

МАРІЯ ЯЦИМІРСЬКА

**КУЛЬТУРА МОВИ
ЖУРНАЛІСТА**

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

МАРІЯ ЯЦИМІРСЬКА

КУЛЬТУРА МОВИ ЖУРНАЛІСТА

Навчальний посібник

2-ге видання,
перероблене та доповнене

2017

ББК Ч 612.1 я 73-1
Я 93
УДК 070.1 + 81'276.6:070

Рецензенти:

С. Я. Єрмоленко, д-р філологічних наук, професор,
член-кореспондент НАН України

(Інститут української мови НАН України);

І. М. Кочан, д-р філологічних наук, професор

(Львівський національний університет імені Івана Франка);

К. С. Серажим, д-р філологічних наук, професор

(Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка).

Яцимірська М. Г.

Я 93 Культура мови журналіста: навч. посібник. – 2-ге вид.,
перероб. і доп. – Львів: ПАІС, 2017. – 168 с.

ISBN 966-7651-21-5

У навчальному посібнику пояснено етапи еволюції масового комунікування, природу та функції мови, з'ясовано критерії мовної особистості журналіста. Подано важливі теми з теорії ортології: імперативні та диспозитивні мовні норми; культура звертань і слововживання в засобах масової інформації; особливості нової лексики в ЗМІ; експресивний словотвір та інші. Практикум з культури української мови поглибить знання орфоєпії, нової медійної термінології, правильного поєднання числівників з іменниками, орфографії та пунктуації; виробить навички літературного редагування. Навчальні матеріали з красномовства й мовотворчості спрямовані на ефективну реалізацію креативної, репрезентативної, культуроносною та інших функцій мови ЗМІ.

Для студентів, аспірантів, журналістів, літературних редакторів.

ББК Ч 612.1 я 73-1

ISBN 966-7651-21-5

© Яцимірська М., 2017

© ПАІС, 2017

ЗМІСТ

Вступне слово	4
РОЗДІЛ 1. Мова та її функції.	
Мовна особистість журналіста	6
1.1. Мова й мовлення. Еволюція масового комунікування	6
1.2. Функції мови	9
1.3. Мовна особистість журналіста	11
Контрольні запитання	13
РОЗДІЛ 2. Теорія культури мови.	
Українська мова в ЗМІ	14
2.1. Ортологія – наука про культуру мови	14
2.2. Імперативні та диспозитивні мовні норми	15
2.3. Мова ЗМІ. Культура звертань	18
2.4. Культура медійного слововживання	19
2.5. Неологічна лексика в ЗМІ	23
Контрольні запитання	27
РОЗДІЛ 3. Практикум із культури української мови	28
РОЗДІЛ 4. Культура мови журналіста. Тести	64
РОЗДІЛ 5. Мистецтво красномовства. Навчальні матеріали	94
Глосарій	114
Список рекомендованої літератури	155
Список умовних скорочень	167

**Що культурнішим є журналіст,
то й розвиненішою є його мова,
багатшою на лексичний запас,
розмаїтішою епітетами, метафорами,
влучними порівняннями,
барвистішою вживанням прислів'їв,
приказок і приповідок.**

Борис Антоненко-Давидович

ВСТУПНЕ СЛОВО

У царині мовознавства культуру мови трактують не лише як вміння грамотно писати й говорити відповідно до мовних норм, а й як діяльність щодо її вдосконалення та розвитку. Рівень знання й свідоме використання мовних засобів є частиною загальної культури людини. Журналіст творить текст, добираючи метафоричні, фразеологічні чи інші образні засоби, які роблять його мову доступною та цікавою.

Мова живе й розвивається в усіх комунікативних ситуаціях, тому необхідне цілеспрямоване її використання насамперед у ЗМІ. У цьому зв'язку невід'ємною від культури мови є мовна свідомість. Яким чином можна досягнути високого рівня мовної культури в ЗМІ, тобто правильно й естетично передати інформацію вербальними засобами? Серед широкого спектра думок – *інтелект* журналіста (лат. *intellectus* – *розум, пізнання, здатність до мислення*) і щоденна *самоосвіта*. Саме вони є ключем до реалізації всіх аспектів засобів масового комунікування.

Науку про культуру мови в її усному та писемному оформленні, норми вимови та наголосу, слововживання й побудови висловів, грамотне використання лексико-фразеологічних багатств називають **ортологією** (грец. *orthos* –

правильний і *logos* – вчення). Ортологія вивчає доцільність у тексті варіантних мовних засобів: лексичних, граматичних, стилістичних та інших; вона вилучає зі своєї сфери помилкові мовні явища й зосереджує увагу на правилах, які стали імперативними чи диспозитивними нормами української літературної мови. Ортологія покликана регулювати їх використання в сучасній мовній практиці. Крім цього, ортологія разом із риторикою дають знання з мистецтва спілкування, дискусій і коментарів. Культура мови регламентує мовний етикет: типові формули вітання, звертання, прощання, побажання, запрошення тощо.

Висока культура мови журналіста є важливою частиною його професійної майстерності. Ортологія спільно зі стилістикою та риторикою розвиває *творче мислення, красномовство, культуру впливу* тощо. Важливо, щоб до цих наук студенти-журналісти ставилися відповідально з першого року навчання в Університеті.

Навчальний посібник допоможе ґрунтовно удосконалити та збагатити власний словник студента. Різноманітні завдання і тести допоможуть самостійно опанувати специфіку мовлення ЗМІ, глибше зрозуміти місію креативної, репрезентативної та культуриносної функції мови в масовому комунікуванні. “Практикум” закріпить теоретичні знання студентів, ознайомить із доволі великим обсягом навчального матеріалу для вдосконалення термінологічної компетентності, поглибить розуміння мистецтва красномовства, поліпшить грамотне спілкування усною та писемною літературною мовою в усіх медійних жанрах.

Розділ 1.

МОВА ТА ЇЇ ФУНКЦІЇ.
МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ЖУРНАЛІСТА

Мовлення – ріка, а мова – її джерело.
Григорій Сковорода

1.1. Мова й мовлення.

Еволюція масового комунікування

Наука про мову ґрунтується на важливій тезі: людина – істота суспільна. І як істота суспільна, вона має природну потребу в контактах з іншими особами. Ці контакти вимагають насамперед уміння висловлювати свої думки й переказувати їх іншим. Зазвичай таке спілкування відбувається в межах територіальної спільноти, творить її культуру та символи з певними значеннями. Духовним фундаментом такої спільноти є мова. Вона ідентифікує спільноту й закладає основи ментальної сутності.

Мова бере свій початок від перших стадій розвитку істот, яких еволюція допровадила до становлення *homo sapiens* і сучасної людини. На думку вчених, первісне життя розпочалося в Південній Африці близько 5,5 мільйона років тому. Через деякий час у цьому ж регіоні появилася істота інтелегентна (*homo habilis*) із здатністю використовувати знаряддя праці. У Китаї знайдено наступних предків, які вмели користуватися вогнем. Культурне удосконалення (*homo erectus*) відбулося, як стверджують дослідники, близько 1,6 мільйона років тому. Первісні люди швидко розвивалися й через мільйон років окрема гілка (*homo sapiens*) зафіксована в Європі та на Близькому Сході.

У наукових джерелах ґрунтовно описано етапи розвитку людського мовлення: 1) *ера знаків і сигналів* (жести, звуки);

2) *ера мови і мовлення* (90–40 тис. до н. е.); 3) *ера письма* (близько 3 тис. до н. е. в межиріччі Євфрату і Тигру); 4) *ера друку та масового комунікування* (близько 500 років тому); 5) *ера телекомунікації та інформатизації* (з половини XIX століття: телеграф, телефон, фотографія, грамофонні платівки, фільм; початок XX століття: радіо, телебачення); 6) *ера інформаційного суспільства* (після Другої світової війни швидко розвиваються наукові методи збору, опрацювання та передавання інформації в довільній формі й на довільну відстань. Важливим знаряддям праці в обміні інформацією став комп'ютер).

Поняття “*масова комунікація*” і “*масові медіа*” виникли на початку XX століття. “Була це епоха еміграції та міграції до міст, а також боротьби між силами прогресу проти реакції, конфлікту між моцарствами та народними державами... Масові медіа означають інституційні засоби публічного комунікування з великою кількістю адресатів за короткий час” (Denis McQuail).

Термін *медіум* (як засіб комунікування) треба відрізнити від терміна *комунікування*. Термін *медіум* охоплює мову (як засіб порозуміння у певній громаді), *мовні знаки* (мовлене слово, жести, міміка, картини); *коди* (алфавіт, азбука Морзе, сигналізація); *носії сигналів* (вібрація повітря, світлові хвилі, грамофонні платівки, компакт-диски тощо); інституції, які творять і передають інформацію (наприклад, *преса, радіо, телебачення, інтернет*). *Медіум* у такому значенні має форму множини – *медіа*. Так і в польській мові: *medium – media*; в англійській – *medium* (декілька значень) і *media*. Наприклад: “*Radio is a medium of communication*”. В українській мові *медіум* має декілька значень; серед них – “*медіум як засіб комунікації*”.

Історію масової комунікації започаткувала *рукописна книжка як медіум*. Найбільш переписуваною й першою друкованою книгою є Біблія.

