість, неповага до її законів та норм багатократно повертається зниженням і моральної та мовленнєвої культури читача чи глядача. Отже, мова журналістики – показник її морально-етичного рівня, і ширше – рівня культури суспільства. А значить мовний аспект підготовки журналіста є не менш важливим, ніж формування його світоглядної, громадянської позиції та інших соціальних якостей.

Мова для журналіста – це найперше й незмінне знаряддя праці. «Мова журналіста й письменника – це не тільки знання окремих слів, це стиль, це багатство висловів, це вміння орудувати метафорами, це знання приповідок і приказок, це знання історії і літератури, а також історії політичного мислення народу, мовою котрого виходить часопис» (І.Кедрин-Рудницький). Для журналістів важливе не тільки засвоєння теоретичних основ сучасної української літературної мови, а й вироблення чуття мови та стилістичних навичок.

Тема 2: Основні поняття й категорії стилістики

Опрацювати такі питання**:**

1. Стилістика як мовознавча дисципліна.
2. Завдання практичної стилістики, її місце в системі журналістської освіти.
3. Основні поняття й категорії стилістики.
4. Характеристика функціональних стилів СУЛМ.
5. Інформативно-впливова та соціально-оцінна функція публіцистичного стилю, його місце в системі стилів СУЛМ.

Основні терміни та поняття: *лінгвостилістика, практична стилістика, стиль, стильовий, стилістичний, стилістема.*

Виконати завдання***:***

1. Виписати із Великого тлумачного словника СУМ, та з 11-том. словника СУМ всі значення слів *стиль, стильовий, стилістичний*. Скласти з кожним значенням по 2 речення.
2. Знайти в газетах зразки текстів різних стилів. Довести, що це саме той, а не інший функціональний стиль.
3. Написати 7 творів-мініатюр «Сучасна політична ситуація в Україні» (або на будь-яку іншу актуальну тему), проілюструвавши кожен з функціональних стилів.

❖ Опрацювати статтю Должикової Т. «Мовна особистість» як поняття лінгвостилістики. *Слово. Стиль. Норма* : зб. наук. праць. Київ : Наук. думка, 2018. С. 86–91.

❖ Скласти порівняльну таблицю функціональних стилів СУМ, письмово проаналізувати їх лексичні, фразеологічні та синтаксичні особливості.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Ботвина Н. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови. Київ : Наук. думка, 2017. 267 с.
3. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с.
4. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
5. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
6. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
7. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.

8. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
9. Должикова Т. «Мовна особистість» як поняття лінгвостилістики. *Слово. Стиль. Норма* : зб. наук. праць. Київ : Наук. думка, 2020. С. 86–91.
10. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
11. Пилинський М.М. Мовна норма і стиль. Київ : Наук. думка, 2016. 294 с.
12. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.

Методичні вказівки

Розкриваючи ***перше питання***, потрібно звернути увагу на те, що розрізняють стилістику *літературознавчу* і стилістику *лінгвістичну* (лінгвостилістику). Лінгвостилістика являє собою розділ мовознавства і в залежності від предмета вивчення або аспекту дослідження поділяється на кілька дисциплін. Основні з них: функціональна стилістика і стилістика експресивних засобів. Крім того, виділяють практичну та аналітичну стилістику.

У відповідності до двох взаємозалежних проявів мовної дійсності виокремлюється стилістика мови і стилістика мовлення. Відомий поділ лінгвостилістики і за рівнями мовної структури. Отже, маємо лексичну, деривaційну, граматичну стилістики і фоностилістику. Порівняно недавно (з середини 60-х років ХХ ст.) у мовознавстві почали вживатися терміни «стилістика кодування» і «стилістика декодування».

Таким чином, лінгвостилістика складається з цілої низки основних і побічних дисциплін, але всі ті дисципліни так чи інакше стосуються вивчення виразових можливостей мови, вивчення механізмів, з допомогою яких породжуються різні експресивні ефекти мовлення.

Для висвітлення ***другого питання***, необхідно зазначити, що сучасна практична стилістика містить не тільки нормативність використання стилістичних засобів, загальні відомості про стилі, оцінку і характеристику мовних одиниць, зокрема синонімічних, а й комунікативну мету, цільову настанову, умови й ситуації спілкування. Завданням практичної стилістики є впровадження в мовленнєву практику правил теоретичної стилістики, виховання у мовців чуття мовної культури.

Відповідаючи на ***третє питання***, треба пам’ятати, що, як і кожна інша галузь знань, стилістика оперує великою кількістю своєрідних, тільки їй властивих мовознавчих термінів. До основних термінів стилістики належать: «*стилістика», «стилістична система мови», «стилістична структура мови», «стилістема», «стиль мови*». Необхідно подати визначення цих термінів, проаналізувати їх складові, навести приклади.

Аналізуючи ***четверте питання***, слід подати характеристику наукового, офіційно-ділового, художнього, розмовного, конфесійного та епістолярного стилів сучасної української літературної мови. Необхідно звернути увагу на їх підстилі та різновиди, мовностилістичні особливості та зазначити, що оскільки

суспільні функції мови часто переплітаються, то й функціональні стилі не є відособленими один від одного, кожен з них має в собі елементи іншого.

Відповіддю на ***п`яте питання*** буде детальний аналіз публіцистичного стилю із визначенням найважливіших рис, ознак, форм реалізації, принципів викладу інформації, а також лексичних, фразеологічних та граматичних особливостей цього стилю.

Необхідно усвідомити, що публіцистика є сферою масової комунікації, тому цей стиль має дуже широкий діапазон. З огляду на призначення публіцистичного стилю – формування громадської думки – визначальною його рисою є вдале поєднання логізації викладу з емоційно-експресивним забарвленням.

Тема 3: Лексичні засоби стилістики

Опрацювати такі питання**:**

1. Поняття «стиль мови і мовлення».
2. Стилістично марковані та нейтральні мовні одиниці.
3. Засоби лексичної стилістики.
4. Стилістична диференціація лексики української мови.

Основні терміни та поняття: *функціональний стиль, експресивний стиль, експресивно-стилістичне забарвлення, лексична стилістика, міжстильова лексика.*

Виконати завдання:

1. Виписати із Тлумачного словника УМ та 11-том. СУМ 10 слів, що мають стилістичні помітки. Скласти з кожним по 1 реченню публіцистичного стилю.
2. Виписати із журналістських публікацій 10 речень із стилістично забарвленими словами, пояснити спосіб їх творення та стилістичні функції у тексті.
3. Розширити тему кожного речення, збагачуючи її новими деталями та наповнюючи текст стилістично маркованими словами.

Зразок: Прийшла весна і природа прокинулась від зимового сну**.** – *Нарешті прийшла довгождання весна-красна. Пригріло лагідне сонечко. Природа прокинулась від зимового сну, зашуміла гомінкими струмочками, заспівала дзвінкими пташиними голосами.*

1) На галявині ріс розлогий дуб, якому, мабуть, уже кількасот років.
2) Твори Т.Шевченка, сповнені любові до рідного народу, ніколи не втратять своєї актуальності.
3) Київ – одне з найдавніших міст України, але завжди виглядає молодим.
4) Мова – це не лише засіб спілкування, а й скарбниця національної духовності та культури.

5) На правому березі Дніпра височать споруди Києво-Печерської лаври – унікальної пам`ятки української культури.

4. Використовуючи відомі вам стилістичні прийоми, скласти із поданими стилістично нейтральними словами речення, в яких вони виступали б у функції експресивних: *мати, зірка, гострий, спати, солодкий, обнімати, залізний, лисиця, море, дівчина.*

- ❖ Із газетних та художніх текстів дібрати приклади особливостей усного мовлення: вільне, невимушене розмовне мовлення; публічний виступ; офіційні переговори; афективне мовлення (піднесеність, урочистість, гнів, ненависть, радість, захоплення).
- ❖ Подати стилістичну та стильову характеристику поданих слів, згрупувати їх за сферою вживання:

Балакати, неділенька, начистоту, хліб, ненька, норов, глаголити, задавака, заліковка, інструкція, доблесть, ратний, літепло, концепція, рута-м`ята, словник, благодать, самовідданість, лебідонька, класно, синь, натхнення, взаємопорозуміння, висновок, Отець небесний, добробут, осяйний, зичити, зошит, живодайний, електричка, тьма, директор, хімічка, світоч, вчителька, лікарка, троянда, пика, вищезазначений, гріх, мовити, довідка, кілограм, читалка, нотаріус, побрехенька, гуманізм, плентатися, демократія, дубасити, вітровій, сьогодення, апостол, обачний, хавати.

- ❖ Пояснити, згрупувати за семантикою і ввести у текст словосполучення:

стиль мови, стиль керівництва, стиль мовлення, романтичний стиль, стиль твору, стиль роботи, стиль газети, стиль ампір, стиль письменника, стиль модерн, стиль підручника, епістолярний стиль, стиль літературного напрямку, класичний стиль, стиль оздоблення, фольклорний стиль, стиль бароко, академічний стиль, стиль одягу, піднесений стиль, східний стиль.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Ботвина Н. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови. Київ : Наук. думка, 2017. 267 с.
3. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с
4. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
5. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
6. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
7. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
8. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.

9. Пентилюк М. Культура мови і стилістика. Київ : Либідь, 2014. 240 с.
10. Пилинський М.М. Мовна норма і стиль. Київ : Наук. думка, 2016. 294 с.
11. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
12. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
13. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.

Методичні вказівки

Щоб відповісти на ***перше питання***, варто згадати, що основним у стилістиці і вихідним для багатьох інших стилістичних понять є поняття *стилю***.** Досі в лінгвістичній стилістиці немає єдиного усталеного і загальноприйнятого визначення стилю, хоча спроб визначити його є багато. Цей факт зумовлений тим, що поняття стилю багатопланове і може визначатися за кількома критеріями.

Отже, стилі мови можна визначити як історично сформовані, суспільно усвідомлені різновиди загальнонаціональної мови, які різняться принципами відбору та організації мовних засобів, вибір яких зумовлюється змістом, метою та характером висловлювання.

Найважливішою категорією практичної стилістики є *функціональний стиль*. Питання про поділ на функціональні стилі досить складне, в основу класифікації часто кладуться різні засади, тому різною буває кількість функціональних стилів. Найпоширеніша класифікація виділяє 7 стилів. Необхідно їх назвати та подати коротку характеристику.

Крім поняття функціонального стилю існують поняття індивідуального та експресивного стилю. Своїми координатами функціональні та експресивні стилі пересікаються і мовби знаходяться один в одному.

Для глибокого розуміння питання студенти повинні запам`ятати визначення понять «стиль», «функціональний стиль», «експресивний стиль», «індивідуальний стиль».

Для висвітлення ***другого питання***, необхідно зазначити, що мовні одиниці, особливо лексичні, фразеологічні, частково й граматичні, зі стилістичного погляду поділяються на дві великі групи. *Стилістично немарковані або нейтральні* (міжстильові) одиниці вживаються в усіх стилях мови. *Стилістично марковані або забарвлені* одиниці співвідносяться з одним чи кількома функціональними стилями і часто мають експресивно-стилістичне забарвлення. Необхідно дати визначення поняття «*експресивно-стилістичне забарвлення»* та проаналізувати його різновиди.

Готуючи ***третє питання***, необхідно засвоїти, що лексична стилістика – це найоб`ємніший за мовно-значеннєвими ознаками розділ стилістики; вчення про функції, зумовлені семантикою слів, комплекс знань про стилістичне використання повнозначних, неповнозначних слів і вигуків. Об`єктом лексичної стилістики є слова в усіх виявах властивої їм семантики. Лексика мови неоднорідна, різнозначеннєва. Вона поділяється на велику кількість

семантичних груп слів, за кожною з яких закріпились певні неповторно-індивідуальні функції

У мові наявні групи слів якнайширшого і обмеженого використання. За стилістичною сутністю прийнято виокремлювати лексику загальновживану, загальнозрозумілу, яка доповнюється, розгортається іншими шарами лексики, котрі відрізняються стильовими ознаками (лексика розмовно-побутова, офіційно-ділова, художня та ін.), професійною зорієнтованістю, належністю/неналежністю до літературної мови тощо.

При підготовці до ***четвертого питання*** треба пам`ятати, що склад лексики СУМ є стилістично неоднорідним. Залежно від сфери спілкування, мети висловлювання, мовного статусу співрозмовника ми обираємо лексичні елементи, найбільш придатні для конкретної ситуації. Найяскравіше стилістична диференціація мовних засобів виявляється на рівні лексики.

Стилістична характеристика лексичних одиниць СУЛМ – а звідси й розшарування цих лексичних одиниць – і система функціональних стилів не збігається. Це пояснюється насамперед специфікою слова як одиниці мови, його багатофункціональністю.

Залежно від сфери використання прийнято виділяти 2 групи лексики: 1) лексика стилістично нейтральна чи міжстильова (загальновживана) і 2) лексика стилістично забарвлена (стилістично обмежена, стилістично маркована). Необхідно подати детальну характеристику та аналіз лексем, що входять до складу цих груп лексики.

Тема 4: Стилістичні можливості полісемії у мові мас-медіа

Опрацювати такі питання**:**

1. Стилістична виразність. Сполучуваність слова.
2. Значення полісемії в різних стилях мови.
3. Стилістичні прийоми, побудовані на багатозначності слова.

Основні терміни та поняття: *стилістична виразність, сполучуваність слова, полісемія, пряме та переносне значення слова.*

Виконати завдання***:***

1. Скласти речення із поданими словами. Пояснити різницю в їх сполучуваності (за необхідності звертайтеся до довідника «Культура української мови» / За ред. В.М. Русанівського. Київ, 1990).
   Відносини – взаємини – стосунки – відношенння – ставлення.
   Вірно – правильно.
   Галузь – сфера – ділянка.
   Гуманний – гуманістичний – гуманітарний.
   Дилема – проблема – завдання.

Збігатися – співпадати.

2. Знайти та виправити помилки, пов`язані з порушенням норм лексичної сполучуваності:

1) *Змалку людина виплескує свою агресивність, вживаючи іграшкові пістолети, а в даному випадку – справжню зброю. 2) Це риси його харизми, це дуже цікаво. Цей феномен коли-небудь треба буде розібрати. 3)Телеканали будуть позбавлені ліцензії, буде зруйнована власність, замовлені суди проведуть всі необхідні рішення. 4) Зросли рейтинги практично удвічі і лише за рахунок активної телевізійної реклами. 5) Карпатівці продовжували володіти перевагою. 6) Львівські журналісти не єдині, хто одержав можливість підвищити чи закріпити свій професіональний рівень. 7)Цей концерт завдав радості усім присутнім. 8) Він захоплювався зовсім незвичним хобі – колекціонуванням олівців. 9) На випускному вечорі директор школи проголосила заповіт випускникам. 10) Я вступила до академії, тому що це дуже освічений заклад. 11) Ансамбль справив сенсацію на глядачів.*

3. Виконати вправу 52 з посібника Л.В. Кравець. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2016. 231 с.

4. Написати рекламний текст, використовуючи слова в переносному значенні та основні стилістичні прийоми, побудовані на полісемії.

- ❖ Виконати вправу 53 з посібника Л.В. Кравець. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2018. 231 с.
- ❖ Із мови газет виписати разом із реченнями 10 багатозначних слів (усі значення кожного з`ясувати за Словником української мови). Пояснити особливості їх використання.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с.
3. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
4. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
5. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
6. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
7. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
8. Пентилюк М. Культура мови і стилістика. Київ : Либідь, 2017. 240 с.
9. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.

10. Сербенська О. Культура усного мовлення : практикум. Львів : ПАІС, 2018. 297 с.
11. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
12. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.

Довідкова література:

1. Волощак М.Й. Неправильно-правильно. Довідник з українського слововживання: за матеріалами ЗМІ. Київ: Академія, 2016. 328 с.
2. Гринчишин Д., Капелюшний А., Сербенська О. Словник-довідник з культури української мови. Львів : ПАІС, 2014. 328 с.
3. Сербенська О., Білоус М. Екологія українського слова. Практичний словник-довідник. Львів : ПАІС, 2013. 245 с.
4. Пономарів О.Д. Культура слова: Мовностилістичні поради. Київ : Наук. думка, 2014. 341 с.
5. Культура мови на щодень / За ред. С.Я. Єрмоленко. Київ : Академія, 2017. 287 с.
6. Чак Є. Складні випадки правопису та слововживання. Київ : Наук. думка, 2018. С. 203–243.

Методичні вказівки

При підготовці ***першого питання*** плану необхідно засвоїти, що поняття стилістичної виразності тексту включає в себе вміння точно визначити стилістичну маркованість лексичної одиниці, а також точність словесного позначення предмета думки, що часто викликає появу образності, а значить і використання тропів. Крім того, виразність – це ще й динамізм мовлення, плавний, логічний виклад тексту відповідно до норм літературної мови, який посилюється психологічними паузами і вмотивованістю смислових наголосів.

Лексична сполучуваність визначається семантикою слів, їх належністю до того чи іншого стилю мови, експресивно-емоційним забарвленням, граматичними особливостями. Більшість слів не має стилістичного, забарвлення, тобто їх можна використати у будь-якому стилі. Що ж до слів, які мають те чи інше стилістичне забарвлення, пов`язане з належністю до певного стилю мови, то найчастіше в їх уживанні дотримуються вимоги стильової однoплановості. Необхідно навести приклади до кожного з видів сполучуваності.

При відповіді на ***друге та третє питання*** дайте визначення поняття «полісемія». Далі необхідно пояснити, що значення багатозначних слів поділяються на прямі і переносні. Основне, вихідне значення називається прямим. Воно зазвичай є нейтральним, позбавленим образності. Переносне значення слова завжди похідне, вторинне, воно розвивається з прямого, вихідного значення слова.

Переносне значення може бути мовним, тобто таким, що закріпилося у мові, й індивідуально-авторським, тобто таким, що трапляється лише в певному художньому творі.

Явище багатозначності слова неоднаково проявляє себе в різних стилях. Необхідно проаналізувати стилістичні функції полісемічних слів у різних стилях мови, а також подати детальну характеристику стилістичних прийомів, побудованих на багатозначності слова.

Тема 5: Специфіка уживання тропів у мас-медійних текстах

Опрацювати такі питання**:**

1. Різновиди тропів у художніх та публіцистичних текстах.
2. Особливості функціонування метафор та епітетів у текстах різних стилів.
3. Специфіка метонімічного перенесення у мові ЗМК.
4. Стилістична роль синекдохи у політичному та мас-медійному дискурсі.
5. Гіпербола та мейозис у публіцистичних текстах.
6. Використання іронії та парадоксу в мові масової комунікації.
7. Алегорія, персоніфікація, порівняння як стилістичні прийоми.

Основні терміни та поняття: *троп, образність, словесний образ, епітет, порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, гіпербола, літота, іронія, алегорія, персоніфікація, перифраз*.

Виконати завдання***:***

1. У рекламних текстах знайти 10 тропів (крім метафор), які є джерелом образності. Визначити їх вид та стилістичну функцію.
2. Поширити речення, збагачуючи їх різноманітними тропами:

1) Сонце поволі скочувалося за горизонт. Сутінки густішали. На небі почали з`являтися перші зорі. Надходила ніч. 2) Прийшла зима. Все вкрилося снігом. Природа ніби заснула. 3) Книга у людей завжди була в пошані, бо в ній – мудрість і пам`ять попередніх поколінь. Це джерело, яке постійно живить інтелект нації.

3. Вставити пропущені означення, епітети та порівняння. Пояснити, як від цього змінився текст. Обґрунтуйте стилістичний вибір епітетів. Визначте інші тропи.

Ідуть дощі. _____ _____тумани клубочаться угорі і спускають на землю _____ коси. Пливе у _____ безвісті нудьга, пливе_____безнадія, і стиха хлипає сум. Плачуть ____ дерева, плачуть_____стріхи, вмивається сльозами_____земля і не знає, коли осміхнеться. _____дні зміняють _____ночі. Міріади дрібних крапель, мов_____, спадають додолу і пливуть, змішані з землею, _____ потоками. _____думи, горе серця крутяться тут, над головою, висять _____, котяться туманом, і чуєш коло себе _____

ридання, немов_____. ____ , _____, _____віконце. Крізь його видно обом – і Андрієві, і Маланці, як _____, ____дорогою йдуть заробітчани. Йдуть та йдуть, _____, _____, _____, немов каліки-журавлі, що_____, немов_____. Йдуть і зникають у _____безвісті.

4. Створити рекламний текст, використовуючи наведені словосполучення. Домогтися стилістичної вагомості їх у реченні. Визначити види тропів.

Вільна неволенька; заспівали скрипки; сходиться село; дзвінка тиша; захмарена блакить; зітхнув старий дуб; ридати сухими очима; дихає тиха вода; камінні душі; мовчазна музика; сміються зелені долини; безмовний крик; блукає тиша; Київ з Прагою здружились; хай згине враг.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389с.
2. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с
3. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
4. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
5. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
6. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
7. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
8. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
9. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
10. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.

Додаткова література:

1. Коваленко Б.О. Семантичні та стилістичні зрушення в лексиці сучасної української періодики. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. Харків, 2016. № 632. Серія «Філологія». Вип. 42. С. 37–40.
2. Коць Т.А. Функціонування лексичних варіантів у ЗМІ. *Мовознавство.* 2017. №6. С. 56–63.
3. Ленець К.В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*. 2018. № 6. С. 41–47.
4. Марцинівська Н.В. Переносне значення та образне вживання. *Мовознавство*. 2015. №3. С.37–48.

5. Стішов О. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. *Мовознавство*. 2019. №1. С. 7–21.
6. М`яснянкіна Л.І. Образність як лінгвістична категорія й особливості її прояву в мові газети. *Українська журналістика і національне відродження :* зб. наук. праць. Київ, 2016. С. 86–92.
7. Скиба М.М. Типи і функції лексичної метафори в газетному заголовку. *Дослідження з словотвору та лексикології.* Київ : Наук. думка, 2020. С. 100–113.
8. Станкевич Н.І. Слово як художня домінанта політичної карикатури в українській періодиці. *Мова і культура нації :* зб. статей. Львів, 2018. С. 63–68.
9. Шульга Т.А., Гаврилова Т.О. Особливості розвитку лексичної системи української мови ХХ ст. *Актуальні проблеми металінгвістики :* наук. збір. Черкаси, 2016. Ч. ІІ. С.121-125.
10. Сербенська О., Волощак М. Актуальне інтерв`ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. Київ : Академія, 2019. С. 109–115, 137–142.

Методичні вказівки

При відповіді на ***перше питання*** плану необхідно подати визначення понять «троп», «образність», «словесний образ». До тропів належать епітет, порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, гіпербола, літота, іронія, алегорія, персоніфікація, перифраз. Зверніть увагу, що тропи використовуються в усіх сферах мовлення, але розподіл їх між функціональними стилями нерівномірний. Тропи у мові ЗМК поділяють на декілька груп:

- *тропи подібності:* метафора та її види;
- *тропи суміжності:* метонімія та її види;
- *тропи контрасту:* антифразис, іронія, гіпербола, літота;
- *тропи тотожності***:** парафраз.

Спільним для всіх тропів у журналістських текстах є використання непрямих, небуквальних значень для передачі фокусного значення. Тобто в основі образотворення лежить така фундаментальна властивість мови, як асиметрія змістового плану і плану форми. Для передачі одного і того ж значення можна скористатися багатьма лексичними формулами і, навпаки, один і той самий вислів може мати багато значень залежно від обставин вживання та інтерпретації. Заміна прямого, буквального значення на його образний аналог у різних видів тропів відбувається по-різному, із залученням різних механізмів.

Готуючи відповідь на ***друге питання,*** зверніть увагу, що виділяють метафори загальномовні та індивідуально-авторські, які створюють значно більший стилістичний ефект. Епітети досить широко вживаються у газеті. Крім тих прийомів введення епітетів у текст, які є спільними для художнього і публіцистичного стилів, у газеті є й специфічні епітети (їх ще називають *етичними*).

Відповідаючи ***на третє питання,*** варто відзначити, що у сучасній масовій комунікації сформувалися типові механізми і стандартні форми метонімічних зв'язків. Зокрема, класифікація метонімії можлива за характером і темою предмета позначення:

- *локативна* метонімія
- *інституційна* метонімія
- *темпоральна* метонімія
- метонімія *статусного атрибуту*
- метонімія *авторства*
- метонімія *форми-контейнера*
- метонімія *матеріального носія, субстрату*
- *колористична* метонімія.

Метонімічні вислови у публіцистичних текстах служать опосередкованим мовним свідченням уявлень суспільства про взаємозалежність мас, еліт та структур. З ідеєю взаємної відповідальності різних структур у суспільства пов'язаний і суто маніпулятивний аспект у використанні метонімічних форм.

Відповідь ***на шосте та сьоме*** питання передбачає аналіз таких стилістичних фігур як іронія, парадокс, алегорія, персоніфікація, порівняння у мові масової комунікації. Необхідно відзначити, що *іронія* – троп, побудований на протилежності між планом висловлювання (авторське значення) і планом змісту. Лексичний інструмент іронії - *антифразис* – це використання слова у протилежному значенні. Існує чимало різновидів іронії, зокрема сарказм, астеїзм та діасирм**.** Контрасти іронічної двозначності чи філософської двоплановості породжують *парадокс* - несподіване, нелогічне на перший погляд твердження; висновок, який суперечить очікуванням.

Отже, тропи увиразнюють текст, роблять його більш емоційним, експресивним. Тропи сприяють більшій дохідливості тексту (у офіційно-діловому стилі), увиразнюють і впорядковують виклад (у науковому), посилюють його переконливість, забезпечують упливовість матеріалу, даючи йому оцінку (у публіцистичному). У художньому стилі до всіх цих функцій додається ще й зображальна, естетична. Всі ці функції представлені й у публіцистиці, але значно меншою мірою.

Тема 6: Стилістичне використання омонімії та паронімії у мові засобів масової комунікації

Опрацювати такі питання**:**

1. Повна та часткова омонімія. Шляхи виникнення омонімів.
2. Стилістичні можливості омонімів у текстах різних стилів.
3. Пароніми як лексичне й стилістичне явище.
4. Паронімія як вада тексту.

Основні терміни та поняття: *омофони, омоформи, омографи, лексичні омоніми, міжмовна омонімія, парономазія,каламбур.*

Виконати завдання***:***

1. Із рекламних текстів та мови ЗМІ виписати по 5 речень з омонімами та паронімами. Визначити влучність та доречність їх уживання в тексті.
2. Скласти по 2 речення (українською та російською мовою) зі словами *баня, луна, люлька, рожа, сказ, трус*. Наведіть ще 3-4 приклади міжмовної омонімії.
3. Ввести у рекламний текст пароніми, поясніть різницю у значеннях*: особовий – особистий – особливий, абонент – абонемент, комунікативний – комунікаційний – комунікабельний, адреса–адрес, компанія–кампанія, професійний – професіональний, рідкий – рідкісний, мимохідь – мимохіть, інформативний – інформаційний*.
4. Знайти випадки неправильного вживання омонімів та паронімів. Пояснити причини помилок, відкоригувати речення.

1) Він з успішністю впорається з поставленими перед ним задачами. 2) Комедія «Шумить Дніпро» – творча вдача всього колективу самодіяльного театру. 3) У вас, Миколо Петровичу, склалася хибна уява про цього хлопця. 4) Постріли і рев танків поступово зникали. 5) Чисте, кристалічне кохання зародилося у їх серцях. 6) Але все це мало його потішало. Неспокійна натура жадала творчості. 7) Конфіскація майна може бути застосована виняткова за рішенням суду. 8) На слідуючій неділі ми будемо здавати іспит. 9) Учні добре освоїли нову тему, про що свідчили їхні вірні відповіді на поставлені вчителем питання. 10) Я рахую, що не треба вмішуватися в особові справи колег по роботі.

5. Розкрити дужки, вибираючи потрібне слово. Свій вибір обґрунтуйте.

1) *У пересувній* ***(торговій, торговельній)*** *мережі* ***(показники, покажчики)*** *цін обов`язково підписуються працівниками,* ***(відповідними, відповідальними)*** *за формування цін.* 2) *Ця земельна* ***(ділянка, дільниця)*** *була передана у власність громадянинові Пилипенку М.В. для ведення* ***(особового, особистого)*** *підсобного господарства.* 3) *Жителі Мюнхена люблять пішохідну зону, створену в центрі міста, цей досвід став у* ***(нагоді, пригоді)*** *владі інших міст ФРН.* 4) *В акціонерному товаристві посада голови правління* ***(виборча, виборна).*** 5) *Проведення виборів до Верховної Ради забезпечують* ***(виборчі, виборні)*** *комісії.* 6) ***(Громадський, громадянський)*** *мотив є одним із провідних у творчості В.Сосюри.* 7) *На сьогоднішньому занятті ми вчилися визначати типи синтаксичних* ***(відносин, відношень).***

- Знайти у тексті омоніми, з`ясувати їх значення, довести, що це саме омоніми, а не полісемічне слово. Дати характеристику: визначити їх вид ((повні – неповні (якщо неповні, то які саме), лексичні, морфологічні, словотворчі)), шляхи виникнення. З`ясуйте, з якою стилістичною метою їх використано в тексті:

1) «- Ой, скажи, дай пораду, як прожити без долі?! – Як одрізана гілка, що валяється долі». 2) На гору вилізши, звелів собі «Гори!» І злізти вже не міг до ближніх із гори. 3) Поезії ясне світило, з тобою жить, тебе любить!