Газета як медіум. Перші газети продемонстрували їхню перевагу: регулярний вихід, комерційність (оголошення, реклама тощо), а також публічний і явний характер. Пізніше

газета стала інструментом пропаганди, творення візерунка; засобом впливу на суспільну думку. Журналістів почали трактувати як “четвертий стан” суспільства, володарів публічної opinio. Газета була більшою інновацією культури в порівнянні з книжкою – “винаходом нової літературної, суспільної і культурної форми”.

Фільм як медіум, радіо, телебачення, фонографічна музика, інтернет об’єднують телекомунікації з інформатикою й стають головними засобами “комунікаційної революції” ХХ століття. ЗМІ є публічним форумом, на якому обговорюють політичні питання – національні та міжнародні. Вони є “ключем до слави й здобуття відповідного становища в публічній сфері”.

Наука про комунікацію та комунікування оперує значною кількістю понять і концептів, які допомагають зрозуміти феномен цього явища, керувати успішними діями та передбачати наслідки. Це зумовило появу щонайменше чотирьох теорій: *наукову, нормативну, практичну* (майстер-класи) і *поточну* (теорія виваженої логіки). Наукові теорії є сукупністю перевірених емпіричних тверджень, пов’язаних із ЗМІ. Нормативні теорії впорядковують й аналізують їхню діяльність. Ці теорії, зазвичай, описані в статутах, регламентах, засадах медіальної політики, етичних кодексах і політичних дебатах. Третій тип теорій визначений як вчення про практичні навички (майстер-класи), яке опирається на досвід журналістів-практиків. Теорія виваженої логіки (поміркованості, розсудливості) пов’язана з особистим досвідом кожного щодо сприйняття ЗМК, їхнього значення для власних потреб. На підставі цих вражень творяться суспільні думки, смаки, які відчутно впливають на медіа й визначають як напрями, так і межі їхнього впливу.

У процесі спілкування важливу роль відіграє вміння слухати співрозмовника. Від цього залежить, наскільки результативним буде діалог. У науці про комунікування описано чотири кроки успішного слухання: *активне* слухання (парафразування, тобто повторення своїми словами того, що

каже нам друга особа; зворотна інформація – необхідно також щиро ділитися своїми враженнями й досвідом); *емпатичне* слухання; *відверте* слухання; *свідоме слухання* (звертати увагу на інтеграцію слів та емоцій).

1.2. Функції мови

У перші десятиліття ХІХ ст. В. Гумбольдт започаткував напрям досліджень, який вивчав питання зв’язку мови з внутрішнім світом людини. У науці він отримав назву *антропоцентричного*, що підкреслювало пріоритет етносоціологічного та психологічного елементів у його розбудові та концентрацію уваги на особистості як носієві та творцеві мовної картини світу. *Антропоморфізм* (грец. *anthropos* – людина, *morphe* – вид, образ, форма) охоплює всі текстові явища й віддзеркалює цілісне бачення світу крізь призму чуттєвого сприймання людини. Отже, *креативна функція* (лат. *creatio* – творення, створення) – одна з фундаментальних функцій мови.

Увага!

21 лютого – Міжнародний день рідної мови;
26 вересня – День європейських мов;
9 листопада – День української мови та писемності

Важливо розуміти, що функції мови тісно між собою пов’язані. Вони розвивалися історично разом із мовою, її лексичним складом, граматиною, новими сенсами слів й загальнолюдськими цінностями. Поняття “функції” в лінгвістиці означає: “призначення та роль мови в суспільстві”, а також “призначення та роль мовних одиниць”. Мову як соціокультурний феномен, її сутність, природу та форми творчої реалізації віддзеркалюють такі функції: *номінативна (називна)* функція (усе, пізнане людиною, отримує свою назву й тільки так існує у свідомості; цей процес називають лінгвалізацією, “омовленням” світу); *когнітивна (пізнавальна)* функція;

комунікативна функція мови забезпечує обмін інформацією індивідуально або через засоби масової інформації без обмежень у часі та просторі і є необхідною умовою наступності розвитку генерацій, світового прогресу; *дескриптивна* (описова) функція (англ. *descriptive* – описовий); *аккумулятивна* функція (людство нагромаджує й поглиблює свої знання про навколишній світ і цей осмислений досвід відкладається в мові, зберігається мовою); мова виконує функцію *формування й формулювання думки* (мислетворча, мислеоформлювальна); *культураносна* функція; *інтеграційна* функція (лат. *integratio* – об'єднання); *репрезентативна* (представницька) функція (фр. *representation* – представництво); *інформаційна, або референтна* функція (лат. *referens* – інформативне); *ідентифікаційна* функція (лат. *ototожнювати*) – через мову пізнають народ, його культуру); *емоційна (емотивна), або виразова* (вираження ставлення до змісту повідомлення; почуття, емоції; емоційна функція притаманна будь-якому висловлюванню та будь-якому текстові); *експресивна* (лат. *expressio* – вираження, увиразнення); ця функція виражає не ставлення автора до змісту інформації, а самого автора, його візерунок; висловлюючи будь-що, людина водночас говорить про себе, виявляє свої здібності, розвиток, вдачу, уподобання тощо; *естетична* функція мови реалізує почуттєвий та оцінний аспект мови в сукупності усіх його форм; мова розвивається за законами евфонії та милозвуччя; *імпресивна* функція (лат. *impressio* – враження) – обов'язковим учасником спілкування є слухач (реальний чи уявний), тобто адресат висловлюваної думки, на якого вона має справити враження; *персвазивна* функція (переконувальна); *апелятивна* функція (лат. *appellatio* – звертання) – виразний вияв цієї функції бачимо у військових командах; до спеціальних мовних засобів апелятивної функції належать звертання, наказовий спосіб дієслів, деякі частки тощо; *метамовна* функція (мову використовують для опису інших мов; метамова – це мова лінгвістики).

1.3. Мовна особистість журналіста

Мовна особистість журналіста – це поєднання креативних здібностей і лінгвістичних компетенцій, які він реалізує у своїй діяльності. Місія журналіста передбачає свідоме ставлення до мовленнєвої практики та мовної поведінки. Творче самовираження реалізується в сукупності багатьох важливих чинників у ЗМІ: виборі теми, переконливих аргументів, логічного викладу думок і глибокої філологічної освіти. Мовне мистецтво, на відміну від живопису, музики, скульптури, акумулює всі зорові, слухові, дотикові та емпатичні відчуття в універсальному знакові – слові. Вибір слова щодо відтворення чуттєвих і змістових сенсів, його грамотне використання у відповідному контексті виділяє журналіста-інтелектуала з-поміж інших учасників форумів, круглих столів, аналітичних чи розважальних програм.

Відомий мовознавець Юрій Караулов вважає, що мовна особистість має три рівні у своїй структурі: *нульовий, перший і другий. Нульовим є вербально-семантичний рівень, або лексикон особистості, що містить фонд лексичних та граматичних засобів, які особистість використовує під час написання текстів. Дискурс особистості може й має містити різножанрові й різностильові комунікативні одиниці. І це лише нульовий рівень. У ЗМІ його недостатньо, щоб реалізувати найголовніші функції мови: інформаційну, освітню, впливову, розважальну та ін. Мислення, творча уява та мовлення здебільшого визначають професіоналізм сучасного журналіста.*

Перший рівень – лінгвокогнітивний, представлений тезаурусом особистості, в якому відображений “образ світу”, або система знань про світ. В аналізі мовної особистості мовознавець ставить на перший план інтелектуальні характеристики, притаманні її картині світу. Інтелект найінтенсивніше виявляється в мові й досліджується через мову, а мовна особистість починається на іншому боці буденної мови, коли в гру вступають інтелектуальні можливості. Тому

цей рівень ще називають *інтелектуальним*. Одиницями тезаурусу є поняття, слова-символи, образи, фрази, формули, ідеї, що складаються в кожній мовній індивідуальності у більш або менш упорядковану, систематизовану ієрархію цінностей. Особистість збагачується через рідну та інші мови.

Поняття мовної особистості, за Ю. Карауловим, “переплітається з етнокультурними й національними рисами індивідуальності, мовна особистість є глибоко національним феноменом”. Національне пронизує всі рівні організації мовної особистості, у тому числі й *другий рівень – мотиваційний, або рівень діяльно-комунікативних потреб*, що відображає прагматикон особистості, тобто систему її цілей, мотивів, настанов, життєвих та ситуативних домінант, яка виявляється у процесі творення текстів і їх змісті, а також особливостях сприйняття чужих текстів.

**Звичайні люди шукають розваг.
Незвичайні – освіти та навчання.**

Бенджамін Харді

Мовлення журналіста в ЗМІ є продуктом його *інтелекту* (здатності мислити). В одній площині з ним – *інтелігентність* (обізнаність, розсудливість), першою ознакою якої (за Іваном Огієнком) є добре знання мови. Інтелектуальна мова виступає важливим засобом організації журналістського тексту. Вона, з одного боку, логічно передає думки автора, а з іншого – спонукає читача до роздумів та осмислення прочитаного. Багатство мови накопичується шляхом безперервної самоосвіти і цікавого спілкування. Журналіст – людина особлива, він глибше проникає в суть події, співпереживає, обдумує, знаходить потрібні слова до розуму й серця свого читача. Авторитет журналіста – його сила. Слово журналіста – його перша, а не четверта влада. Сенсовна думка, яку висловлює він у ЗМІ, визволяє людину з павутини маніпуляцій, обману й жорстокості. Велике благо сьогодні – соціальні мережі. На

цій платформі журналіст бачить свої плоди: реакцію читачів, відгуки, коментарі. І “...серце б’ється – ожива. Як їх почує!”.