Понад сто років ти світило І будеш вічно з нами жить! 4) І дні, яким нема відради, І виноградні теплі дні, Де тихо сплять старі досади, Зіщулившись на самім дні. 5) Запах вологий запах паші В сухому сяєві Стожар, І вже почав в багатті нашім Дрімати жар. 6) Як тільки світанок настав, гусак чимчикує на став. Проводить він там цілі дні, поживи шукає на дні.

Був холодний місяць_____, Лис ходив голодний,_____,
Всюди ліз, кудий й не_____, Замітав хвостищем_____.
До курей поліз у _____. Жук піймав звірину_____.
Пес до лиса мав_____, То й загриз його_____.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с.
3. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
4. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
5. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
6. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
7. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
8. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
9. Сербенська О. Культура усного мовлення : практикум. Львів : ПАІС, 2018. 297 с.
10. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
11. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.

Додаткова література:

1. Демський М.Т. Фраземна паронімія. *Укр. мова і літ. в шк.* 2016. №1. С. 28–35.
2. Дика Н. Як правильно вживати слово «гривня». *Урок української*. 2019. № 4-5. С. 31–32.
3. Критенко А.П. Паронімія та її роль у мові. *Мовознавство*. 2017. №1. С. 12–19.
4. Мукан Г.М. Багатозначність і омонімія. *Укр. мова і літ. в шк*. 2015. №8. С.18–27.

Довідкова література:

1. Волощак М.Й. Неправильно-правильно. Довідник з українського слововживання: за матеріалами ЗМІ. Київ: Академія, 2020. 328 с.
2. Головащук С.І. Словник-довідник з українського літературного слововживання. Київ : Наук. думка, 2014. 354 с.
3. Гринчишин Д.Г., Сербенська О.А. Словник паронімів української мови. Київ : Наук. думка, 2015. 425 с.
4. Демська О.М., Кульчицький І.М. Словник омонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2017. 398 с.
5. Кочерган М.П. Словник російсько-українських міжмовних омонімів. Київ : Наук. думка, 2015. 401 с.
6. Культура мови на щодень. Київ : Академія, 2018. С. 5-99.
7. Пономарів О.Д. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник. Київ : Академія, 2016. С. 125–134.
8. Словник української мови: В 11-ти т. Київ : Наук. думка, 1970-1980.
9. Чак Є. Складні випадки правопису та слововживання. Київ : Наук. думка, 2014. С. 203–243.

Методичні вказівки

При підготовці ***першого питання*** плану необхідно засвоїти, що на перший погляд омонімія подібна до полісемії, але щодо змісту між цими двома явищами є істотна відмінність. Якщо кожне непряме (переносне, вторинне) значення багатозначного слова пов`язане з його прямим значенням, то омоніми такого спільного значення не мають, вони виявляють поміж собою лише зовнішній (звуковий) збіг. Тому кожне омонімічне слово у словниках витлумачується окремо, у окремі словниковій статті.

Відповідь на це питання передбачає розгляд груп і різновидів омонімів. За групами омоніми поділяються на повні, або абсолютні, і неповні, або часткові. Різновидами лексичних омонімів є омоформи, омофони і омографи. Зверніть увагу на синтаксичні, фразеологічні омоніми та омоніми, що існують на рівні власних назв.

Шляхи виникнення омонімів.

1. Омоніми, що утворилися в процесі засвоєння іншомовних слів.
2. Омоніми, що виникли на рідному ґрунті в процесі утворення нових слів за допомогою різних засобів словотворення від однакових чи різних коренів.
3. Омоніми, утворені внаслідок розпаду багатозначності слова.
4. Омоніми, що з'явилися внаслідок історичних змін у фонетичній системі української мови.

Дайте визначення міжмовної омонімії, наведіть приклади, вкажіть на помилки у вживанні міжмовних омонімів у журналістських текстах.

Готуючи відповідь ***на друге питання,*** треба звернути увагу на те, що з допомогою омонімів створюється гра слів, каламбури, часом надається мові іронічного, гумористичного чи сатиричного забарвлення, омоніми забезпечують музичність фрази, проте через непродумане використання

омонімів можливе виникнення двозначності в журналістському тексті. У мовленні на радіо й телебаченні може виникати омофонія, що найчастіше простежується на стику двох слів, коли останній склад попереднього слова і перший склад наступного слова утворюють окреме слово. Міжмовні омоніми також можуть вживатися в каламбурах для досягнення комічного ефекту, але якщо в журналістських текстах вони використовуються без певної стилістичної настанови, це є помилкою, засвідчує незнання автором значення українського слова.

Відповідь на ***третє питання*** розпочніть з визначення паронімів, наведіть приклади. При цьому студенти повинні усвідомити, що паронімія тісно пов'язана з семантикою, а тому пароніми ніколи довільно не можуть використовуватися один замість іншого без певних стилістичних настанов. Далі з'ясуйте їх основні функції у журналістському тексті (створення каламбурів, вживання паронімів для семантичного зіставлення, використання паронімів у ролі заголовків). Зверніть увагу, що на основі паронімії будується стилістична фігура – парономазія. Охарактеризуйте її, наведіть приклади.

Суть поняття міжмовна паронімія докладно з'ясована в посібнику О.Пономаріва «Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник». Київ : Академія. 2019. С. 108–109.

Опрацьовуючи ***четверте питання,*** зверніть увагу, що звукова близькість паронімів спричиняє помилки в їх використанні. Типовою помилкою є вживання паронімів без спеціальної стилістичної настанови як вияв незнання справжнього значення слова. Не розрізнення міжмовних паронімів, близьких також до міжмовних омонімів, теж є причиною помилок. Щоб уникнути помилок, треба глибше вивчати значення слів рідної мови, користуватися словниками.

Тема 7: Синоніми в стилістичному плані

Опрацювати такі питання**:**

1. Синоніми в мові та мовленні. Типи синонімів.
2. Використання синонімії в різних стилях мови.
3. Стилістичні функції евфемізмів та перифраз.

Основні терміни та поняття: *ідеографічні синоніми, стилістичні синоніми, абсолютні синоніми, ампліфікаційний ряд, евфемізм, дисфемізм, аксіоназва, перифраз.*

Виконати завдання***:***

1. Із рекламних текстів та мови ЗМІ виписати 5 речень із синонімами різних типів та 5 речень з евфемізмами та перифразами. Проаналізувати влучність та доречність їх уживання, визначити стилістичні функції.
2. Переписати речення, добираючи найточніше слово. Вмотивуйте свій вибір**.**

1) Біологічний та соціальний чинники посідають (*головне, чільне, вагоме, перше*) місце у структурі (*людини, персони, особистості*). 2) На (*погляд, думку*) більшості вчених, освіту (*майбутнього, прийдешності, майбуття*) характеризуватимуть комп`ютеризація, вседоступність й уніфікованість. 3) У нього щодня були якісь (*спішні, екстрені, шпаркі, термінові*) справи. 4) (*Помисли, думоньки, погляди*) О.Потебні мали великий вплив на розвиток стилістики. 5) На сьогоднішньому засіданні кафедри (*мовили, балакали, говорили*) про результати зимової сесії.

3. Користуючись словниками синонімів, підібрати по три пари прикладів для ілюстрацій тих випадків, коли стилістична функція синонімів визначається:

а) вживанням у тому чи іншому стилі мови (напр.: *витратити* – нейтр., вживається у всіх стилях; *розтринькати* – просторіч., вживається у розмовному та художньому стилі);

б) належністю до тієї групи лексики, що знаходиться поза літературною мовою (напр.: *обличчя* – літ., *лице* – розм., *пика* – просторіч.; *багаття* – літ., *ватра* – діалект.);

в) хронологічною маркованістю (напр.: *актор* – літ., *лицедій* – застар.);

г) емоційно-експресивним забарвленням (напр.: *іти* – нейтр., *линути* – емоц., поет.).

4. Написати публіцистичний твір, використовуючи контекстуальні синоніми, евфемізми та перифрази. Визначити їх стилістичні функції.

❖ До поданих слів дібрати 4 - 6 синонімів, визначити їх тип та стильову й стилістичну маркованість.

Незвичайний, володар, велетень, траса, гарний, думати, давній, плакати, бігти, шум.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
3. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
4. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
5. Кравець Л. В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
6. Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2017. 397 с.
7. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
8. Сербенська О. Культура усного мовлення : практикум. Львів : ПАІС, 2018. 297 с.

9. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
10. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.

Додаткова література:

1. Євсєєва Г. П. Перифрази в мові сучасних газет (на матеріалі газет XX ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Дніпропетровськ, 2017. 32с.
2. Кобилянський І. Ю. Один із засобів експресії мови газети. *Українське мовознавство*. Київ, 2016. Вип. 13. С. 104–112.
3. Коць Т. Лексична синонімія у ЗМІ й проблема кодифікації загальнолітературної норми. *Українська мова: з минулого в майбутнє* / 200-літтю «Енеїди» І.Котляревського присвячується. Київ: Академія, 2018. С.33–40.
4. Ленець К. Деякі явища в лексичному складі мови преси. Там же. С. 87–96.
5. Мельничайко В. Я. До питання про граматичну синоніміку. *Укр.мова і літ. в шк*. 2016. № 9. С. 31–45.
6. Регушевський Є. С. Перифрази в українській мові. *Укр. мова і літ.* 2018. № 4. С. 21–36.
7. Регушевський Є. С. Чи є у мові зайві слова? *Культура слова*. Київ, 2017. Вип. 14. С. 54–62.
8. Синоніми на вибір (про словники синонімів). *Урок української.* 2019. №9. С. 63–70.
9. Соколова І. О. Перифрази у рекламному заголовку. *Культура слова*. Київ, 2018. Вип. 27. С. 31–38.
10. Сологуб Н. М. Перифрази у мові творів О.Гончара. *Мовознавство*. 2019. №3. С. 41–47.

Довідкова література:

1. Волощак М. Й. Неправильно-правильно. Довідник з українського слововживання: за матеріалами ЗМІ. Київ : Академія, 2018. 328с.
2. Культура мови на щодень. Київ : Академія, 2016. С. 5-99.
3. Пономарів О. Д. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник. Київ : Академія, 2016. С. 125–134.
4. Деркач П. М. Короткий словник синонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2013. 345 с.
5. Калашник В. С., Колоїз Ж. В. Словник фразеологічних антонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2015. 431 с.
6. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Київ : Академія, 2016. 387 с.
7. Коломієць М.П., Регушевський Є.С. Словник фразеологічних синонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 472 с.
8. Полюга Л. М. Словник синонімів української мови. Київ : Академія, 2011. 397 с.

9. Словник синонімів української мови: У 2-х т. Київ : Наук. думка, 2017. 263 с.

Методичні вказівки

Знайомлячись з цією лексичною групою слів, необхідно усвідомити суть самого поняття синонімії та значення терміна, в системі лексичних синонімів виділити групи, вміти навести приклади до кожної групи.

Студенти повинні пам'ятати, що явище синонімії безпосередньо пов'язане з багатозначністю. Тому в синонімічні ряди об'єднуються не просто слова в усій повноті їх семантики, а лише мінімальні спільні значення слів. Тільки однозначні слова синонімізуються в їх повному семантичному обсязі, багатозначні ж – вступають у синонімічні зв'язки якимсь одним із своїх значень. Крім загальномовних, в українській мові є так звані контекстуальні синоніми (навести приклади).

Слід врахувати і те, що в мові існують так звані абсолютні синоніми (басейн – водойма, генерація – покоління, міленіум – тисячоліття, бюст – погруддя, багаття – ватра), перифрази (серце козацтва – Хортиця, шляхово-транспортна пригода – аварія, коридори влади – уряд) та евфемізми (допустити неточність – замість збрехати, поважного віку – замість старий, навіки спочити – замість померти).

Готуючи відповідь на ***друге питання,*** треба запам'ятати, що синоніми вживаються для точного добору слова, для уникнення повторення одного і того ж слова в межах нешироко контексту.

Використання синонімів у різних функціональних стилях неоднакове. Офіційно-діловий стиль, якому притаманне прагнення до граничної точності вислову (щоб уникнути неправильного тлумачення) використовує синоніми обмежено, в основному з метою пояснення й деталізації певних понять і явищ.

Синонімія як стилістичний засіб не характерна й для наукової мови, хоча тут вона представлена ширше, ніж в офіційно-діловому стилі, а використовується здебільшого як засіб контекстуального уточнення. Публіцистичному стилю властиве прагнення до експресії висловлювання (поряд з логізацією викладу), орієнтація на уснорозмовну форму мовлення. Тому синоніми використовуються тут досить широко, причому не лише загальномовні, а й контекстуальні. А в художньому стилі на першому плані функція естетично-зображальна. Тут широко використовуються емоційно-експресивні синоніми, які відзначаються яскравими супровідними відтінками значення. На основі синонімії будуються такі стилістичні фігури, як ампліфікація, градація, плеоназм.

Відповідь на ***третє питання*** необхідно розпочати з визначення понять «евфемізм», «дисфемізм» та «перифраз». Важливо зазначити, що переважне місце вживання евфемізмів – розмовна і художня мова. У ділових, офіційних текстах евфемізми доречні лише тоді, коли загальновживане слово аж надто експресивне або викликає небажані асоціації.

Місце переважного вживання перифраз – поетичні та публіцистичні тексти. Так, зокрема, у газеті перифраза – це засіб синонімічної заміни, який дозволяє в емоційно-експресивній формі висловити ставлення до зображуваного.

Тема 8: Стилістичне використання антонімії у мові ЗМК

Опрацювати такі питання**:**

1. Антонімія як лексичне явище.
2. Стилістичні функції антонімів у текстах різних стилів.
3. Стилістичні прийоми, побудовані на антонімії.

Основні терміни та поняття: *загальномовні та контекстуальні антоніми, антонімічна градація, антитеза, епітет-оксиморон, антонімічна іронія.*

Виконати завдання***:***

1. Із рекламних текстів та мови ЗМІ виписати 10 речень або заголовків, у яких є антоніми чи антитези. Визначте їх стилістичну функцію (протиставлення, зіставлення, стилістична градація та ін.).
2. До поданих слів дібрати антоніми. Ввести їх у речення та пояснити стилістичну функцію.

Підлий, абсолютний, авангард, егоїзм, аналіз, батьківщина, безсмертя, блискучий, важливий, свіжий.

3. Написати рекламний текст або публіцистичний твір, використовуючи контекстуальні та загальномовні антоніми. Схарактеризуйте застосовані вами стилістичні прийоми використання антонімів**.**

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
3. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
4. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
5. Кравець Л. В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2017. 231 с.
6. Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
7. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.

8. Сербенська О. Культура усного мовлення : практикум. Львів : ПАІС, 2018. 297 с.
9. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
10. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2014. 412 с.
11. Журавель Н.В. Засіб експресії – антонімія. *Культура слова*. Київ, 2019. Вип.20. С. 32–36.
12. Регушевський Є. С. Чи є у мові зайві слова? *Культура слова*. Київ, 2017. Вип. 14. С. 54–62.

Довідкова література:

1. Волощак М. Й. Неправильно-правильно. Довідник з українського слововживання: за матеріалами ЗМІ. Київ: Академія, 2017. 328 с.
2. Гринчишин Д. Г., Сербенська О.А. Словник паронімів української мови. Київ : Академія, 1986. 478 с.
3. Демська О. М., Кульчицький І. М. Словник омонімів української мови. Львів : ПАІС, 1997. 421 с.
4. Кочерган М. П. Словник російсько-українських міжмовних омонімів. Київ: Академія, 1997. 375с.
5. Культура мови на щодень / За ред. С. Я. Єрмоленко. Київ : Академія, 2010. 287 с.
6. Деркач П. М. Коро ткий словник синонімів української мови. Київ : Наук. думка, 1993. 345 с.
7. Калашник В. С., Колоїз Ж. В. Словник фразеологічних антонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2001. 431 с.
8. Полюга Л. М. Словник антонімів української мови. Київ : Академія, 1999. 298 с.

Методичні вказівки

Перше питання особливих труднощів не становить, однак студенти повинні закріпити, що значить саме поняття «антоніми», які слова можуть об'єднуватися в антонімічні пари (слова, які не мають будь-якої лексичної спільності, не можуть об'єднуватися в антонімічні пари), як антонімія пов'язана з полісемією.

Даючи відповідь на ***друге питання*** плану, насамперед варто з'ясувати, яку стилістичну роль виконують антоніми в публіцистичному стилі (вони вживаються для різкого й несподіваного зіткнення понять у заголовках; для протиставлення, розмежування понять за семантичними ознаками; для зіставлення, порівняння різних реалій і понять; для антонімічної градації понять, для їх розмежування; для застосування в контексті антонімічної іронії – самоіронії).

Готуючи ***третє питання***, необхідно засвоїти, що антонімія лежить в основі таких художньо-зображальних прийомів, як антитеза, епітет-оксиморон, іронічне зіставлення. Антитеза може бути простою і складною. Крім того,

антонімія використовується як композиційний засіб: за її принципом складаються афоризми, гумористичні й сатиричні вислови, байки, гуморески

Тема 9: Критерії використання лексики іншомовного походження у мові мас-медіа

Опрацювати такі питання**:**

1. Групи лексики СУМ за походженням.
2. Стилістична роль іншомовної лексики у різних стилях СУМ. Критерії використання лексики іншомовного походження.
3. Росіянізми в телевізійному мовленні й у газетному тексті.

Основні терміни та поняття: *лексичне запозичення, калькування, інтернаціоналізми, варваризми, екзотизми, оказіоналізми; лексичні, граматичні та синтаксичні росіянізми*

Виконати завдання***:***

1. Із рекламних текстів та мови ЗМІ виписати 10 речень з варваризмами та екзотизмами. Визначте доречність їх використання, за необхідності – подайте тлумачення.
2. Дібрати до іншомовних слів українські відповідники та навпаки. Визначте різницю у використанні та сферу функціонування цих слів.
   a) *Дикція, демонструвати, кореспонденція, репресія, компенсувати, потенціал, акумулювати, дефект, експертиза, ранг, санкція, субсидія, де-юре, конкуренція, конфронтація, одіозний, грандіозний.*
   b) *Терпимість, рівновага, передмова, згода, дорадчий, вільний, підкуп, перелік, безперервно, докорінний, затверджений, занепад, переселення, рішення, таємний, запас, виправляти.*
3. Визначити правильність уживання слів іншомовного походження, пояснити їх значення. Відредагувати речення.
   1) *Контекст вашої думки мені незрозумілий.*
   2) *Наша фірма зафрахтувала величезну вантажівку на тиждень.*
   3) *Директор і його заступники – це справжній бомонд нашого заводу.*
   4) *У магазині представлено широкий діапазон продуктів харчування.*
   5) *Я ще вчора записався на аудиєнцію до лікаря. Він фахівець найвищого рангу.*
   6) *Розмова короля з сином у другому акті була найяскравішим монологом спектаклю.*
   7) *Чого ти влаштовуєш інтервенцію у наші стосунки з Сашком?*
   8) *Кардіограма на стенді відображала результати роботи колективу у ІІ півріччі.*
   9) *Учора я допомагав транспортувати валізу зовсім незнайомій бабусі.*
   10) *Я купив фрукти і торт. Це буде моя контрибуція у вечірку.*

11) Лауреатами районної олімпіади з математики стали 2 десятикласники 31 школи.

4. Побудувати речення (висловлювання) з наведеними словами так, щоб у тексті розкрився їх зміст:
Інсинуація, лояльність, тенденційність, хронотоп, вербалізм.

5. Перекласти вирази українською мовою, уникаючи калькування.

Бросаться в глаза, в конце концов, в порядке исключения, в противном случае, ввести закон в силу, вы правы, вынести благодарность, выписка из протокола, зайти в тупик, круглый год, на мой взгляд, на протяжении недели, на ступень выше, заказное письмо, наносить вред, не в состоянии решить, пользоваться успехом, ужесточить требования, в двух словах.

❖ Опрацювати статті:

а) Кибальчич В.М. Відтворення елементів національної специфіки у лексиці двомовної газети. *Засоби мас. інформації й утвердження держ.суверенітету:* Зб.мат.наук.-практ.конф. № 12. Львів: Світ, 2017. С. 132–136.

б) Степаншин Б. Іншомовна лексика в українському мовленні. *Київ*. 2019. № 11. С. 152–155.

❖ Із мови ЗМІ, рекламних оголошень виписати 10 речень із росіянізмами різних видів. Запропонуйте правильний варіант.

Рекомендована література:

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с
3. Дудик П. С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311с.
4. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
5. Кравець Л. В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2016. 231 с.
6. Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 397 с.
7. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
8. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.

Додаткова література:

1. Бондар М. Англіцизми в сучасній українській мові. *Мовні конфлікти і гармонізація суспільства :* матеріали наук. конференції. Київ, 2017. С. 213–215.

2. Деліянова П., Мартіні О. Італійська запозичена лексика в українській мові: сфера культури. *IV Міжнародний конгрес україністів* / Доповіді та повідомлення. Київ, 2019. С. 399.
3. Клименко Н., Скарбницька Н. Шоу запозичених слів. *Бібліотечний вісник*. 2016. № 4. С. 42–52.
4. Ломовцева А. Новітні англіцизми в українській мові і проблема лексичної варіантності. *Українська мова*. 2018. № 1. С. 96–112.
5. Олексієнко С. І. Про лексико-семантичний розвиток запозичень. *Мовознавство*. 2017. № 3. С. 41–53.
6. Пономарів О. Д. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник. Київ : Академія, 2016. С. 125–134.
7. Пономарів О. Д. Специфічна українська лексика грецького походження. *Мовознавство.* 2018. № 5. С. 12–24.
8. Стишов О. А. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. *Мовознавство*. 2019. № 1. С. 61–72.
9. Степаншин Б. Іншомовна лексика в українському мовленні. *Київ.* 2017. №11. С. 152–155.
10. Цимбалюк Ю. В. Слова латинського походження в українській мові. *Укр. мова та літ. в шк.* 2019. № 2. С. 36–48.
11. Халимоненко Г. І. Тюркізми в термінології стратегії і тактики війська Запорозького. *Українське мовознавство*. 2018. Вип. 19. С. 56–68.

Довідкова література:

1. Коломієць М. П., Молодова Л. В. Словник іншомовних слів. Київ : Наук. думка, 2018. 409 с.
2. Ленець К. В., Ставицька Л. О. Короткий російсько-український словник контрастивної лексики. Київ : Академія, 2012. 361 с.
3. Полюга Л. М. Найпоширеніші нові чужомовні запозичення. Словник синонімів української мови. Київ : Наук. думка, 2019. С. 239–245.
4. Словник іншомовних слів / За ред. О.С. Мельничука. Київ : Академія, 2015. 643 с.
5. Словник іншомовних слів / За ред. Л.О. Пустовіт. Київ : Наук. думка, 2017. 452 с.
6. Словник іншомовних слів / Уклад. С. Морозов. Київ : Наук. думка, 2015. 540 с.
7. Сучасний словник-мінімум іншомовних слів. Київ : Академія, 2018. 287 с.

Методичні вказівки

Готуючи ***перше питання***, необхідно засвоїти головне: вся лексика сучасної української літературної мови з погляду її походження поділяється на дві великі групи – споконвічно українську і запозичення. Споконвічно українська лексика в свою чергу включає лексику індоєвропейського походження, лексику праслов'янського походження та власне українську лексику. Називаючи той чи інший шар лексики з погляду походження, треба

вміти проілюструвати свою відповідь прикладами. У власне українській лексиці бажано виділити тематичні групи та вказати на її специфічні особливості.

Говорячи про запозичення, треба знати, чим іншомовні слова відрізняються від запозичених, яким шляхом зайшли іншомовні елементи в українську лексику. Серед слів іншомовного походження виділяють інтернаціоналізми, екзотизми, варваризми, запозичення і власне іншомовні слова. Особливу увагу слід звернути на зовнішні ознаки запозичень. Розрізняють запозичення лексичне, словотвірне, морфологічне, семантичне, а також калькування.

Відповідь на ***друге питання*** передбачає аналіз стилістичної ролі іншомовної лексики у різних стилях української мови. З точки зору наявності чи відсутності додаткових експресивно-емоційних значень таких слів усі вони можуть бути поділені на запозичення, засвоєні мовою (стилістичні можливості цих слів не пов`язуються вже з їх походженням), і власне іншомовні слова (які характеризуються чужорідністю звучання, що зумовлює їх стилістичні особливості. Окремо стоять різні типи індивідуально-авторських запозичень.

Зверніть увагу на те, що останнім часом у ЗМК з`явилася мода на використання іншомовних слів, особливо англіцизмів, які ведуть до засмічення мови. Надуживання чужомовною лексикою свідчить про недостатнє знання словесного багатства рідної мови. Уміле, доцільне використання іншомовних слів у ЗМІ має велике пізнавально-естетичне значення. Майстерне поєднання іншомовних і українських слів зі стилістичною метою створює своєрідний емоційний заряд висловлювання, підкреслює думку, посилює сприйняття написаного.

У публіцистичних текстах нерідко для створення колориту зображуваного середовища вживають екзотизми (слова, запозичені українською мовою з інших мов для позначення реалій життя іншого народу чи країни) й варваризми (іншомовні слова та звороти, що не стали загальновживаними, повністю не засвоїлися в мові). Варваризми, як правило, зберігають іншомовну графічну форму слова (tet-a-tet, alma mater).

У тих випадках, коли іншомовного лексичного запозичення, ще достатньо не засвоєного українською мовою, в журналістському творі не можна уникнути, треба використовувати різні способи введення іншомовного слова в текст, що полегшить його сприйняття:

1. Після малозрозумілого іншомовного слова в дужках подати український відповідник за першого вживання цього слова в тексті;
2. Обіграти іншомовне слово в тексті, з'ясувавши його значення для читачів;
3. Подати визначення прямо в тексті;
4. Дати посилання внизу колонки (сторінки) в газеті чи рухомим рядком на телеекрані;
5. За насиченості тексту порівняно новими іншомовними лексичними запозиченнями подати в кінці його короткий словничок іншомовних слів.

У відповіді на ***третє питання*** необхідно з'ясувати, що вкладається в поняття «калька», охарактеризувати два типи кальок (словотворчі й семантичні).

Особливу увагу слід звернути на використання у мові ЗМІ невмотивованих росіянізмів (Див. Пономарів О.Д. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник. Київ : Академія, 2017. С. 125–134; Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів: Практичні заняття. Львів, 2016. С. 58–65).

Коли йдеться про помилкове вживання росіянізмів, то переважно мають на увазі лексичні росіянізми, здебільшого не беручи до уваги граматичних, орфоепічних, синтаксичних та ін. Проте варто зауважити, що будь-які росіянізми, вжиті без спеціальної стилістичної настанови, є вкрай небажаним явищем у мові мас-медіа, оскільки вони не просто тиражують помилки, а й руйнують саму «структуру української мови». Ці помилки через частоту їх повторюваності масовий глядач (читач) починає сприймати як певну «норму», як зразок для наслідування.

Тема 10: Термінологічна лексика в різних стилях мови

Опрацювати такі питання:

1. Термінологія як компонент української лексики. Характеристика термінів та вимоги до них.
2. Способи введення термінів у тексти різного призначення.
3. Особливості вживання термінологічної лексики у публіцистичному стилі.
4. Канцеляризми та штампи у мові ЗМІ.

Основні терміни та поняття: *термінологія, штамп, шаблон, трафарет, стандарт, стереотип, кліше, канцеляризм.*

Виконати завдання***:***

1. Виписати із рекламних текстів та мови ЗМІ 10 речень з термінами. Проаналізуйте спосіб їх введення у текст. Запропонуйте власний.
2. Назвати по 5 термінів з 10 різних галузей знань.
3. Написати рекламний або журналістський твір, використовуючи терміни. Обгрунтувати прийоми їх уведення у текст.
4. Виписати з рекламних текстів або будь-яких жанрів публіцистичного стилю речення з мовними штампами та канцеляризмами (мінімум 10). Відредагувати речення.

Рекомендована література:

1. Ващенко В. С. Українська лексикологія: семантико-стилістична типологія слів. Дніпропетровськ : ДНУ, 2019. 211 с.
2. Єрмоленко С.Я. «Права» та «обов'язки» розмовного слова. *Урок української*. 2017. № 4-5. С. 18–21.

3. Кириченко І. Кітч як зображальний засіб журналістики: за матеріалами Львівської газети «Ратуша». *Українська журналістика*: формування сучасного обличчя. *Вісник ЛДУ*: Серія журналістики. Львів, 2021. Вип. 18. С. 93–112.
4. Кузнєцова Т. Суржик і мовлення. *Урок української.* 2019. № 6. С. 22–30.
5. Ленець К. Деякі явища в лексичному складі мови преси. *Українська мова: з минулого в майбутнє* (200-літтю «Енеїди» Котляревського присвячується). Київ : Академія, 2018. 321 с.
6. Пиркало С. Сленг: ненормативно, але нормально. *Урок української*. 2019. № 4. С. 26–28.
7. Покровська О. Характеристичні риси мови ЗМІ. *Вісник Харківського університету*. 2017. № 426. С. 171–174.
8. Сербенська О. Мова преси. Київ : Наук. думка, 2018. 326 с.
9. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії. Київ : Академія, 2017. 321 с.
10. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 387 с.