Контрольні запитання:

1. На чому ґрунтується наука про мову?
2. Які особливості мови й мовлення?
3. Які етапи розвитку масового комунікування описано в наукових джерелах?
4. Як розглядає структуру мовної особистості мовознавець Юрій Караулов?
5. Як ви розумієте поняття “мовна особистість журналіста”?

Розділ 2.

ТЕОРІЯ КУЛЬТУРИ МОВИ.
УКРАЇНСЬКА МОВА В ЗМІ

**Освіченість несе із собою
не лише сумніви і критичне мислення.
Вона повинна сприяти становленню
доброго смаку, а тому й нової природної
переконаності у правильності вибору,
який ми робимо протягом свого життя.**

Сергій Квім

2.1. Ортологія – наука про культуру мови

Науку про культуру мови в її усному та писемному оформленні, норми вимови та наголосу, слововживання й побудови висловів, грамотне використання лексико-фразеологічних багатств називають **ортологією** (грец. *orthos* – правильний і *logos* – вчення). Ортологія вивчає доцільність використання варіантних мовних засобів: лексичних, граматичних, стилістичних та ін.; вона вилучає зі своєї сфери помилкові мовні явища й зосереджує увагу на правилах, які стали нормами літературної мови. Ортологія покликана регулювати їх використання в сучасній мовній практиці. Крім цього, ортологія разом із риторикою дають знання з мистецтва спілкування, переконання, аргументації, дискусій. Культура мови регламентує мовний етикет: типові формули вітання, звертання, прощання, побажання, запрошення тощо.

**Як про духовну зрілість окремої особи,
так і про зрілість всього народу судять
насамперед з культури його літературної мови.**

Іван Огієнко

У царині мовознавства культуру мови трактують не лише як *вміння грамотно писати й говорити відповідно до мовних норм, а й як діяльність щодо її вдосконалення та розвитку*. Важливо також усвідомлювати *духовну вартість мови*. Рівень знання й свідоме використання мовних засобів є частиною загальної культури суспільства, окремих суспільних груп, окремої людини. Рівень культури мови визначає й *естетичність мовлення*. Журналіст творить текст, добираючи метафоричні, фразеологічні чи інші образні засоби, які роблять його мову доступною та цікавою. Мова живе й розвивається в усіх комунікативних ситуаціях, тому необхідне цілеспрямоване її використання насамперед у ЗМІ. У цьому зв'язку невід'ємною від культури мови є *мовна свідомість*. *Етика слова* вилучає маніпулювання мовними засобами. Вона інформує читача правдиво й переконує із щирими намірами.

2.2. Імперативні та диспозитивні мовні норми

Основою культури мови у ЗМІ є дотримання **імперативних** (обов'язкових) та **диспозитивних** (можливі альтернативні варіанти) норм. **Нормою** називають загальноприйняте вживання, яке закріпилося в мові, рекомендоване граматиною, словником, довідником, підкріплене авторитетом майстрів слова: прозаїків, поетів, драматургів, публіцистів, журналістів. **Нормування** – це колективна оцінка мовних фактів, на підставі якої кодифікується літературна норма в словниках, граматиках, довідниках. **Нормативність** зобов'язує дотримуватися правил усного й писемного мовлення. Це означає, що потрібно правильно наголошувати й вимовляти слова, вміло обирати інтонацію відповідно до мети висловлюваних думок, вживати слова у точному значенні, грамотно будувати речення, творити текст тощо.

Критерії літературної норми: *зовнішні* (соціально-культурні) і *внутрішні* (системні). *Зовнішні:* культурно-історичний (традиції в писемних текстах); статистичний

(поширеність у практиці); суб'єктивно-смаковий (мовна мода); естетичний (мовно-естетичні знаки культури); *внутрішні*: відповідність системі національної мови (С. Єрмоленко).

Культура мови утверджує такі норми: *лексичні* (розрізнення значень і семантичних відтінків слів, закономірності лексичної сполучуваності); *граматичні* (вибір правильного закінчення, синтаксичної форми); *стилістичні* (доцільність використання мовновиражальних засобів у конкретному лексичному оточенні); *фонетичні* та *орфоепічні* (вимова та наголос); *орфографічні* (правильне написання слів і словосполучень).

Багато сучасних мовознавців у пошуках ідеалу літературної норми звертаються до українських лексикографічних джерел XIX – поч. XX ст. Це словники Каленика Шейковського “Опытъ южнорусскаго словаря” у 4 т. (К., 1861, 1884–1886; незакінч. видання), Фортуната Піскунова “Словниця української (або Югової-Руської) мови” (Одеса, 1873), Михайла Левченка “Опытъ русско-украинского словаря” (К., 1874), Михайла Комара і Одеської Громади “Словарь російско-украинский” (Львів, 1893–1898; псевд.: М. Уманець і А. Спілка), Бориса Грінченка “Словарь української мови” (1907–1909 рр.) та ін. В “Огляді української лексикографії” за 1905 рік Борис Грінченко написав про Михайла Левченка так: *“Працю свою він зробив, не претендуючи на науковість..., але видно, що складав його знавець української мови і дав матеріал великої вартости...”* (ЗНТШ. – Львів, 1905. Т. 66, кн. IV).

Про “Словарь української мови” Бориса Грінченка та його значення промовисто сказали відомі мовознавці XX століття: *“Словник цей складався 46 літ (1861–1907), і мав у нас великий вплив на усталення літературної мови й літературного правопису (апостроф, звичайно, є в словнику скрізь, де треба). Це в нас класичний зразок комісійної громадської праці, що звичайно тягнеться без кінця... Правопис цього словника був прийнятий по всіх українських редакціях та виданнях. Ось цей правопис, як вислід збірної праці письменників всього XIX століття й усього українського народу, і запанував в Україні, і держиться*

в нас аж до сьогодні” (Іван Огієнко); *“Якщо ...спитати, хто, які індивідуальності особливо вирішально позначили своєю діяльністю дальший розвиток української літературної мови, то не буде перебільшенням назвати троє прізвищ: Тарас Шевченко, Борис Грінченко, Олекса Синявський. Шевченко заклав перші загальнонаціональні основи української мови своєю геніяльною інтуїцією і своїм потужним впливом, зумовленим величиною його генія. Наступником поета став учитель: Борис Грінченко. Своім методичним підходом, своєю впертою працьовитістю й посидючістю дав досі неперевершену словникову, а в межах словника і граматичну, і правописну кодифікацію літературної мови. Третім прийшов Синявський, науковець і професор Університету, що вніс у проблеми нормалізації глибоке знання, науковий досвід і методу, не тільки відчуття тенденцій, а й розуміння їх”* (Юрій Шевельов).

Українські вчені зазнали царських і радянських репресій, а їхні праці передані в спецархіви. “Через трагічну долю репресованих мовознавців, які працювали над усталенням літературної норми в ті роки, правопис 1928–1929 рр. став своєрідним символом соборної української мови, власне, *символічною нормою*, яка мала бути спільною писемно-літературною практикою українців, що живуть у материковій Україні і в діаспорі” (С. Єрмоленко).

Норми за своєю природою є динамічні, тому що мова постійно розвивається під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Важливо, щоб ЗМІ, зокрема журналісти, творили тексти взірцевою мовою.

Символічна норма – це сформований в уяві мовця ідеал літературної норми, який уособлює зв'язок із народними традиціями, національним самоусвідомленням, вибором таких мовних засобів, які вирізняють українську мову з-поміж споріднених мов.

Світлана Єрмоленко

2.3. Мова ЗМІ. Культура звертань

Екстралінгвістичні (позамовні) чинники впливають на швидке оновлення нової риторики в медійній сфері. Мова ЗМІ чутливо реагує на процеси, що відбуваються в суспільстві та світі. Це мова дискусій, діалогів, коментарів, форумів, інформаційних війн. Мова ЗМІ віддзеркалює проблеми комунікативної культури, труднощі лінгвістичної кодифікації.

Освічений журналіст у телестудії чи на прес-конференції повинен використовувати ввічливі й правильні *формули звертання*. Культура мови в ЗМК зобов'язує звертатися до Президента “Пане Президенте”, а не “Петре Олексійовичу”. Неправильними є звертання до Депутатів, Міністрів на ім'я та по батькові (Іване Петровичу), прізвище (пане Соколов).

Увага!

Так звертатися правильно!

Пане Президенте! (на прес-конференції, в студії);

Шановний пане Президенте України,

Верховний Головнокомандувачу Збройних Сил України!

(в офіційно-діловому стилі, промовах, нарадах);

Товариші Генерали, Адмірали і Офіцери!

Пане Генерале! Пане Полковнику!

Пане Міністре! Пане Депутате! Пані Депутат!

Пані Редактор! Пане Редакторе!

Пані і Панове! Товариші Журналісти!