Довідкова література:

1. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів : ПАІС, 2014. 238 с.
2. Дмитровський З. Є. Словник телевізійних термінів і понять. Львів: ЛНУ, 2011. 298 с.
3. Карачун В. Орфографічний словник наукових і технічних термінів / ред. Л. І. Андрієвський. Київ : Криниця, 2016. 350 с.
4. Капелюшний А. О. Практичний посібник-довідник журналіста. Львів, 2014. 216 с.

Методичні вказівки

Відповідь на ***перше питання*** необхідно розпочати з визначення понять «термінологія», «термін» та пояснити основні вимоги до термінів. Треба зазначити, що терміни поділяються на загальновживані та вузькоспеціальні, а також існують терміни-дублети. Від термінів треба відрізняти номенклатурні назви.

Готуючи відповідь на ***друге питання,*** треба запам'ятати, що *введення термінів у текст* може здійснюватись у таких формах:

1) Безпосереднє визначення.

2) Поступове підведення до терміна, тобто термін називається після розгорненого опису поняття.

3) Аналогізація, тобто використання при введенні терміна подібних, відомих читачеві прикладів.

4) Ще один спосіб введення терміна у текст – його етимологізація, тобто пояснення походження.

5) Терміни можуть бути пояснені в дужках або у виносці під текстом.

6) Синонімічне введення – поряд ставиться термін і не термінологічна, загальномовна, часом описова назва цього ж поняття. Наведіть приклади на кожний спосіб введення термінів.

У суто наукових текстах, призначених для фахівців певної галузі, терміни не пояснюються. У науково-популярній та навчальній літературі терміни й номенклатурні назви вводяться з певними застереженнями і поясненнями. У публіцистичному стилі правила введення термінів у текст схожі на ті, які висуваються до іншомовних слів.

Відповідь на ***третє питання*** передбачає аналіз стилістичної ролі термінологічної лексики у публіцистичному стилі. Усі нехудожні стилі СУЛМ широко користуються термінами у їх прямому значенні, бо термінологія збагачує можливості точного і несуперечливого, логічно переконливого і водночас лаконічного спілкування у найрізноманітніших сферах людського життя.

Термінологічна лексика широко використовується в публіцистичному стилі, що зумовлюється відповідною тематикою публікацій, в яких висвітлюються досягнення сучасної науки та новітні технології. Однак наявність такої лексики не повинна ускладнювати сприймання тексту. Тут терміни вживаються не лише для того, щоб назвати поняття, а й для того, щоб з`ясувати його зміст. Підставою добору терміна повинна бути точність, а не новизна, нагальна необхідність, а не мода, потреба, а не звичка.

Опрацьовуючи ***четверте питання,*** зверніть увагу, що поняття *штамп, шаблон, трафарет* мають негативно-оцінну семантику, позначаючи переважно бездумне, невдале використання мовних засобів. Цим вони відрізняються від нейтральних понять *стандарт, стереотип, кліше*, які мають інформативно-необхідний характер і належать до галузі доцільного використання готових формул і, відповідно, до комунікативних вимог певних мовленнєвих сфер.

Канцеляризми – це слова й вислови з офіційно-ділового мовлення, вжиті за його межами. Таке їх використання, особливо у мові ЗМІ, є небажаним, якщо воно не виправдане певною стилістичною чи естетичною настановою (тобто не є засобом мовної характеристики персонажа, засобом створення комічного ефекту).

Штампи – мовні звороти, що багато разів механічно повторюються без творчого доопрацювання, внаслідок чого послаблюється їх лексичне значення та стирається експресивність. Наведіть ознаки канцеляризмів та штампів.

Способи уникнення канцеляризмів у журналістських текстах такі:

1) заміна розщепленого присудка простим дієслівним присудком (виконати роботу – *зробити)*;

2) написання скороченого означення повністю (*мінеральні добрива, державне замовлення*);

3) заміна віддієслівних іменників дієсловами та дієприслівниками (*виконуємо завдання для того, щоб повніше задовольнити потреби населення в зручному взутті – або для того, що населення ходило в зручному взутті* тощо);

4) заміна «нових прийменників» простими, непохідними прийменниками (*у використанні сировини; через складні обставини*).

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема: Стилістичний потенціал хронологічно маркованої лексики у публіцистичних та рекламних текстах

Опрацювати такі питання:

1. Неологізми загальномовні й авторські. Причини появи та способи їх творення.
2. Стилістичні можливості неологізмів. Оказіоналізми в засобах масової інформації.
3. Номінативні та стилістичні функції історизмів.
4. Архаїзми зі стилістичного погляду.

Основні терміни та поняття: *неологізм, оказіоналізм, історизм, архаїзм, застаріла лексика.*

Виконати завдання***:***

1. Виявити в рекламних та газетних текстах неологізми та оказіоналізми, значення яких варто було б додатково пояснити читачам; дати відповідну довідку.
2. Опрацювати статтю Ленець К.В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*. 2018. № 6. С. 41–47.
3. Письмово проаналізувати кілька публіцистичних текстів, у яких вжиті історизми й архаїзми. Відзначити, чи всі вони є зрозумілими для аудиторії, за необхідності – подати власні тлумачення.

Рекомендована література:

1. Капелюшний А. О. Типові помилки в мовностилістичному використанні лексичних і фразеологічних засобів. Стилістика й редагування: практичний словник-довідник журналіста. Львів : ПАІС, 2017. С. 108–125.
2. Ващенко В. С. Українська лексикологія: семантико-стилістична типологія слів. Дніпропетровськ : ДНУ, 2019. 211 с.
3. Яцимірська М. Г. Загальні особливості мови сучасної української газети. *ЗМІ й утвердження державного суверенітету України*. Львів, 2019. С. 136–140.
4. Ленець К. В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*. 2018. № 6. С. 41–47.
5. Сербенська О., Волощак М. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань та відповідей. Київ : Видавничий центр «Довіра», 2017. С. 320–336.
6. Стішов О. А. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця XX ст. *Мовознавство*. 2016. №1. С. 7–21.

7. Залізняк Б. Мовні інновації на службі можливої трансформації політичного дискурсу в Україні. *Вісник ЛДУ*. Львів, 2018. С. 48–53.
8. Стішов О. А. Українська лексика кінця XX ст. (на матеріалі мови ЗМІ). Київ : Наук. думка, 2017. 289 с.
9. Шаповалова Г. Джерела сучасної неологічної лексики іншомовного походження та доцільність її використання. *Вісник ЛДУ*. Львів, 2019. С. 121–125.

Методичні вказівки

Готуючи питання про ***неологізми,*** слід визначити групи загальномовних та індивідуально-авторських. Варто звернути увагу на способи їх творення та проаналізувати функції неологізмів у публіцистичному стилі (підкреслюють новизну понять, які позначають; посилюють експресію вислову; називають поняття, на позначення якого немає іншого слова в мові, вводячи нову назву в обіг; є засобом створення комічного ефекту).

У відповіді на ***третє та четверте питання*** особливу увагу слід звернути на особливості застарілої лексики. Треба чітко розрізняти історизми (волость, сагайдак, очіпок) і архаїзми (вікторія, бран, лицедій). Бажано засвоїти основні семантичні групи історизмів. Необхідно також зазначити, якими можуть бути застарілі слова за походженням (власне українські, старослов'янізми та запозичені).

У публіцистичних творах історизми можуть використовуватися для зіставлення фактів сучасності з подіями, що відбувалися в минулому; як опорні слова перифраз.

Архаїзми в мові ЗМІ вживаються для відтворення колориту доби; надання текстові піднесеності, урочистості, небуденності; створення комічного ефекту.

Застаріла, переосмислена раніше лексика з пасивного фонду мови знову починає вживатися в прямому й переносному значенні з позитивними конотаціями. Навести приклади.

Тема: Мовні й стилістичні функції професіоналізмів, жаргонізмів та арготизмів

Опрацювати такі питання:

1. Професіоналізми. Їх типи, способи творення.
2. Особливості використання професіоналізмів у текстах різних стилів та в мові ЗМІ.
3. Види жаргонної лексики. Специфіка уживання жаргонізмів та арготизмів в окремих функціональних стилях.

Основні терміни та поняття: *професіоналізм, жаргонна лексика, арготизм, соціальний діалект.*

Виконати завдання***:***

1. Записати по 10 прикладів слів професіоналізмів рекламіста, журналіста та термінів журналістикознавства, пояснити їх значення. Проаналізувати відмінність між професіоналізмами та термінами.
2. Написати рекламний або журналістський твір будь-якого жанру, висвітливши специфіку певної професії. Пояснити особливості та необхідність уживання в ньому професіоналізмів.

Рекомендована література:

1. Єрмоленко С. Я. «Права» та «обов'язки» розмовного слова. *Урок української*. 2018. № 4. С. 18–21.
2. Кириченко І. Кітч як зображальний засіб журналістики: за матеріалами Львівської газети «Ратуша». Українська журналістика: формування сучасного обличчя. *Вісник ЛДУ: Серія журналістики*. Львів, 2019. Вип. 18. С. 93–112.
3. Кузнєцова Т. Суржик і мовлення. *Урок української.* 2017. № 6. С. 22–30.
4. Ленець К. Деякі явища в лексичному складі мови преси. *Українська мова: з минулого в майбутнє* (200-літтю «Енеїди» Котляревського присвячується). Київ : Академія, 2018. 321 с.
5. Пиркало С. Сленг: ненормативно, але нормально. *Урок української.* 2019. № 4. С. 26–28.
6. Покровська О. Характеристичні риси мови ЗМІ. *Вісник Харківського університету*. 2017. № 426. С. 171–174.
7. Сербенська О. Мова преси. Київ : Наук. думка, 2016. 328 с.
8. Ставицька Л. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. *Українська мова*. 2017. №1. С. 55–68.
9. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії. Київ : Академія, 2017. 321 с.
10. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 387 с.

Довідкова література:

1. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів : ПАІС, 2014. 238 с.
2. Дмитровський З. Є. Словник телевізійних термінів і понять. Львів: ЛНУ, 2016. 298 с.
3. Жирна Л. А., Кулічов В. Л. Суржиково-український словник. Черкаси, 2014. 265 с.
4. Капелюшний А. О. Практичний посібник-довідник журналіста. Львів, 2014. 216 с.
5. Перший словник українського молодіжного сленгу / укладач С. Пиркало. Київ : Академія, 2016. 298 с.

Методичні вказівки

Готуючи відповідь на ***перше питання***, необхідно звернути увагу на відмінності між термінами та професіоналізмами. Навести приклади термінів та професіоналізмів із журналістської діяльності.

Опрацьовуючи цю тему, необхідно вміти не тільки виділити групи слів з погляду стилістичного використання, але й дати їм характеристику. Слід звернути особливу увагу на використання цих шарів лексики в ЗМК.

У мові мас-медіа взаємодіють елементи різних стилістичних шарів словникового складу української мови. Сюди проникає також літературно ненормативна лексика – молодіжний сленг, суржик, елементи розмовної лексики, вульгаризми, абсцентна лексика.

Інтенсивна жаргонізація виявляється як у входженні в мову молодіжних і жаргонних слів, так і соціальних діалектизмів, які раніше рідко з'являлися в мові преси.

Надання пресою переваги зниженій лексиці психологічно пояснюється деякими дослідниками тим, що цей табуйований максимально пласт не був дискредитований слововживанням так званих застійних часів, тому за ним не закріпилися негативно-оцінні конотації. Таке слововживання в пом'якшеній формі відображає мовні уподобання суспільства, що прагне подекуди в зниженій лексиці віднайти засоби адекватної номінації явищ дійсності.

Відповідаючи на ***третє питання***, необхідно пам’ятати, що професіоналізми, жаргонізми та арготизми належать до лексики обмеженого функціонування. Це значить, що мовлення окремих професійних та соціальних груп населення має певні особливості в доборі та використанні слів загальнонародної мови, що дає підстави говорити про існування соціодіалекту. Соціальний діалект – це різновид загальнонародної мови, який характеризується специфічними лексичними та фразеологічними засобами, вживаними в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Із рекламних оголошень, газетних публікацій, теле- та радіоповідомлень, виписати:

1) 5 речень з багатозначними словами. Поясніть особливості їх використання;
2) із зазначенням газетних жанрів навести 7 прикладів вживання слів з експресивним забарвленням і з`ясувати доцільність або недоцільність їх використання саме в цьому тексті;
3) 10 тропів, які є джерелом образності. Визначити їх вид та стилістичну функцію;
4) по 5 речень з омонімами та паронімами. Визначити влучність та доречність їх уживання в тексті;
5) 5 речень із синонімами різних типів та 5 речень з евфемізмами та перифразами. Визначити стилістичні функції;
6) 7 речень або заголовків, у яких є антоніми чи антитези. Визначте їх стилістичну функцію.
7) 7 речень з іншомовними словами. Визначте доречність їх використання та спосіб введення у текст;
8) 10 речень із росіянізмами різних видів. Запропонуйте правильний варіант;
9) разом з реченнями виписати 7 – 10 слів, які з`явилися або набули нового значення в останні роки. Визначити їх влучність та доцільність в даному контексті, а також до яких семантичних груп лексики належать ці неологізми;
10) виписати 7 – 8 речень з фразеологічними зворотами, визначити їх різновид трансформації (якщо є). Пояснити значення та стилістичну роль.

Індивідуальне завдання оформлюється на аркушах А4 і складається у файл. У випадку дистанційного навчання або якщо у студента оформлений лікарняний лист чи індивідуальний графік навчання, завдання можна надсилати у вигляді презентації на електронну пошту або МУДЛ. Приклади із журналістських публікацій можна подавати у вигляді скріншотів або вклеювати ксерокопії, або виписувати зі ЗМК (із обов’язковим зазначенням джерела, дати, номера випуску). Завдання потрібно здати викладачу за місяць до екзамена.

Критерії оцінювання: кожне із завдань оцінюється у 2 бали. Обов’язковим є виконання тієї частини завдання, в якій потрібно пояснити особливості використання, з`ясувати доцільність або недоцільність уживання, визначити влучність та доречність функціонування в тексті певних груп слів. У підсумку за індивідуальне завдання, виконане вчасно і з дотриманням усіх вимог, студент може отримати 20 балів.

Список використаних джерел

1. Бабич Н. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Ранок, 2018. 389 с.
2. Ботвина Н. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови. Київ : Наук. думка, 2017. 267 с.
3. Волкотруб Г. Стилістика ділової мови : Навч. посібник. Київ : Кондор, 2019. 369 с.
4. Волкотруб Г. Практична стилістика української мови. Тернопіль : Астон, 2017. 374 с.
5. Волкотруб Г. Практична стилістика сучасної української мови. Використання морфологічних засобів мови. Київ : Рідна мова, 2020. 311 с.
6. Гриценко Т. Українська мова та культура мовлення. Київ : Наук. думка, 2021. 384 с.
7. Дудик П.С. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 311 с.
8. Капелюшний А.О. Стилістика. Редагування журналістських текстів. Львів : Ранок, 2017. 587 с.
9. Капелюшний А.О. Типові помилки в мовленні ведучих інформаційних та музичних програм «Радіо Люкс». *Телерадіожурналістика: історія, теорія, практика, погляд у майбутнє*. Львів : ЛДУ, 2017. С. 113–118.
10. Каранська М. Річище нашої мови потребує очищення. *Урок української*. 2016. № 6. С. 13 – 16.
11. Коваль А.П. Практична стилістика сучасної української літературної мови. Київ : Кондор, 2017. 412 с.
12. Кравець Л.В. Стилістика української мови. Практикум. Київ : Рідна мова, 2019. 231 с.
13. Ленець К. Проблеми мовної культури. *Слово. Стиль. Норма*. Київ : НАН України, Інститут української мови, 2016. С. 40–61.
14. Ленець К.В. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство*. 2018. № 6. С. 41-47.
15. Мацько Л.І., Сидоренко О.М. Стилістика української мови. Київ : Наук. думка, 2019. 397 с.
16. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика. Київ : Рідна мова, 2017. 359 с.
17. Пилинський М.М. Мовна норма і стиль. Київ : Наук. думка, 2016. 294 с.
18. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. Київ : Наук. думка, 2018. 372 с.
19. Сербенська О. Культура усного мовлення. Практикум. Львів : Ранок, 2016. 314 с.
20. Сергеєв Ю.А. Прагматична функція усталених словосполучень у газетному тексті. *Мовознавство.* 2019. № 2. С. 54-58.
21. Сербенська О., Волощак М. Мова журналістів – мова читачів. *Урок української*. 2017. № 9. С. 12-23.
22. Степаншин Б. Іншомовна лексика в українському мовленні. *Київ.* 2019. № 11. С. 150–155.

23. Чабаненко В. Стилістика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 347 с.
24. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів : Ранок, 2018. 412 с.
25. Яцимірська М. Культура мови журналіста як показник його інтелекту. Українська журналістика і національне відродження. Київ : НМК ВО, 2017. С. 83–86.

Інформаційні ресурси

1. Практична стилістика ділового спілкування: методичні рекомендації для студентів. Укл. Чікаліна І.О. Донецьк: Цифрова типографія, 64 с. URL: http://kafedragumartcollege.edukit.km.ua/Files/downloads/Практична стилістика ділового спілкування.pdf
2. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови: Навчальний посібник. Вид. 2-ге, перероблене. Львів : ПАЮ,. 400 с. URL: http://shron.chtyvo.org.ua/Kapeliushnyi_Anatolii/Praktychna_stylistyka_ukrainskoi_movy.pdf

Короткий термінологічний словник

Абсурд – безглузді твердження; вислови, позбавлені раціонального змісту.

Автентичний текст – достовірний текст певного автора.

Автореферат – короткий виклад автором змісту своєї наукової праці.

Авторські слова – 1) грам.: слова, з допомогою яких до тексту вводять пряму мову; 2) слова, що належать тільки певному автору і не підлягають змінам: авторські слова Тараса Шевченка, авторські слова Івана Франка.

Агітаційна промова – промова, що зосереджується на якому-небудь політичному питанні, ідеї, факті, містить заклик до певної діяльності й адресована до широких мас.

Адаптація – пристосування тексту до можливостей сприймання читача.

Активний словник – запас слів, які мовець не тільки розуміє, а й практично використовує в усній та писемній мові.

Актуалізація – реалізація можливостей мовних одиниць відповідно до стилістичної мети спілкування: семантико-стилістичне наголошення, змістове виокремлення мовних одиниць за несподіваними мовними зв’язками.

Акцент – особливості вимови, що зумовлені специфікою артикуляційної бази рідної мови і виявляються у мовленні нерідною мовою.

Алегорія – образ, в якому зображення має переносне значення; вираження ідеї в предметному образі: *лисиця – хитрість, осел – тупа упертість.*

Алітерація – стилістичний прийом повторення однакових або близьких за акустико-артикуляторними ознаками приголосних звуків з метою створення звукового образу або фону: *Мов водопаду рев, мов битви гук кривавий, так наші молоти гриміли раз у раз* (І. Франко).

Алогізм – несумісність, яка породжується невідповідністю граматичного руху мови значеннєвому.

Ампліфікація – прийом традиційної риторики, що полягає у зумисному нагромадженні кількох схожих означень для підсилення певного явища.

Амфіболія – структури, що допускають двозначне тлумачення. Амфіболія розуміється як стилістичний ефект загадковості або як недогляд, який можна усунути перебудовою речення.

Анадиплоза – фігура, що поєднує одним словом чи конструкцією передню строфу (чи речення) з наступною.

Анаклаза – прийом фоностилістики, що створює ефект скандування розривом складів, подовженням звуків.

Анаколуф – стилістична фігура, в основі якої лежить граматична неузгодженість членів речення, зміщення конструкцій, порушення синтаксичних зв’язків.

Аналогія – тенденція до збереження відповідності між думкою і виразом.

Анантаподотон – стилістична фігура, що є різновидом анаколуфа. З двох елементів парного виразу вживається тільки перший*: Нема на світі України, немає другого Дніпра...* (Т. Шевченко).

Анантаксис – вставляння звуків для евфонічного звучання, полегшення вимови (*зі мною, зо дна*). Анантаксисом називають і «паразитичні звуки» в живому мовленні: *о-о-о, е-е-е...*

Анафора – стилістична фігура, що створюється повторенням одних і тих самих елементів мови на початку кожного паралельного ряду: рядка, строфи, абзацу. Анафора буває звукова, лексична, морфемна, синтаксична.

Анекдот – коротке усне жартівливе оповідання про якийсь випадок чи ситуацію з несподіваним дотепним закінченням.

Антитеза – стилістична фігура, що характеризується симетричною будовою і різким протиставленням понять, образів, думок.

Антифразис – стилістична фігура, яка будується на вживанні слова в протилежному значенні*: страшенно гарна.*

Антоніми – стилістичні засоби (переважно лексеми з протилежним значенням) для створення виразного контрасту.

Антономазія – стилістичний засіб оцінної експресії, що досягається заміною власної назви описовим зворотом: *Безсмертний Кобзар* (про Т. Шевченка).

Апокопа – скорочення слів у результаті випускання звуків.

Апосіопезис – стилістична фігура, що утворюється несподіваною паузою, яка розриває конструкцію. Використовується для вираження вагань або емоцій, розпачу мовця.

Апорія – фігура думки, в якій відповіддю на запитання буде весь наступний текст.

Апостроф(а) – широка фігура думки, в якій оповідь переривається звертанням до когось одного зі слухачів або читачів. Апострофа може мати різний риторичний зміст і мовну конфігурацію. Це може бути моралізаторське нагадування, повчання, прохання про допомогу, звертання до честі і гідності, догана, скарга, прокляття, моління, прохання тощо. Те саме, що й риторичне звертання.

Арготизми – стилістичні засоби (лексеми) для створення ефекту потайного мовного відокремлення: *колеса* (наркотики), *ксива* (документи).

Архаїзми – стилістичні засоби (лексеми), що мають конотацію попередніх мовних епох і тому використовуються для створення стилістичних ефектів історичного колориту, урочистості, піднесеності, патетики або створення ефекту комізму, іронії, пародії, індивідуалізації мовлення персонажів.

Асиндетон – стилістична фігура, що має будову багатокомпонентного складного безсполучникового речення: *Сонце заходить, гори чорніють, пташечка тихне, поле німіє* (Т. Шевченко).

Асонанс – прийом фоностилістики, що полягає у співзвуччі або повторенні однакових чи акустично близьких голосних звуків.

Астеїзм – схвалення у вигляді осуду.

Астесмус – фігура думки, що прикрашає мовлення доречним виразом – вставкою, згадкою, дотепом, приказкою чи прислів'ям, сентенцією, афоризмом тощо.

Атіологія – фігура думки, в якій на поставлене мовцем запитання відповідати слід йому ж: *Чи можемо ми сказати, що все у нас гаразд? Ні, не можемо.*

Афективний – такий, що стосується гострих, неконтрольованих розумом емоцій.

Афоризм – короткий влучний вислів, який у стислій, зручній для запам'ятовування формі подає глибоку думку.

Варваризми – стилістичні засоби (лексеми), як правило, іншомовного походження, які не стали загальновживаними, не повністю засвоєні мовою. Те саме, що й екзотична лексика: *фрау, мадам, візаві, сябри.*

Варіант – стилістичне поняття, за яким допускаються паралельні форми. Є варіанти комбінаторні, факультативні й стилістичні.

Вид – у граматичній стилістиці дієслівна категорія, що завдяки своїй семантиці і формотворенню має багату палітру стилістичних відтінків, які відображають різні способи протікання дії: миттєва дія, початкова, тривала, багатократна, завершальна, результативна, підсилювальна, супровідна.

Виділення – надання якомусь мовному елементу особливої стилістичної ваги.

Включення – стилістичний прийом, при якому вірш або речення починається і закінчується одним і тим самим словом.

Внутрішня мова – стилістичний засіб у художньому тексті. Це мовлення персонажа «про себе».

Вставні слова, словосполучення, речення – засіб стилістичного синтаксису. Слова, словосполучення і речення, які вводяться в інше речення, але синтаксично з ним не пов'язані, інтонаційно відокремлюються від нього і вносять додаткові повідомлення, уточнення чи пояснення до змісту основного речення.

Вульгаризми – стилістичний засіб, лексеми, що мають знижене (пейоративне) забарвлення і перебувають за межами літературної норми: *пика, жерти.*

Гармонія – у стилістиці якість мовлення, до якої має прагнути мовець (гармонія змісту і форми, звучання, настрою, тону).

Гіпербола – образне перебільшення за розміром, силою, значенням: *Так ніхто не кохав. Через тисячі літ лиш приходить подібне кохання* (В. Сосюра).

Гіпероха – вид гіперболи, найбільша похвала: *Нічого кращого за неї нема під сонцем.*

Гісторологія – фігура думки, що виражає важливі, з погляду мовця, побажання, використовується на закінчення риторичного дискурсу, рідше— на початку.

Гіфен – прийом зумисного злиття окремих слів у одне складне слово: *Ах, Стрункодівчина, Русодівчина, Руходівчина, Теплодівчина в ажурній сукні*.

Глосарій – тлумачний словник застарілих і мало-зрозумілих слів.

Гнома – мудрий вислів, афоризм, викладений у формі двовірша.

Градаційні сполучники – складені сполучники, що утворюються з двох компонентів і виражають найчастіше зіставно-протиставні відношення, причому друга частина має більше смислове навантаження порівняно з першою: *не тільки ..., ай; не стільки ..., скільки; не те щоб .., але.*

Градація – стилістична фігура певної будови, в якій кожна наступна частина посилює (або послаблює), нагнітає смислове чи емоційно-експресивне значення. В результаті зростає стилістичний ефект висловлення і враження від нього. Градація буває висхідна, при якій стилістичний ефект збільшується, наростає і посилюється значення з додаванням кожного наступного компонента фігури: *Прийшов, побачив, переміг* (Юлій Цезар). Градація низхідна, навпаки, характеризується з кожною наступною частиною зменшенням значення, спаданням стилістичного ефекту і враження від нього: *На майдані пил спадає. Замовкає річ. Вечір. Ніч* (П. Тичина).

Гротеск – поетичний прийом зумисного спотворення або змішування контрастів: трагічного і комічного, доброго та злого, реального і фантастичного.

Гумор – зображення смішного в жартівливому, добродушному тоні.

Ґемінація – експресивне подвоєння; те саме, що й подвоєння, редуплікація.

Демінутиви – виразні стилістичні засоби, поширені в усній і художній мові. Це назви суфіксальних утворень із семантикою зменшуваності, емоційної оцінності, інтимності: *спатоньки, їстоньки, дівулька.*

Дигресія – стилістичний прийом миттєвого відхилення від теми, викладу для того, щоб слухачі відпочили від інтелектуального чи емоційного напруження.

Діалектизми – стилістичні засоби, що використовуються в художніх текстах для створення стилістичного ефекту місцевого колориту, для індивідуалізації мови персонажів – носіїв певної говірки.

Діалог – функціонально-комунікативний вид мовлення, що характеризується безпосереднім словесним обміном думками між двома мовцями.

Домінанта – одне зі стилістичних понять, що у низці однотипних мовних одиниць є носієм основного значення і підпорядковує собі всі інші змістові й стилістичні значення: *Україна – рідний край, рідна земля, Вітчизна, Батьківщина, барвінковий край*.

Евфемізми – пом’якшувальні назви грубих явищ, уникнення слів із неприємним забарвленням.

Евфонія – милозвучність мови, а також дотримання мовцями правил фонетичних чергувань.

Екзотизми – маловживані слова, що вживаються як стилістичний засіб для створення особливого колориту: *паранджа, аул, фазенда.*

Експресія – інтенсивна виразність тексту, що створюється фонетичними, лексичними, граматичними, стилістичними засобами мови.

Ексцесив – надмірний ступінь ознаки чогось: *щонайкраще, дрібнюсінький.*

Еліпс – стилістична фігура, відсутність передбачуваного слова, в якому немає потреби і без якого фігура є лаконічнішою, динамічнішою, виразнішою: *Людині – все людське на цій непокірній землі* (М. Рильський).

Елатив – стилістичний засіб інтенсивності ознаки, що має характерні експресивні суфікси: *чистісінька правда, низесенький уклін.*

Емотивний – синонім до слова емоційний, частіше вживається стосовно неконтрольованих емоцій – афектів.

Емфаза – інтонаційне виділення, підсилене повторення якогось елемента, частіше початкового: *Осінній день, осінній день, осінній...* (Л. Костенко).

Емфатичний вираз – особливо інтенсивне або велемовне висловлення.

Енантіосемія (від гр. enantios – протилежний і sema – знак) – поляризація значень, розвиток у слові значення, протилежного прямому: *герой (у значенні невдаха).*

Енкліномен – явище евфонії живого мовлення, сутність якого у зміні інтонації з гострого (високого) тону на важкий (низький) тон.

Епітет – троп, образне означення переважно метафорич-ного характеру: *щасливі береги, медові уста.*

Епітроп – фігура думки, при якій допускається приймати позицію суперника, щоб потім аргументовано її спростувати.

Епіфора (від гр. epiphora – перенесення, повторення) – стилістична фігура, протилежна анафорі, полягає у повторенні одних і тих самих елементів у кінці кожного паралельного рядка.

Етимологічна фігура – стилістична фігура, в якій поєднуються етимологічно близькі слова: *життя прожити – не поле перейти; спати сном праведника; думати думу.*

Етопея – фігура думки, при якій певне міркування, зміст вкладається в уста тієї особи, яка має це оцінити. Навіть звичайні, поширені твердження набирають більшої ваги в устах авторитетних людей і стають ніби незаперечними.