Пане – пані; пані і панове; панство; товаришу – товаришко; товариші – товариство; друже – подруго – друзі; добродію – добродійко та ін. Усі варіанти є правильними в українській мові. “*Шановний Добродію! Або краще, незнайомий, дорогий Товаришу!*” – писала Леся Українка в листі до Агатангела Кримського; “*Товаришко любя!*” – до Ольги Кобилянської; “*Дорогий товаришу!*” – до Гната Хоткевича”. “*Шановний Друже!*” – у листі до Михайла

Павлика. “*Високоповажаний Пане*” – у листі до Івана Франка. Надії Кибальчич Леся Українка пояснила, чому обрала звертання “*товаришко*”: “*Вельмишановна пані товаришко!* Може, не поремствуєте, що називаю Вас *товаришкою*, бо се ж загальнолюдський звичай зватися так межі людьми однакової “зброї”, а ми ж обидві “воюємо пером”.

Звертання “товаришу” здавна вживалося українським народом, коли йшлося про близьких людей або об'єднаних спільними справами. Воно завжди передбачало рівність співрозмовників.

2.4. Культура медійного слововживання

В Україні – на Україні. У довідковій літературі давно пояснено, чому треба писати й говорити “*в Україні*” (якщо маємо на увазі *країну*, її цілість), але на Львівщині, на Буковині, на Волині, на Поділлі (частини країни). У ХХ столітті про це писав відомий український мовознавець Іван Огієнко. Однак помилки у ЗМІ й досі трапляються.

Увага!

Медіум (Н. в. однини) – засіб масової комунікації.

Медіа (Н. в. множини) – засоби масової комунікації.

Неправильно: *медії* (у Н. в. множини)!

Медіум (Н. в. однини) – екстрасенс; ясновидець; особа-посередник між людьми і духами (у спиритизмі).

Медіуми (Н. в. множини) – екстрасенси; ясновидці; особи-посередники між людьми і духами (у спиритизмі).

У матеріалах про події на Сході України окремі журналісти припускаються помилки на кшталт **АТеО** замість **АТО** (антитерористична операція). Варто пам'ятати, що *перемогу здобувають*, а в ефірному мовленні нерідко чуємо “наші бійці отримали перемогу...”. Перемога – не пенсія, її не отримують.

Гривня – гривна. В Україні назва грошової одиниці – гривня, а гривна – металева прикраса у вигляді обруча, яка була поширена в Київській Русі. Неприпустимо, коли трапляються такі помилки на телебаченні чи радіо.

Правого сектора – Правого сектору. За Орфографічним словником української мови лексема сектор у Р. в. має закінчення -а, коли є математичним терміном. У ЗМІ йде мова про військовий підрозділ. Отже, якщо це назва підрозділу, то закінчення в Р. в. -у, Правого сектору.

Вітчизняний – український. У мовленні ЗМІ й надалі спостерігаємо вживання лексеми вітчизняний замість український: *вітчизняний журналіст, вітчизняна громадськість, вітчизняні студенти, вітчизняна опозиція, вітчизняні політики, вітчизняні артисти, вітчизняні видавництва* і т. п. На сайті “Освітня політика” автор пише: “...маємо зберегти нашу традицію викладати філософсько-гуманітарні курси в університетах – **інакше вітчизняні студенти не-філософи, на відміну від їхніх європейських однолітків, не вивчатимуть філософію взагалі!**” . За тлумачним Словником *вітчизняний* є прикметником до лексеми *вітчизна* (*Вітчизна*, уроч. Батьківщина, рідний край). Позначка *уроч.* означає, що це слово урочистого звучання, піднесеності. Загальне тлумачення – “прикм. до Вітчизна” доповнено вказівкою на семантичний відтінок “Створений у своїй державі; не іноземний”. Однак прикметник *український* відсунуто на периферію мовного вжитку й через це не реалізована ідентифікаційна функція мови. Не означено (прикметником вітчизняний), якій державі належить та чи інша інституція, структура тощо, у якій країні виготовлено цей чи інший товар і т. п. Отже, треба писати українська журналістика, а не вітчизняна, адже є японський телевізор, швейцарський банк, китайський шовк, американський флот.

Дзвонити – телефонувати. У деяких довідниках з культури мови автори рекомендують “телефонувати” як єдиний правильний варіант. Мабуть тому в мовленні ЗМІ цій лексемі

віддають перевагу. Насправді *дзвонити й телефонувати* – синоніми. Перший – питомо український, милозвучний. У тому ж значенні дієслово *дзвонити* вживають у польській мові та в російській.

Істотні опади – суттєві опади. Треба запам’ятати, що істоти не падають. Якщо мова йде про погоду, то правильно вживати “суттєвих опадів не очікуємо”. Тобто не буде зливи, бурі, сильних дощів тощо.

Культура візуального тексту. Генрі Девід Торо (1817–1862) – американський письменник, мислитель, суспільний діяч свого часу написав, що люди вірять тому, що бачать! Цей принцип сьогодні став ефективним засобом персвазії (переконування) в мові ЗМІ. Візуальний текст формує новий канал комунікації. Зорове сприйняття є важливим компонентом у цьому процесі.

У соціальних мережах набув популярності рух на підтримку української мови в бізнесі. Організувала його ФБ-група “И так поймут”. Добрий задум – привернути увагу до проблеми, що державною мовою не пишуть інструкцій на товарах закордонного виробництва. Вдало звернуто увагу на незначну кількість населення в інших країнах, які читають вказівки бізнесових фірм своєю мовою. Поданий факт виразно підкреслює дискримінацію України в цьому питанні. Однак прикрість полягає в помилці. Звертання в українській мові пишемо в кличному відмінку, а в рекламі написано в називному: “Україна, нас 45 000 000. Ми не заслуговуємо?”. Правильно: “Україно,”. Важливо пам’ятати, що помилки в ілюстраціях особливо впадають в око грамотному читачеві.

Упродовж останніх років в Україні Указами Президента встановлені нові державні свята. Звертаємо увагу журналістів на уважне ставлення до слів, які треба писати з великої літери, адже цим виявляємо пошану, культурну ментальність, особливе ставлення до людини, події, свята.

Увага!

День Героїв Небесної Сотні (20 лютого);
День Українського Добровольця (14 березня);
День захисника України (14 жовтня);
День Збройних Сил України (6 грудня)

Український правопис 1993 року потребує значною мірою продуманого й удосконаленого варіанта. Над цим мовознавці працюють. Журналісти, реалізуючи креативну, освітню, культуроносну, репрезентативну та інші функції мови ЗМІ, мають працювати на випередження. Спочатку – мовна практика, пізніше – лінгвістична кодифікація. Незважаючи на правила чинного правопису, рекомендую писати деякі архіважливі вислови та слова в такий спосіб: **Українське Військо, Українська Армія, Кіборг** (у значенні захисника Донецького аеропорту), **Герой АТО; День Матері, День Учителя, Заслужений Художник України, Заслужений Журналіст України, Заслужений Професор Львівського Університету імені Івана Франка** та ін.

Слова **Президент, Прем'єр-міністр, Міністр, Депутат, Університет, Школа, Учитель** треба писати з великої літери в будь-якому письмовому тексті: офіційно-діловому, коментарі на ФБ, у друкованих чи електронних виданнях і, звичайно, в рекламі та оголошеннях. У німецькій мові, як відомо, всі іменники пишуть з великої літери. В англійській мові займенник Я пишуть з великої букви не тільки на початку речення. Уявімо собі, що в українській школі вчать учня писати з великої літери слова: *Мама, Тато, Бабуся, Дідусь*. Чи не стало би це міцним фундаментом виховання пошани від дитячих літ?

Увага!

День Незалежності України (24 серпня);
День Соборності України (22 січня)

2.5. Неологічна лексика в ЗМІ

У мові ЗМІ не повинно бракувати культури загалом і особистої культури журналіста зокрема. Не менш важливими є харизма, відвага творити щось нове, якщо це нове має благородну мету. Не забуваймо, що мову творять люди, а людину – мова! Олена Пчілка, Леся Українка подарували українській мові чудові лексеми: *мистецтво, палкий, переможець, напровесні, промінь* та ін. Михайло Старицький першим ужив слово *мрія* в листі до Лесі Українки. У XVIII ст. англійський філософ-мораліст Джеремі Бентам першим використав слово *відповідальність* (“відповідальність правителів перед своїм народом”).

Увага!

Словник, словар, словниця – синоніми!

Мова засобів масової інформації XXI століття породила чимало нової лексики під впливом екстралінгвістичних чинників. Особливий старт неологізмам у ЗМІ дали події 2013–2014 рр. на Майдані Незалежності в Києві, які названо Революцією Гідності. Ключові поняття цього періоду – *Євромайдан* (як спосіб мислення, свідомий протест), *Майданівці* (активні учасники Майдану). Від цих лексем та інших утворено похідні **експресивні неологізми**: “Суд заборонив *“євромайданити”*”; “Центром Києва гуляють купки *євротітушок*”; “Учасники *“євроходи”* знесли намет комуністів”; “Десятки тисяч людей йдуть по Києву *“євроходою”*”; “Могилянка оголосила *єврострайк*” та ін.

Кіборг – захисник Донецького аеропорту в 2014–2015 рр.; *Кіборги* – Герої АТО на Сході України, які написали героїчну сторінку сучасної історії України. У цьому значенні слово “Кіборг” треба писати з великої літери, щоб відрізнити його від загальновідомого “кіборг”.