Жаргон (фр. jargon – базікання) – функціональний підвид просторічного мовлення, що перебуває за межами літературної мови: *хавати* (їсти), *киряти* (випивати), *тачка* (таксі). Залежно від віку, вподобань, діяльності виділяють жаргон дитячий, студентський, кримінальний, комп’ютерний і та ін.

Жива мова – мова, що звучить у повсякденному спілкуванні; одне із джерел виникнення стилістичних значень.

Забарвлення – додаткові стилістичні відтінки мовних одиниць, що надають висловлюванню чи тексту певного характеру (урочистості, книжності, просторічності тощо).

Звертання – риторична фігура, що містить у собі назву особи у кличному відмінку, до якої звернена мова.

Звуконаслідувальні слова, ономатопея – стилістичний засіб у художніх текстах для відтворення звукових ситуацій, створення акустичного фону і

звукових образів. Наприклад: *Цок-цок, цок-цок... – за небокрай козацький кінь прудкий* (Л. Ротач).

Зміна значення, семантична зміна, семантичний розвиток – семантичні явища в стилістиці, що виявляються у звуженні, розширенні або зміщенні значення слів і виразів, в результаті чого виникають нові стилістичні засоби – фігури слова: тропи.

Значення стилістичне – одне з основних понять стилістики. Стилістичне значення є супровідним до лексичних і граматичних значень слів та виразів. Здатністю створювати певний стилістичний ефект воно обмежує сферу свого використання. Для визначення стилістичних значень важливими є поняття узуальних (часто вживаних, неформальних) і оказіональних (рідко, ситуативно вживаних) значень, прямих і переносних.

Імітація (лат. imitatio – наслідую) – стилістичний прийом, яким створюється повна ілюзія чиєїсь манери мовлення або письма.

Імператив (від лат. imperativus – владний) – стилістичний засіб (наказовий спосіб, спонукальні вигуки тощо), що виражає волевиявлення, реакції мовця.

Імплікація – логічна операція, за допомогою якої з двох висловлювань утворюється умовне висловлювання за схемою: *Якщо..., то.*

Інвектива – гострий викривальний виступ, різке звинувачення, осуд когось.

Інклюзив – стилістичний прийом, при якому мовець виступає і від імені того, до кого говорить (включає його в поняття «ми»).

Інверсія (від лат. inversio – перестановка) – стилістична фігура, яка створюється зворотним порядком слів у реченні.

Інтер'єктивація – стилістичний засіб (перехід повнозначних слів у вигуки), який надає тексту емоційно-експресивного забарвлення: *ой матінко!, о леле!, боже ж ти мій!, от тобі й маєш!*

Інтерпеляція – фігура, в якій автор перериває потік мовлення, щоб звернутися до слухача, щось ствердити чи заперечити.

Інтерпозиція – різновид стилістичної фігури інверсії, в якому службове слово вклинюється у словосполучення, підрядне речення «розриває» головне: *дівчата, щоб не забути, записали адресу***.**

Інтерпретація (лат. interpretatio – тлумачення) – фігура, в якій одна й та сама думка пояснюється за допомогою нагромадження синонімічних виразів. Виконує функцію семантичну, бо краще розкриває смисл думки, і стилістичну; є різновидом ампліфікації.

Інтонація – цілісна організація живого мовлення, що включає ритм, паузи, наголоси, мелодику, силу, висоту і тембр звуків; поняття фоностилістики, що характеризує ритмо-мелодичну сторону мовлення і виражає логіку змісту та емоційно-експресивне забарвлення (інтонація оклику, звертання, запитання, пояснення, переліку, закінченості, оповідності, спонукання, зіставлення тощо). У стилістиці інтонація, мелодія мови – це живий показник не тільки висоти звучання, а й відтінків думки, волі та

почуттів, форма виявлення стилістичного ефекту. Кожний тип стилістичного ефекту має свою інтонацію.

Інтродукція (лат. introduction) – те саме, що й вступ.

Інформація – одне із вихідних понять стилістики, що означає основу об'єкта мовної передачі, переробки і відтворення, яка «обростає» стилістичними конотаціями.

Іронія – троп, у якому слова чи вирази з метою насмішки, глузування вживаються у зворотному (до буквального) значенні слова.

Історизми – стилістичні засоби (лексеми), що використ-товуються в художніх текстах для відтворення колориту епохи, індивідуалізації мови персонажів, у науково-історичній літературі як номінації колишніх реалій: *урядник, війт, кошовий, волость, ятаган, непман, КДБ.*

Ітерація (лат. itero – повторюю) – метод тренування, навчання, вироблення вправності, мовної досконалості.

Каданс (лат. cadens – який падає, закінчується) – тип мелодики мовлення, характерний для кінця фрази при оповідній моделі мовлення.

Каламбур – стилістичний прийом зближення різних за значенням слів, іноді схожих за звучанням, який створює комічний ефект: *А хай їй грець, тій Греції!*

Калька (фр. caique – копія) – слово або вираз, утворені точно за зразком іншого слова чи виразу шляхом буквального перекладу його частин з іншої мови.

Катехреза (від гр. katachresis – помилкове вживання) – троп, різновид метафори, що утворюється поєднанням суперечливих понять, використанням семантично подібного, близького, але не точного виразу: *Велика розмова замість довга; червоне чорнило.*

Класична мова – мова, репрезентована найкращими художніми текстами, за якими і має вивчатися. Класична українська мова представлена творчістю І. Котляревського, Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки, І. Нечуя-Левицького, Панаса Мирного, М. Коцюбинського та ін.

Кліше (фр. cliche – відбиток) – зворот, що легко відтворюється в певних ситуаціях і контекстах, зберігає свою семантику і виразність, відповідає психічним стереотипам національного світобачення; через легкість до відтворення сприяє автоматизації мовлення, прискорює процес комунікації, економить час і зусилля мовців (*докладати зусиль, поліпшити роботу, втілити в життя, давати високу оцінку*), але втрачає свіжість мовотворення.

Койне – «легкий» варіант мови, що сформувався на базі кількох (чи одного) діалектів і є засобом спілкування різномовних груп населення. В Давній Греції (III—I ст. до н. е.) так називалася загальнонародна мова.

Колон – фігура, що коротко і точно передає думку за допомогою скорочених ритмічних членів виразу (колон).

Композиція (від лат. compositio – складання, розташування) – структура, побудова твору певного жанру, художній план твору, в якому співвідношення частин зумовлене темою і задумом.

Комунікація – одне зі стилістичних понять, що визначає основний зміст і доречність стилістичних засобів.

Конклюзія (лат. conclusio – кінець, закінчення) – те саме, що й висновки.

Конотація – одне з основних понять стилістики, яке означає додаткові семантичні й стилістичні відтінки, що накладаються на основне значення слова в процесі комунікації і надають вислову експресивного забарвлення, певного тону, колориту.

Контекст (від лат. contextus – тісний зв'язок, з'єднання) – лінійне синтагматичне оточення, яке необхідне (чи достатнє) для реалізації потенцій значення слова або таке, що здатне породжувати певні зміни в значенні. Одне з основних понять стилістики, оскільки більшість стилістем реалізуються тільки в контексті, тобто в частині тексту, яка дає можливість визначити стилістичне значення мовної одиниці. В широкому розумінні контекстом вважають мовне оточення, ситуацію й умови спілкування, а також національно-культурне середовище.

Крилаті вислови (слова) – стилістичні засоби; ними є стійкі вирази, що мають певне літературне або історичне походження. Це переважно вислови визначних діячів, цитати з відомих творів, що завдяки своїй точності й виразності поширились і стали стилістемами: *Напитися шоломом із Дону великого* («Слово о полку Ігоревім»); *Тільки той ненависті не знає, хто цілий вік нікого не любив* (Леся Українка); *Бути чи не бути?* (У. Шекспір).

Культура мови – 1) лінгвістична наука, що вивчає суспільне життя мови в конкретний історичний час і регламентує користування мовою в суспільстві; 2) досконале володіння літературною мовою; 3) система ознак і вимог досконалої літературної мови; 4) мовна культура особистості, колективу, певної групи населення.

Лексика (від гр. lexikos – словесний) – словниковий склад мови. У стилістиці кваліфікується як стилістичний матеріал. За призначенням і сферою використання виділяють різні групи лексики: загальновживану, термінологічну, професійну, спеціальну, активну, пасивну, застарілу. За стилістичною активністю лексика поділяється на нейтральну і стилістично забарвлену. До стилістично забарвленої належить емоційно-експресивна, поетична, книжна, просторічна та ін.

Лексика емоційна (емотивна) – слова на позначення емоцій, почуттів, переживань (або які надають такого емоційно-експресивного забарвлення іншим) та слова, що здатні впливати на емоційну сферу мовців: *любов, кохання, радість, матусенька, гарненький, злющий, сердешний.*

Лексика книжна – слова, що пов'язані своїм походженням і використанням з книжними стилями: *аналіз, синтез, ерудиція, фактор, ефект, закон, суд*.

Лексика нейтральна – слова, що не мають стилістичного забарвлення і стильового призначення, можуть з однаковим успіхом вживатися в усіх стилях. У стилістичній парадигмі вони є нейтральною основою, домінантою, до якої додаються стилістично забарвлені синоніми, утворюючи синонімічний ряд: *говорити – ректи, промовляти, виступати, базікати*.

Лексика офіційно-ділова – слова та усталені вирази (кліше, штампи), що є стилістично визначальними для документів і офіційних паперів: *паспорт, посвідчення, заява, протокол.*

Лексика розмовна – слова, що виникли і вживаються у живому усному мовленні: *козарлюга, дрібничка, багатенько, електричка, роботяга.*

Лексика фамільярна – слова, що вживаються у спілку-ванні, не обтяженому етичними нормами, безцеремонна лексика: *братан, роззява.*

Лексична стилістика – розділ описової стилістики про стилістичні можливості різних шарів лексики і доцільність використання відповідної лексики у певних функціональних типах мови.

Лінгвістична стилістика – мовознавча наука про стилі, стилістичні засоби мови і прийоми їх використання.

Літота – образне применшення: *жаль крихти хліба.*

Макаронізми – жартівливо перекручені на лад іншої мови слова: *пан теля пасе.*

Маркований (від фр. marquer – відмічати) – вживається у виразі «стилістично маркований», тобто такий елемент, що має стилістичне забарвлення.

Мейозис (від гр. meiosis – зменшення) – використання демінутивних утворень не для зменшення, послаблення ефекту, а для підсилення, інтенсифікації.

Меліоризація) – процес набування словом позитивного значення: *королева краси.*

Мелодика (від гр. melodos – співучий) – звукова крива фразової інтонації; композиційна ознака тексту.

Мертва мова – та, що не вживається, або та, що використовується тільки як писемна мова освічених людей (латина); для сучасних літературних мов – одне із джерел виникнення пасивних стилістем.

Метаплазм – різні види змін у межах слова, його форм. До метаплазм належать протези, епентези, метатези, стягнення тощо; у стилістиці ці процеси можуть супроводжуватися стилістичним забарвленням.

Метафора (гр. metaphora – переміщення, віддалення) – один із найпоширеніших тропів, що виникає в результаті вживання слова в переносному значенні за схожістю означуваного предмета з іншим.

Метонімія (від гр. metonymia – перейменування) – троп, образний переносний вираз, в якому предмет замінюється іншим, але не за подібністю, а за суміжністю і реально існуючими між ним зв’язками.

Мова імпровізована – та, що звучить на певну тему без попередньої підготовки, породжена конкретною ситуацією або є живою компіляцією відомих мовцю виражальних засобів. Така мова потребує від мовця великих знань, смаку і таланту імпровізації.

Мовна характеристика (портрет) – добір якихось особливих для кожного персонажа мовних елементів, якими виділяється і запам’ятовується персонаж.

Монолог (від гр. monos – один і logos – слово, мовлення) – функціонально-комунікативий вид мовлення однієї особи, не розрахований на словесну реакцію інших.

Наголос – у стилістиці засіб підкреслення відтінків думки, намірів мовця, створення відповідних ефектів, може бути кількох різновидів: логічний, емоційний, афективний, інтенсивний, патетичний, риторичний, фразовий.

Надлишковість стилістична – стилістична фігура, переобтяжена емфатичними повторами, низкою синонімів, аналогічних висловів.

Народна етимологія – те саме, що й паронімічна атракція (парехезис). Полягає в тому, що у свідомості мовців слово пов'язується зі схожим до нього фонетично, але іншим за значенням: *бульвар – гульвар, поліклініка – полуклініка*; використовується як стилістичний засіб в іронічно-гумористичних, сатиричних текстах.

Народна мова – мова повсякденного спілкування всіх мовців, на відміну від літературної.

Невласне пряма мова – стилістичний прийом взаємопроникнення авторської і прямої мови, що й створює враження підслуханих думок.

Норма (від лат. norma – правило) – систематизована сукупність ознак мови, що сприймається як взірець для всіх мовців.

Нотація – настанова, повчання із осудом чиєїсь поведінки, вчинків і т. ін.

Образ – 1) особлива форма естетичного освоєння світу, при якій збігається його предметно-чуттєвий характер, його цілісність, життєвість, конкретність – на відміну від наукового пізнання, що подається у формі абстрактних понять; 2) персонаж у художньому творі; 3) те саме, що й риторична фігура або троп.

Оказіоналізми (від лат. occasionalis – випадковий) – стилістичні засоби, що не відповідають загальноприйнятому вживанню, мають індивідуальний, часто взагалі разовий контекст: *новорождені степи, пекельно гарячі обійми* (О.Олесь)

Оклик – окличні слова, вигуки чи короткі фрази, що експресивною інтонацією передають живе мовлення з безпосередньою реакцією.

Оксюморон (гр. oxsymoron – дотепно-безглузде) – поєднання логічно суперечливих понять, несумісних ознак, що утворюють новий яскравий образ: *ти мовчанням мені кричи; говорю я з тобою мовчки* (В. Симоненко)

Орнамент (лат. ornamentum – прикраса) – елементи прикрашання.

Орнаментація – сукупність мовних елементів, що прикрашають, декорують стиль.

Паліндром (від гр. palindromos – той, що вертається) – стилістичний прийом організації мовного матеріалу в такий спосіб, що слова, фрази, вірші (перевертні) можна читати прямо й обернено (справа наліво): *кіт – тік.*

Парабола – притча, коротка казка, анекдот, алегорична розповідь повчально-моралізаторського змісту, які включають до тексту твору, щоб активізувати увагу слухачів.

Парадигма (стилістична) (від гр. paradeigma – приклад, взірець) – схема (модель) семантико-стилістичних відношень, що відображають наявність чи відсутність стилістичних значень (конотацій) та їх інтенсивність. Стилістична парадигма має вигляд: «плюс» – «нуль» – «мінус», де «нуль» є стилістичною нейтральністю – основою парадигми, «плюс» – стилістичним значенням позитивної оцінки, а «мінус» – стилістичним значенням негативної оцінки: *лик – обличчя – пика, крокувати – йти – плентатись, споживати – їсти – жерти.*

Паралеліз – стилістична фігура поетичної мови, змістом якої є зображення паралельних явищ із різних сфер життя (природа і людина). Паралелізм змісту відображається у паралелізмі будови.