Укроп – “нове, могутнє плем'я постлюденів, що увірвалося на авансцену світової історії, коли піднялася завеса земної

цивілізації 21 століття! ... Ми укropи – надія, сила і совість людства!” (Василь Базів, укр. дипломат, письменник).

Ватник, вата, совок. Лексема “ватник” появилася в 2014 році на означення тупого представника радянських часів, який ненавидить інших громадян тільки за те, що вони прагнуть розвиватися й жити заможнo в демократичній країні. *Ватник* шукає національну ідею в міфі “русского мира”; у злиднях, але в “кримНаш”, *ватник* доживає свого кінця.

Такою є головна ідея мережевих коментарів про ватників. У подібних значення вживають лексему *совок* – жаргонна назва радянської людини – з поглядами й звичками періоду існування Советського Союзу, не здатна до критичного мислення. Приклад із соціальних мереж: “Ще один *деструктор культури совка*... розмовляв із культовим митцем про “адін народ”, мову, еліту, ідіотів і інтелектуалів” (О. Мацько).

Вишиватник – людина, яка не готова нічого змінювати; вважає, що для патріотизму достатньо носити вишиту сорочку, прапор тощо.

Тушка – куплений депутат Верховної Ради України.

Виборча кампанія 2016 року в США була чи не найбільшою інформаційною подією в світових медіа. Головним чином це пов'язано з особою бізнесмена Дональда Трампа. Нетипові для американського суспільства промови, гра словами за принципом “нема таких обіцянок, які не можна наобіцяти” дали поштовх до появи неологізмів у ЗМІ. *Трамнізація* (trumpifering) – публічний виступ у стилі “висловлюватися, щоб бути поміченим, не думаючи про факти та наслідки”. Так пояснили члени спеціальної ради з питань мови, що працює при міністерстві культури Швеції.

Постправа (post-truth) – слово 2016 року Оксфордського словника, яке означає ситуацію, в якій об'єктивні факти впливають на суспільну думку менше, ніж апеляція до емоцій і щедрість до популістських обіцянок. У цікавому контексті знаходимо цю лексему в соціальних мережах: “...*Цезображення також втілює традиційне (можливо, домодерне) мислення,*

що виступає антитезою різноманітним інтелектуальним напрямам з невизначеними префіксами “пост”: спочатку постмодернізм, а тепер уже і постправа...” (Сергій Квіт. ФБ).

У Великій Британії 23 червня 2016 року відбувся референдум, на якому 51,9% британців проголосували за вихід країни з Європейського Союзу. У ЗМІ появилася нове слово *brexit* (від British exit – британський вихід).

Тривалий час тема безвізового режиму для України в країні Європи була найбільш популярною в ЗМІ. Щоденне обговорення проблем на шляху до *безвізу* спонтанно доповнило медійний словник. Сьогодні *безвіз* не потребує додаткових пояснень свого значення.

Дрон (англ. drone – джміль) – безпілотний літальний апарат військового чи цивільного призначення; різновид військового робота. Сьогодні у ЗМІ *дрон-відео* доповнило медійну жанрологію.

Увага!

Город, місто – синоніми!

Городяни, містяни – синоніми!

Міста в Україні: Звенигород, Миргород, Ужгород та ін.

Неологічні експресеми. Тема анексії Криму – одна з актуальних в українських ЗМІ. Спочатку в Крим прийшли “зелені чоловічки” (“вежливые люди”), потім – “референдум” і “народні вибори”. Мова ЗМІ чутлива до реалій та змісту, тож незабаром появилися в публікаціях експресеми “кримНаш”, “кримїх”. Однак невдовзі, пише один з кримських авторів, “підвищені пенсії і зарплати... з'їв ріст цін. Світло відмикають щоденно... Ціни на комунальні послуги зросли... Після *Кримнаш* наступає *намКриш*”.

В Україні 17 березня 2017 року відзначали 100-ліття Української Революції (1917–1921). Цього дня створено Центральну Раду – перший український парламент. У ЗМІ було

чимало публікацій до цієї дати, в яких Автори висловлювали свої погляди експресивною мовою: макаронізмами, метафорами, okazіоналізмами. Наприклад, у тексті відомої письменниці, публіцистки Оксани Забужко на ФБ: “До чого тут, питаєте, мої *tricks&tips?* ... бо є в мене підозра, що люди, які так завзято натягують цю “*сову на глобус*”, свої знання про УНР, Гетьманат і Директорію насправді черпали – з “Белой гвардії”: *Пэтурра, гетман-оперетка, кіт-кіт, вотетовсьо...* Іншого пояснення не бачу; “Ну що, Четем хауз висловився по стану на сьогодні – тверезо й по ділу. Щойно тепер... видно, наскільки ж вони всі НЕ ВІРИЛИ тоді, в 2014-му, що Україна вистоїть. Що ми таки не “*basket case*”, і не “*страна 404*”.

Цифра 404 (*error 404 – not found*) знайома читачам інтернет-видань. Вона появляється як позначка помилки, що означає “посилання (поклик) веде на сторінку або інший ресурс, яких немає”. Тобто раніше вони в мережі були, але знищені автором чи користувачами. Іноді в таких випадках поряд із текстівкою “помилка 404” написано “не знайдено”. Пошукова система не може відобразити запит, але це не означає, що їх зовсім не було. Часом сторінки або сайти спеціально зашифровують, щоб обмежити доступ. Якщо читачі обізнані з цією термінологією, то відгуки про Україну як “страну 404” свідомі громадяни сприймають як образ.

Фокус головної думки, переважно, у заголовках медійних публікацій. Передусім вони привертають увагу читачів. Тому, пишучи на важливі теми, журналісти використовують засоби експресії в поєднанні з аргументами, що ефективніше реалізує персвазивну функцію ЗМІ. Деякі приклади з українських мас-медій: “*Чому замерзла “русская весна*”; “*Дрон-погляд на зони екологічного лиха Львівщини*”; “*Мочить в сортире*” і *прочая* президентська лексика”; “*Довгобуд ганьби*. Що заважає завершити будівництво “Охматдиту”; “*Блокадний кульбіт*”.

Мова кожного журналіста повинна бути взірцевою щодо грамотного творення тексту, мовного етикету та багатого лексичного запасу. Автори публікацій виглядають

культурними інтелектуалами, якщо їхня мова “розмаїта епітетами, влучними порівняннями, барвіста вживанням прислів’їв, приказок і приповідок” (Б. Антоненко-Давидович). Про творчу особистість і значення мови для її візерунка чудово висловився Іван Франко: “Найцінніше та найкраще в кожній людині – це її індивідуальність, її духовне обличчя зі всіма особливими прикметами. Що більше таких прикмет, що характерніші та гармонійніші вони, то багатша сильніша й симпатичніша індивідуальність людини... До таких прикмет, що відповідають складові душі, належить і мова”.

Контрольні запитання:

1. Як називається вчення про культуру мови?
2. Які норми називають імперативними?
3. У чому полягає специфіка мови ЗМІ?
4. Які помилки, пов’язані із слововживанням, трапляються у мовленні журналістів?

Розділ 3.

ПРАКТИКУМ ІЗ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

**Якщо не знаєш, куди пливеш,
то жоден вітер не є попутний.**
Сенека

Завдання 1. Поставте правильний наголос у поданих словах:

Громадянин. Мережа. Видання. Фаховий. Виразний. Вимова. Вимога. Пасквіль. Ейфорія. Громадський. Текстовий. Отаман. Черемош. Приятель. Виразно. Середина. Євангеліє. Ненависть. Пізнання. Завдання. Жалюзі. Центнер. Партер. Чотирнадцять. Запитання. Зустрічний. Авто. Анафема. Бюлетень. Бюрократія.

Увага!
**ФаховИЙ іспит; фаховИЙ рівень;
фаховЕ видання; фаховЕ
випробування**

Завдання 2. Поставте правильний наголос у поданих словах:

Довідник. Каталог. Беремо. Гостей. Середина. Ненависть. Кропива. Глядач. Вигнання. Несемо. Кілометр. Діалог. Віднести. Літопис. Батьківський. Каталог. Прошу (вигук). Прошу (дієслово). Беремо. Будеш. Буду. Було. Байдуже. Валовий. Наздогад. Жадоба. Наосліп. Напрочуд. Загадка. За що. Євангеліє. Зручний. Вітчим. Байдужий. Наскрізь. Виразно.

Увага!
ЧарівНИЙ пейзаж; чарівНА дівчина

Завдання 3. Поставте правильний наголос у поданих словах:

Різдвяні Свята. Шанобливість. Гуртожиток. Живопис. Одинадцять. Читання. Кидати. Сердитися. Абіяк. Або. Але. Завжди. Весняний. Ясний. Коли-небудь. Йдемо. Заміжня. Чорнослив. Розмах. Поміщик. Помовчати. Пасовище. Француженка. Сантиметр. Новий. Черемош. Разом. Також. Шовковий.

Увага!
ЧорнОслив; чорнОзем

Завдання 4. Запам'ятайте значення і правильну вимову поданих слів.

ВидАння, я, с. 1. Дія за знач. **видати**. 2. Окремий друкований твір, збірка і т. ін., видані у світ. 3. Сукупність тотожних примірників якої-небудь книги, виданих одночасно // Те, що періодично видається під однією назвою (газета, журнал тощо). 4. Друкований твір за його зовнішньою ознакою або типом, належністю до певної категорії друкованої продукції.