Парафраза (гр. paraphrasis – описовий зворот) – троп, що є описовою назвою осіб (чи предметів, топонімів) за їх характерними ознаками, діями тощо: *служитель Мельпомени (артист), мати городів руських (Київ)*.

Парентеза – введення у фразу елементів, не пов'язаних з нею синтаксично (вставні і вставлені слова, словосполучення і речення).

Парономазія (від гр. para – біля і onomazo – називаю) – стилістична фігура (звукова метафора), що досягається майстерним використанням близьких за звучанням, але різних за значенням слів*: Коли стану я зовсім сивою і життя моє піде мрякою, я для тебе буду красивою, а для когось, може, ніякою* (Л. Костенко).

Парцеляція – стилістичний прийом, сутність якого полягає в членуванні речення на інтонаційно-смислові частини та виділенні їх, щоб звернути на них увагу читача чи співрозмовника.

Пауза – перерва в артикуляції (мовчання) для вдихання повітря. У стилістиці – прийом для привертання уваги слухача до мовленого, для актуалізації ідеї чи образу, для створення відповідного стилістичного ефекту.

Пейоризація (від лат. pejor – поганий) – процес набування словом негативного значення: *повія, слон, дуб, тупий.*

Період – стилістична фігура, що є ускладненим простим, а частіше багаточленним складним реченням (інколи низкою речень), яке характеризується повнотою і завершеністю змісту та інтонаційно-логічним поділом на дві частини: протазис – накопичення інформації і підвищення тону, пауза і аподозис – завершення думки й зниження тону.

Персоніфікація – троп, що утворюється перенесенням ознак особи на предмети, речі, явища, тваринний і рослинний світ: *В золотій смушевій шапці циган-вечір сходив з гір, ніс він ніченьці-циганці з срібла кований набір* (О. Олесь).

Питання – в стилістиці фігура думки і фігура риторична. Як фігура думки питання може бути частковим, загальним, первинним, вторинним, відносним, подвійним. Як риторична фігура питання не потребує відповіді, служить для підкреслення власного ставлення автора, в такий спосіб звертає увагу до теми мовлення і себе як мовця. Є чи не найпоширенішою з риторичних фігур.

Плеоназм (гр. pleonasmos – перебільшення) – надмірність слів у фразі або тексті з погляду точної передачі думки. Різновидами плеоназму можуть бути тавтологія, перифраза, лексична надлишковість.

Побажання – фігура думки, що виражає важливі з погляду мовця побажання, використовується на закінчення риторичного дискурсу, рідше – на початок.

Повтор – стилістичний прийом, за допомогою якого можна створювати нові стилістичні засоби і фігури, тому що він може охоплювати мовні одиниці всіх рівнів – звуки, морфеми, форми слова, словосполучення, речення, строфи.

Поетизми – лексико-семантичні групи слів, що є джерелом поетизації мови в усі часи. Поетизмами прийнято вважати слова, що мають образне високе звучання: *сизий орел, лицарство, Чумацький шлях, терновий вінок.*

Полісемія (від гр. poly – багато і sema – знак) – багатозначність, зміни в лексичній семантиці слів, що є основою для виникнення всіх тропів у стилістиці (метафори, метонімії, синекдохи, епітети тощо). .

Полісиндетон (від гр. polys – численний і syndeton – зв'язок) – стилістична фігура, що характеризується зумисним нагромадженням сполучників (іноді прийменників) для підсилення кожного з членів речення*: І роси, і птиці, і трави з зорею вітають мене* (В. Сосюра).

Порівняння – троп, що є порівнянням одного предмета з іншим на основі спільної для них ознаки.

Приказка – стилістичний засіб: вислів із незакінченою думкою, що натякає на висновок: *Вилами по воді писано; Як мокре горить; Праця майстра величає.*

Прислів'я – стилістичний засіб: короткий віршований вислів, повне поширене речення повчального змісту: *Хто знання має, той і мур ламає; Шабля ранить тіло, а слово душу.*

Притча – стилістичний засіб: давня назва повчальних алегоричних оповідок про людське життя з яскраво виявленою мораллю. Притчі можуть мати прозову або поетичну форму.

Просторіччя – відхилення від лексичних, граматичних і стилістичних норм літературної мови, що характеризується зниженням естетичного й етичного рівнів: *барахло, пузо, баньки, алкаш, бакси.*

Професіоналізми – стилістичні засоби (лексеми) в художньому тексті, що характеризують мовлення персонажів певних професійних груп.

Прикладка, апозиція – слово (або конструкція) з означальною функцією, що стоїть в тій самій позиції, що й означуване: *воїни-герої, земля- мати.*

Просодія (гр. prosodia – приспів, наголос) – сукупність звукових характеристик мови (інтонаційних, кількісних, мелодичних); у фоностилістиці вони можуть набувати стилістичного забарвлення.

Пряма мова – відтворення чийогось висловлення дослівно, частіше у супроводі авторських слів.

Редуплікація (від лат. reduplico – подвоюю) – морфологічний повтор.

Рекомпозиція – прийом відтворення попередньої форми слова, виразу, тексту.

Репліка – окреме висловлення в діалозі чи полілозі.

Рима (гр. rhythmos – розмірений рух) – ознака віршованої мови, яка полягає в ритмічному розташуванні однакових або дуже близьких звуків у кінці слів. Рими є чоловічі (на голосний звук), жіночі (на приголосний), бідні (один кінцевий голосний), багаті (кілька звуків), парні, перехресні, переплетені, кільцеві.

Ритм – періодичність звукової послідовності, що характеризує живе мовлення; найвиразніше виявляється у поетичному мовленні.

Ритміка – 1) наука про ритм; 2) ознака віршової мови і ритмічної прози, що досягається певним розподілом наголошення.

Риторичне звертання (апостроф) – стилістична фігура, якою мовець звертається до слухача з метою безпосереднього адресування змісту*: О слово рідне! Орле скутий! Чужинцям кинуте на сміх! Співочий грім батьків моїх, дітьми безпам'ятно забутий!* (О. Олесь).

Рід – морфологічна категорія, форми якої у граматичній стилістиці можуть використовуватись як показник належності тексту до певного стилю, як стилістичний засіб.

Розмовна мова – стилістична підсистема національної мови, що протиставляється книжній підсистемі і має два різновиди: розмовну кодифіковану (літературну) і розмовну некодифіковану мову (просторіччя, жаргон).

Сарказм – їдке, викривальне, іноді гірке глузування; може бути ущипливий жарт.

Сатира – різке викриття і гостре осміювання негативних рис, гнівний осуд.

Сентенція (лат. sententia – думка, судження) – вираз, що коротко повчає, як є чи має бути в житті. Сентенція буває безпосередня або алегорична: *У здоровому тілі здоровий дух* (Ювеналій); *Життя коротке, а мистецтво вічне* (Гіппократ).

Синекдоха – троп, вид метонімії, вислів, заснований на кількісному зіставленні предметів, на заміні «ми» замість «я», частиною – цілого, одним – сукупності й навпаки. Фігура слова, що надає йому ширшого значення, ніж звичайно.

Синоніми (від гр. synonymos – однойменний) – стилістичні засоби, що, виражаючи одне поняття, відрізняються відтінками значень і забарлень, чим створюють певний стилістичний ефект. Утворюють синонімічні ряди: *бити – молотити, лупцювати, духопелити, лічити ребра; йти – крокувати, ступати, простувати, прямувати, волоктися, тарабанитися.*

Сленг (англ. slang – жаргон) – жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків.

Слова-паразити – слова чи словосполучення, які є показником низької культури мовлення, спричинені поганим знанням мови і труднощами у виборі потрібного слова. В художньому тексті може використовуватись як стилістичний засіб створення мовного портрета персонажа.

Слово – в лексичній стилістиці основний засіб вираження стилістичних значень і створення стилістичних ефектів залежно від семантики, додаткових значень, сфери і умов уживання.

Співомовка – короткий гумористичний вірш, в основі якого лежить афоризм, приказка, прислів'я, анекдот, жарт.

Спіч (англ. speech – промова) – коротка застільна привітальна промова з нагоди урочистостей, ювілею тощо.

Старослов'янізми – стилістичні засоби, що мають виразні ознаки старослов'янського походження, використовуються як стилістичний засіб для створення історичного колориту, пафосу або комізму, іронії: *глава, врата, возлюби, благослови, ректи.*

Стилізація – стилістичний прийом наслідування стилю характерними для певної епохи чи соціального середовища ознаками, манерою мовлення, стилістичними засобами.

Стилістика – лінгвістична наука і навчальна дисципліна, що досліджує і вивчає стилістичну систему мови: стилі й підстилі мови та мовлення, жанрові й індивідуальні стилі, стилістичні засоби.

Стилістика загальна – вивчає стилістичні проблеми мов і мовної діяльності – стилістичні універсали.

Стилістика практична – навчальна дисципліна, що спрямовує мовців на оволодіння багатством виражальних засобів літературної мови відповідно до мети, призначення, сфери та умов спілкування.

Стилістика часткова – вивчає стилістичну систему національної мови.

Стилістична система національної мови – охоплює стилі й підстилі мови і мовлення, їх жанрову диференціацію, стилістичні способи і прийоми організації мовних засобів у тексті.

Стилістичний синтаксис – вивчає стилістичні можли-вості синтаксичних одиниць, способи використання синтаксичних конструкцій зі стилістичною метою.

Стиль (лат. stilus, букв. – паличка для письма) – 1) суспільно необхідний, історично сформований різновид літературної мови (її функціональна підсистема), що обслуговує певну сферу суспільної діяльності мовців і відповідно до цього має свої особливості добору й використання мовних одиниць. Кожний стиль має свою сферу використання, призначення, ознаки і мовні засоби; 2) сукупність прийомів використання мовних засобів, що є характерною для творчості окремого письменника, діяча культури, мовця (індивідуальний стиль); 3) особливості мовлення з погляду відповідності його нормам літературної мови: *стиль гарний, поганий, простий, ускладнений, неохайний, штучний.*

Суржик – мішанина словесних елементів з різних мов, неграмотне мовлення.

Табу (полінезійське) – заборона вживання певних слів з релігійних, політичних, моральних, етичних причин, що викликає необхідність заміни і тим самим створює умови для виникнення нових стилістичних засобів: парафраз, метафор, евфемізмів.

Тавтологія – стилістична фігура, що твориться повторенням подібних за змістом і звучанням слів: *долом-долиною, рано-пораненьку*. Тавтологія – фігура думки, що полягає у свідомому її дотриманні. Тавтологія як невиправдане повторення є стилістичною помилкою: *перший дебют.*

Теза – фігура думки, яка в лаконічній формі містить основне змістове навантаження повідомлення.

Текст – одне з основних понять стилістики, у якому об'єднуються найважливіші ознаки найбільшої мовної одиниці: зв'язність, цілісність; єдність, завершеність; частина мовного потоку; фіксоване мовлення, результат мовлення.

Темп – у фоностилістиці може бути засобом увиразнення мовлення, досягнення певного стилістичного ефекту.

Тон – у стилістиці характер мови, зокрема мовлення: тон розмови звичайний, рівний, серйозний, піднесений, урочистий, схвильований, іронічний, саркастичний.

Терміни (від лат. terminus – межа) – лексика наукового, офіційно-ділового стилів; буває галузева та загальнонаукова; у художньому стилі – засіб професійної індивідуалізації персонажів.

Троп – переносне вживання слів, при якому відбувається нарощення змісту і конотації. Тропи – це словесні образні засоби, словесні фігури: метафори, епітети, порівняння, метонімія, синекдоха, літота, гіпербола, перифраза, персоніфікація, алегорія, гіпербола, іронія.

Фігура – певний лад виразів, конструкцій, тексту. У давніх греків означало вишкіл, постава, постать, фігура, форма, характер, поза в танцях.

Фігура думки – вид вираження думки. До фігур думки у класичній риториці належали: анотування, епілог, звертання, виклад, парадигма, умовчання, відхилення від теми, оклик, лихослів'я, заклинання, розважання, вагання, нагадування, підставлення особи, затримування оповіді, згода, розмірковування, риторичне запитання, побажання, застереження, сентенції, дефініції, опис, іронія, літота, дистрибуція, наслідування, нав'язування, упередження, уособлення, тавтологія, вдаване незгадування (*вже не кажемо про те...; вже не будемо згадувати.., але ж...)* тощо.

Фігура слів – свідомо спрямований уклад стилістичних виразів додаванням, насиченням ознак (анафора, полісиндетон, синонімія), фігури мінусового характеру, що характеризуються відсутністю якоїсь ознаки чи елемента (асиндетон, еліпсис), і фігури за схожістю (параномазія, антитеза).

Фігура стилістична – звороти і синтаксичні побудови, які, на відміну від тропів, не додають нового змісту, а посилюють естетичний вплив мови. До фігур належать: анафора, епіфора, асиндетон, полісиндетон, антитеза, градація, еліпс, умовчання, риторичне запитання, паралелізм.

Фольклоризми – стилістичні одиниці, що мають виразне фольклорне походження: *орел сизокрилий, червона калина, чорнії брови, карії очі.*

Фраза (від гр. phrasis – вираз, зворот мови) – ритмомелодична одиниця спілкування, що не завжди збігається з реченням, але завжди комунікативно інформативна.

Функція стилістична – роль мовного знака, що сприяє досконалості, доречності, адекватності мовлення і сприймання.

Хіазм – перехресна фігура з двох частин, в яких елементи розташовані у зворотному порядку: *вишневий цвіт – цвіт вишневий.*

Частковий повтор – повторення коренів, основ слова, повторення того самого слова в межах фразеологічної одиниці (у збереженій або видозміненій формі) і т. ін.: *вік вікувати, мости мостити, мало-помалу.*

Чужа мова – протилежність авторській мові. Залежно від засобів передачі чужої мови вона поділяється на пряму, непряму і невласне пряму мову.

Штамп мовний – типовий, зручний для певних ситуацій вираз, що через часте вживання втрачає свіжість.

Штучна мова – 1) та, що твориться на основі взаємної погодженості мовців; міжнародні, допоміжні мови (есперанто, інтерлінгва та ін.); 2) нарочита мова, позбавлена стилістичного забарвлення.

Навчально-методичне видання

(українською мовою)

Плеханова Тетяна Миколаївна

ПРАКТИЧНА СТИЛІСТИКА

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
спеціальності «Журналістика»
освітньо-професійної програми
«Реклама і зв’язки з громадськістю»

Рецензент *В.В. Березенко*
Відповідальний за випуск *Т.М. Плеханова*
Коректор *Т.М. Плеханова*