На виданніІ – у віці, коли вже можна виходити заміж (про дівчат). – *Ми хочемо поріднитись з вами, – сказав сват. – У вас дочка на виданні, а в нас жених* (І. Нечуй-Левицький); *У вінок зав'язано Барвінковий цвіт, Дівчина на виданні У сімнадцять літ* (Л. Забашта).

Увага!
Періодичні видАння (газети, журнали),
а не **періодичні виданняЯ**

Завдання 5. Уважно ознайомтеся зі значеннями поданих слів. Зверніть увагу на помилки, яких припускаються у мовленні ЗМІ.

Криміногенний (лат. *criminalis* – злочинний і грец. *genos* – рід, походження) означає “той, що сприяє вчиненню злочину”.

Криміногенна ситуація – це ситуація, за якої є всі передумови до скоєння злочинів. Отже, неправильно говорити, що “*в області нам вдалося стабілізувати криміногенну ситуацію*”.

Українофобія. *Фобія* у перекладі з грецької дослівно означає *страх*, у складних словах відповідає поняттям *нетерпимість, боязнь*. Отже, *українофобія* не є синонімом до слова *україножер*.

Увага!

Правильний наголос – у **гОстях**
(неправильно – у *гостЯх*)

Завдання 6. Із Словника іншомовних слів випишіть значення таких слів: *імпресивний, експресивний, емпатія, харизма, еліта* та введіть їх у речення.

Увага!

Область (адміністративна одиниця).
Галузь (сфера, діяльність, царина)

Завдання 7. Із поданими словами напишіть словосполучення або речення.

Зазвичай, позаяк, поготів, потяг, терен (у значенні територія), розвій, двірець, скарбниця, наклад, докільля, часопис, світлина, книгозбірня, летовище, спільнота, поспіль, навзаєм, пластун, бранець, вояк, оберіг, відсоток, пігулка, філіжанка, панство, добродій.

Увага!

Противник (як військовий термін).
Супротивник (в інших значеннях)

Завдання 8. Опрацюйте “Словарь української мови” Бориса Грінченка. Випишіть слова, які варто повернути до активного слововживання у ЗМІ.

Увага!

Способи вираження інтенсивності якісної ознаки, властиві українській мові віддавна.

До форми звичайного прикметника додаємо такі слова:
надзвичайно, напрочуд, навдивовиж, забагато, занадто, досить, доволі, дуже, зовсім, вкрай, страх.

Наприклад: *напрочуд талановитий, занадто довгий, надзвичайно цікавий*

Завдання 9. Запишіть до власного словника крилаті вислови про мову.

Завдання 10. Ознайомтеся з коротким викладом статей “*Мова*” і “*Батьківщина*” в “Українській малій енциклопедії” Євгена Онацького. Складіть свій текст енциклопедичної статті “*Мова*” і “*Батьківщина*”.

Мова – ...це емоційний напій... Значення слів-квіток дитина вбирає так природно, як дихає повітрям рідного краю... Зі стану мови можна безпомилково судити про характер культури народу – взагалі кажучи, про всю його духовну сутність... Мова виявляє рівень національної самосвідомості та дає змогу порівняти цей народ у культурному відношенні з іншими народами в певний історичний період...

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

Завдання 11. Уважно ознайомтеся зі значеннями поданих слів. Напишіть речення або словосполучення із цими словами.

АБОРИГЕН (лат. *aborigines* – від початку): 1. Корінні жителі країни чи місцевості. 2. Біол. Те саме, що автохтони. Неправильно говорити *корінний абориген, місцевий абориген*.

АЛЬТРУЇЗМ, АЛЬТРУЇСТ (франц. *altruisme*, від лат. *alter* – інший) – безкорисливе прагнення до діяльності на благо інших, готовність заради цього зректися власних інтересів. (Здатність діяти тільки на користь інших).

ДЕ-ФАКТО (лат. *de facto*, букв. – насправді) – фактично.

ДЕ-ЮРЕ (лат. *de jure*, букв. – за правом) – згідно із законом, законодавчо, формально.

ЕГОЇЗМ, ЕГОЇСТ (франц. *egoiste*, від лат. *ego* – я) – моральний принцип і негативна риса характеру, що полягає у нехтуванні інтересами суспільства й інших людей заради особистої вигоди.

ЕГОТИЗМ (франц. *egotisme* – самозакоханість) – переоцінення своєї особи, самозакоханість.

КОЛОКВІУМ (лат. *colloquium* – співбесіда) – бесіда викладача зі студентами з метою з'ясування окремих питань і підвищення рівня їхніх знань, а також наукові збори з обговоренням доповідей на відповідну тему.

Увага!
Взірець, зразок – синоніми

Завдання 12. Уважно ознайомтеся зі значеннями поданих слів. Напишіть речення з цими словами.

МАМОН – сирійський бог багатства, звідси “*мамона*” – синонім багатства. “*Служити мамоні*” – прагнути збагачення, дбати лише про матеріальні цінності. “*Служити Богові й Мамоні*” – із Нагірної проповіді Христа: “*Не можете Богові служити й Мамоні!*”.

МАНКУРТ – про людину, що забула минуле, не знає історії своєї Батьківщини, відмовилася від національних традицій, рідної мови, втратила моральні орієнтири, цінності.

МІРАЖ (франц. *mirage*, від *mirer* – спостерігати) – оптичне явище в атмосфері; виникнення на обрії уявних зображень, предметів. Інша назва – марево.

ХАМЕЛЕОН: 1. Ящірка підряду червоязикових. Має здатність міняти забарвлення шкіри під час роздратування, зміни кольору навколишнього середовища тощо. 2. Скло, лінзи для окулярів, здатні змінювати затемненість залежно від освітленості приміщення, простору; окуляри з такими лінзами. 3. Переносно – людина, яка часто й безпринципно змінює свої думки й погляди (з корисливих міркувань). 4. Сузір'я Південної півкулі неба.

ЦИНІК – безсоромна людина; людина цинічної поведінки.

ЦИНІЗМ – зневажливе ставлення до моральних цінностей, загальноприйнятих норм поведінки.

Увага!
Гривня – назва грошової одиниці України.
Гривна – металева прикраса у вигляді обруча

Завдання 13. Опрацюйте нормативне вживання прийменника **ПО** в українській мові. Доступно з: <http://l-ponomar.com/kultura-movy-vzhyvannya-pryjmennyka-po-krok-tretij/#ixzz4b97gcVhd>

Способи правильної заміни прийменника ПО:

ПО = ЗА

По всіх правилах – **за** всіма правилами;

по закону – **за** законом;

по професії – **за** фахом;

по собівартості – **за** собівартістю.

ПО = НА

По вигляду – **на** вигляд;

по власному розсуду – **на** власний розсуд;

по всіх фронтах – **на** всіх фронтах;

по цій темі – **на** цю тему.

ПО = З

По безпеці і співробітництву – **з** безпеки й співробітництва;

по відповіді – з відповіді;
по всякому поводі – з усякого приводу;

ПО = В (У)

По буднях – у будні дні;
по питанню – у справі;
по святах – у свята;
по справах служби – у службових справах.

ПО = ЧЕРЕЗ

По незнанню – **через** незнання;
по неувважності – **через** неувважність;
по причині заморозків – **через** заморозки;
по сімейним обставинам – **через** сімейні обставини.

ПО = ДЛЯ

По веденню господарства – **для** ведення господарства;
по врятуванню річок – **для** врятування річок.

ПО = ЩОДО

по відзначенню – **щодо** відзначення;
по врегулюванню – **щодо** врегулювання;
по поліпшенню роботи – **щодо** поліпшення роботи.

ПО = безприменникова конструкція

По виконанні завдання – виконавши завдання;
по крайній мірі – принаймні;
по пошті – поштою;
по тижням – тижнями;
по частинах – частинами;
по шляху технічного прогресу – шляхом.

ПО = ПО

Применник **ПО** залишається самим собою в тих випадках, коли позначає:

- 1) місце дії: *по діброві вітер виє...*;
- 2) час дії: *відпочили по обіді*;
- 3) мету дії: *пішли в поле по ромашки*;
- 4) способу дії: *читали по складах*;
- 5) міру чи кількість: *роздали по завданню*;
- 6) сферу діяльності: *поралися по господарству*.

Увага!

**ПРАВИЛЬНО: кінець кінцем, урешті-решт,
нарешті, зрештою, у кінцевому підсумку**

Завдання 14. Прочитайте вголос один з ліричних віршів Тараса Шевченка. Проаналізуйте засоби поезики та милозвучності.

Увага!

Дискретний (обачний, розважний, такий, що не розголошує, чого не слід; тактовний).
Дискурсивний (розумовий, заснований на логічних міркуваннях, кожне з яких залежить від попереднього й обумовлює наступне)

Завдання 15. Поясніть значення іншомовних слів. Доберіть українські відповідники і складіть з ними речення.

Варіант 1. Емпатія, узус, ейдосфера.

Варіант 2. Лонгріди, джинса, інфографіка.

Варіант 3. Концепт, сенс, інтенція.

Варіант 4. Консенсус, тезаурус, дрон-відео.

Завдання 16. Виберіть приклади правильного поєднання числівників з іменниками.

22 зошита чи 22 зошити; 1321 студент чи 1321 студентів;
4 дні чи 4 дня; 3 очки чи 3 очка; 2 викладача чи 2 викладачі;
184 дні чи 184 днів; 92 вечори чи 92 вечорів; 324 депутати чи 324 чи депутатів; два з половиною гектара чи два з половиною гектари; ½ кілограма чи ½ кілограми; 161 день чи 161 днів;
4 гривень чи 4 гривні; 4 яблука чи 4 яблука; 182 міністри чи 182 міністрів.

Увага!

Способи поєднання числівників з іменниками

Числівник *один* узгоджується з іменником у називному відмінку однини. Напр.: *один студент, один літр, одна дівчина.*

Числівники *два, дві, обидва, три, чотири* узгоджуються з іменником у називному відмінку множини. Напр.: *два інженери, дві вчительки, три яблука, чотири тополі.*

Числівники *зі значенням приблизної кількості* предметів узгоджуються з іменником у родовому відмінку множини. Напр.: *Це було днів два тому. Років з п'ять про нього не було чути.*

Числівники *п'ять, шість, сім, десять, сто, двісті... дев'ятсот* узгоджуються з іменником у родовому відмінку множини. Напр.: *п'ять товаришів, десять хлопців, сто книжок, двісті років.*

Числівники *тисяча, мільйон, мільярд* узгоджуються з іменником у родовому відмінку множини (незмінювана ім. частина). Напр.: *тисяча тонн, тисячі тонн, тисячею тонн.*

У *складених числівниках* іменник узгоджується з останнім. Напр.: *254 гривні, сто сорок один день* (а не *днів*).

Числівники *двоє, троє, четверо* узгоджуються з іменником у родовому відмінку множини. Напр.: *двоє відер, двох відер; четверо хлопців.*

Дробові числівники, а також *півтора, півтори, півтораста* узгоджуються з іменником у родовому відмінку однини (незмінно). Напр.: *сім десятих процента, одна п'ята кілограма, півтора року.*

Числівники *зі словом половиною* узгоджуються з іменником у родовому відмінку множини. Напр.: *два з половиною гектари, збільшити в два з половиною рази, три з половиною роки.*

У датах назви місяців вживаються тільки в родовому відмінку. Напр.: *перше лютого, другого травня, з Першим вересня.*

Увага!

Два з половиною рази!
Але: 2,5 рази

Завдання 17. Випишіть речення, в яких числівники правильно поєднані з іменниками.

Вони заплатили 2834 гривень і 30 копійок. Вони збільшили свій прибуток у два з половиною рази. Факультетові подарували 123 комп'ютери. Три очки здобула команда в останньому матчі. Вони заплатили 2834 гривні і 30 копійок. Вони збільшили свій прибуток в два з половиною рази. Факультетові подарували 123 комп'ютерів. Три очка здобула команда в останньому матчі.

Увага!

Три студенти стояли.
Але: трое студентів стояло

Завдання 18. Напишіть правильно слова, поясніть їх правопис.

Нац/банк, віце/президент, член/кореспондент, прем'єр/міністр, фото/кореспондент, пів/Європи, пів/Хрещатика, індивідуально/психологічний, міні/автомобіль, помірно/континентальний, прес/служба, прес/центр, псевдо/патріотизм, мас/медіа (невідм., мн.), макро/світ, міні/комп'ютер, мало/компетентний, псевдо/романтичний.

Увага!

Архі- (зверхність, старшинство або найвищий ступінь чогось).

Екс- (колишній; який утратив колишнє становище).

Макро- (великий, довгий). **Мікро-** (дуже малий, найдрібніший).

Максі- (дуже довгий). **Міні-** (дуже короткий).

Мульти- (велика кількість чогось або багаторазовість якихось дій)

Завдання 19. Від поданих словосполучень письмово утворіть складні іменники та прикметники. Поясніть їх правопис.

Знавець мови, національний банк, Латинська Америка, Західна Україна, зовнішня політика, зазначити вище, сільське господарство, південні слов'яни, телевізійна програма, лікування водою, інформаційне бюро, пресове агентство, студентський клуб, завідувати кафедрою, стінна газета, спеціальний кореспондент.

Увага!
У кінці XX і на поч. XXI століття (не століть)

Завдання 20. Словниковий диктант.

Майдан Незалежності, День захисника України, прес-реліз, відеосюжет, День Героїв Небесної Сотні, Збройні Сили України, День Матері, День Учителя, інтернет-видання, інтербачення, суспільно корисний, західноєвропейський, мікрокалькулятор, псевдонаука, мікроавтобус, міні-процесор, максі-мода, хронікально-документальний, латиноамериканець, компакт-диск, гостродефіцитний, кінорепортаж, авіарейс, військово-стратегічний, військовозобов'язаний, машинобудівний, суспільно активний, телеательє, фотосалон, білосніжний, стоп-кадр, вічнозелений, інтонаційно виділений, контрпропаганда, трансконтинентальний, честь честю, кілька-мільйонний, котрий-небудь, суспільно-політичний, прес-центр, прес-секретар, прес-аташе, солдатчина, до побачення, будь ласка, на добраніч, комп'ютер, студентство, агентство, інтелігент, панство, стаття, статей, подорожжю, людськістю, зарозумілістю, экс-президент, віце-прем'єр.

Увага!
Хідник, тротуар, алея – синоніми!

Завдання 21. Прочитайте крилаті вислови та прислів'я. Складіть короткі тексти, використавши їх повністю або частково.

Критикувати – значить пояснювати авторові, що він робить не так, як робив би я, якби вмів (Карел Чапек). Не ставте перед собою обмежень і їх не буде! (Англ. прислів'я). Світ поганий, поганий, жахливо поганий. І лише серце друга та спокуті сльози жінки можуть врятувати його від прокляття (Ріхард Вагнер). Різні мови за своєю суттю, за своїм впливом на пізнання й на почуття є насправді різними світоглядами (Вільгельм фон Гумбольдт). Якщо в мене яблуко й у тебе яблуко, і ми обмінємося, то в нас буде по одному яблуку; якщо в мене ідея й у тебе ідея, і ми обмінємося, то в нас буде по дві ідеї (Бернард Шоу). Хто вивчав науки й не використовував їх, той подібний на того, хто орав, але не сів (Абу-Мухамед Сааді). Де думка, там і могутність (Віктор Гюго). Мені відомий один секрет, як уберегти людей від падіння, а саме: треба закрити своє серце для слабкості (Фрідріх Шиллер). Наш розум зміцнюється у спілкуванні з мудрими й сильними особистостями (Мішель де Монтень). Окраса глибоких думок – ясність! (Люк де Вовенарг). Усяке слово, за яким нема справ, є чимось даремним і пустим (Демосфен).

Завдання 22. У котрих словосполученнях не порушено норм культури української мови?

Ухвалу прийнято Верховною Радою. Верховна Рада ухвалила. Наукова ступінь. Науковий ступінь. Головна біль. Головний біль. Дитячих сердець. Дитячих серць. Не треба війн. Не треба воєн.

Увага!
Мовниця, трибуна – синоніми!

Завдання 23. Виберіть правильні форми звертання.

1. Пане Президенте! 2. Пане Онопенку! 3. Любий Друже!
4. Товаришу Віталію! 5. Пане Президент. 6. Пане Суддя.
7. Товаришу Генерал. 8. Марія Григорівна. 9. Оксано Іванівно.
10. Пані Доцент. 11. Пане Професоре! 12. Пане Декан! 13. Кохана дівчино! 14. Люба Матусю!

Завдання 24. Напишіть слова. Поставте замість крапок е або и, і.

Д...станційне навчання, кор...спондент, пр...зентація, тол...рантний, рейт...нг, р...кламувати, акр...д...тація, д...партамент, ел...кторат, інт...лектуальна власність, р...гуляторна політика, р...торика, розс...кретити, інт...грація, екс-пр...зидент, р...пр...зентувати, пр...м'єра, д...скред...тація, р...ферендум, р...ванш.

Завдання 25. У котрих реченнях допущені помилки?

На конференції виступило біля семидесяти науковців. На конференції виступило біля сімдесяти науковців. На конференції виступило близько семидесяти науковців. На конференції виступило близько сімдесяти науковців.

Увага!
Наприклад, приміром, до прикладу –
синоніми!

Завдання 26. Виберіть речення, в котрих немає помилок.

Нехай депутати розберуться з поправками до законопроекту. Нехай депутати вивчать поправки до законопроекту. Нехай депутати з'ясують поправки до законопроекту. Студент купив чотири зошити і п'ятдесят два олівці. Верховна Рада схвалила 1243 законопроекти. На думку городян, у паркових зонах повинно бути більше лавок і дитячих майданчиків.

Завдання 27. У котрих реченнях допущені помилки?

Це зроблено згідно рішення Студентської Ради. Найбільш здібнішим виявився студент Остапенко Володя. Більшу половину групи цікавили результати тестування. Нам треба добре зіставити всі факти. Зібрати урожай з полів. До наших піль дібралися зливи.

Завдання 28. У котрих реченнях немає помилок?

Щороку 7 січня християнський світ відзначає свято Різдва Христового за Григоріанським календарем. Кожного року 7 січня християнський світ відзначає свято Різдва Христового за Юліанським календарем. Кожного року 25 грудня християнський світ відзначає свято Різдва Христового за Григоріанським календарем. Кожного року 25 грудня християнський світ відзначає свято Різдва Христового за Юліанським календарем.

Увага!
З повагою – Софія Яблунева
(якщо ім'я та прізвище в одному рядку).
З повагою,
Софія Яблунева
(якщо ім'я та прізвище в наступному рядку)

Завдання 29. Поставте розділові знаки в реченнях.

Слово “Я” одне з тих слів що їх людина вживає найчастіше хоч би якою мовою вона говорила. Якщо в розмові ви надто часто вживаєте його то навряд чи викличете симпатію у свого співрозмовника. Адже в останнього теж є своє “я” і воно для нього набагато важливіше ніж ваше. Не говоріть у товаристві з другим про те що третього не цікавить. З плином часу ви зрозумієте що мова подібна до музичного інструменту на якому треба навчитися грати. Говоріть лише тоді коли у вас є що сказати. Природа дала людині один язик і два вуха для того щоб вона слухала інших удвічі більше ніж сама говорила (І. Томан).

Завдання 30. Поставте розділові знаки в реченнях.

Я знаю що нічого не знаю але багато хто не знає і цього (Сократ). Якщо ви сказали не подумавши значить ви сказали те що думаєте (Бернард Шоу). Освічена людина та котра знає де знайти те чого вона не знає (Георг Зіммель, нім. філософ). Крокуй спокійно серед гамору та поспіху пам'ятай який мир може бути у тиші. Наскільки це можливо не зрікаючись себе зберігай добрі стосунки з людьми (з газ.).

Завдання 31. Поставте розділові знаки в реченнях.

Українській журналістиці в нових умовах має бути властива конструктивна творча позиція. На жаль це ще досі залишається побажанням. У деяких же виданнях майстерність журналіста спрямована на те щоб когось “шпигонуть” під ребро. Та ще й якомога дошкульніше. Деяким журналістам переважно деструктивних видань дуже підходить псевдонім “бакс” або “гривня” бо він відображає їхню суть. Вони сприйняли ринкові умови як тло на якому можна дозволити собі за великі гроші поступитися чесністю й об'єктивністю (А. Москаленко).

Завдання 32. Поставте розділові знаки в реченнях.

Якщо не знаєш куди пливеш то жоден вітер не є попутний (Сенека). Є три способи відповідати на запитання сказати потрібне відповідати привітно наговорити зайвого (Плутарх). Ніколи не бійся робити те чого не вмієш. Пам'ятай ковчег збудував аматор професіонали „Титанік” (Дейв Баррі, актор). Найцінніше та найкраще в кожній людині це її індивідуальність її духовне обличчя зі всіма особливими прикметами. Що більше таких прикмет що характерніші та гармонійніші вони то багатша сильніша й симпатичніша індивідуальність людини... До таких прикмет що відповідають складові душі належить і мова. Багато людей над тим не думає і проходять вони свій життєвий шлях безхарактерними людьми себто людьми без виробленої особистості без твердих моральних принципів

віддані напризволяще своїх вроджених неопанованих інстинктів (І. Франко).

Завдання 33. Уважно прочитайте латинські прислів'я та приказки. Складіть текст, використавши їх сенси.

Спілкуйся з тими, хто може зробити тебе кращим.
Мудрість не завжди супутниця сивини.
Дружи з розумним, не будеш дурнем.
Глибокі ріки пливуть з малим шумом.
Будеш сіяти з сумом – вродить печаль.
Двоє – військо для одного.
Суперництво зміцнює таланти.
Мужність воїнів залежить від передбачливості вождя.
Добра слава і в темряві зберігає свій блиск.
Вміти коритися так само славно, як і вміти наказувати.
Старе дерево не пересаджують.
Осягнув вершину той, хто поєднав корисне з приємним.
Хто вчиться без книжки, той решетом набирає воду.
Не йти вперед – значить йти назад.

Увага!

Ввімкнути (увімкнути), вмикати – з'єднати (з'єднувати) з джерелом енергії.
Включити, включати – вводити в дію, вводити до складу, приєднати до кого, чого-небудь // мати у своєму складі; охоплювати

Завдання 34. Коротко викладіть своє розуміння моральної людини в журналістиці та політиці.**Завдання 35. Складіть текст “Красномовство – професійна риса журналіста”, використовуючи крилаті вислови, афоризми, літературні цитати.**

Завдання 36. Котрі речення написано без помилок?

Вибачаюся, що невчасно повертаю вашу книгу. Вибачте, що невчасно повертаю книгу. Перепрошую, що так довго читав вашу книгу. У нашій фракції сімдесят два депутата. У нашій фракції сімдесят два депутати. У нашій фракції сімдесят два депутати.

Увага!

**Плануємо прями включення з місця події.
На прямому зв'язку із студією Софія Яблунева.
Наш журналіст Ігор Вишня інформує наживо з
Майдану Незалежності.**

Завдання 37. Поставте розділові знаки в реченнях.

Для того щоб навчитися добре змістовно говорити необхідно постійно збагачувати свої знання й досвід удосконалювати освіту інакше кажучи всебічно розвивати свою особистість. Мета перших фраз під час знайомства полягає в тому щоб виявити спільні інтереси та справи. Як тільки цього буде досягнуто розмова почне розвиватися сама собою. Якщо ви обираєте для розмови тему яку не можна назвати повністю нейтральною будьте обережні щоб не образити інших (з посіб.).

Завдання 38. Уважно прочитайте крилаті вислови. Поясніть, які сенси закладено в їх змісті. Напишіть коротке есе про кожного з Авторів.

Велика людина є великою й у своєму ставленні до маленьких людей (Томас Карлейль). Мудрий той, хто знає не все, а потрібне (Есхіл). Усі жанри хороші, крім нудного (Вольтер). Усяке знання, відділене від справедливості та іншого добродієства, є шахрайством, а не мудрістю (Сократ). Якщо мова не є правильною, то вона не означає того, що має означати; коли ж вона не означає того, що має означати, то не буде зроблено те, що має бути зроблено; а тоді мораль, мистецтво почнуть занепадати, справедливість зійде на манівці – і всі

впадуть у стан безладного хаосу (Конфуцій). Щастя – це коли те, що ти думаєш, говориш і робиш, перебуває в гармонії (Махатма Ганді). Щастя ніколи не ставить людину на таку висоту, на якій би вона не мала потреби в друзях (Сенека).

Увага!

В Україні.

“На Україні” – неправильно!

Завдання 39. До якого функціонального стилю належить поданий текст?

Стаття 10. Державною мовою в Україні є українська мова.

Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України.

В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України.

Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування.

Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом.

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

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

Увага!

**Правильно: мати значення; відігравати роль;
виконувати функцію**

Завдання 40. Уважно прочитайте текст. До якого функціонального стилю він належить?

Історія кулькової ручки

Угорщина – країна працьовитих і красивих людей з багатою історією та розмаїттям народних звичаїв, країна знаменитих музикантів, художників, письменників...

Ось тут, в Угорщині, 1899 року й народився винахідник кулькової ручки, талановитий журналіст і художник Ласло-Йожеф Біро.

Професія журналіста й художника спонукала його винайти для писання таку ручку, чорнило якої швидко висихало б, не виливалось й не бруднило рук, паперу й одягу, було довговічнішим.

Робота над винаходом тривала близько десяти років.

З допомогою брата-хіміка він виготовив кольорову пасту, наповнив нею металеву трубку, на кінці якої вільно оберталася металева кулька, яка при писанні й наносила на папір тоненький шар пасти. Це було в 1938 році. Цей рік вважають роком винаходу кулькової ручки.

Але далі події в житті Ласло-Йожефа Біро розгортаються бурхливо, як у пригодницькому творі чи кінофільмі.

Перед другою імперіалістичною війною в Угорщині посилюється фашистський режим, і прогресивному журналістові доводиться залишити батьківщину. Спочатку він емігрував до Франції. Тут одержав патент на свій винахід. З Франції виїхав до Іспанії, а потім до Аргентини, де й жив тривалий час. Саме тут, в Аргентині, Біро зацікавив своїм винаходом одного банкіра, який дав гроші на будівництво невеликого заводу для виготовлення кулькових ручок. Перші ручки для масового користування з'явилися в 1943 році. Їх називали “авіаційними”, бо перші покупці – льотчики – швидко оцінили їх переваги: кулькові ручки не “текли” при підйомі на висоту, де атмосферний тиск нижчий. З авторучками, якими

користувалися раніше, була просто біда: високо в небі чорнило виливалось, завдаючи авіаторам багато неприємностей.

Про властивості кулькової ручки дізнався міністр оборони США й доручив своїм фабрикам налагодити її випуск для армії.

У 1944 році Біро захистив свій винахід патентом США й продав ліцензії на виготовлення кулькових ручок двом американським фабрикантам. Так кулькова ручка стала військовим об'єктом цієї країни.

Коли після масової реклами 19 жовтня 1945 року перша партія кулькових ручок з'явилася в одному з найбільших нью-йоркських універмагів, то продавці змушені були викликати п'ятдесят поліцейських для наведення порядку. Так ручки здобули популярність і практичне застосування. Сам же винахідник кулькової ручки Ласло-Йожеф Біро в 1957 році залишив своє виробництво ручок і зайнявся живописом (О. Дорошенко).

Увага!

Зіставити (порівняти) факти.
Співставити факти – неправильно!

Завдання 41. Уважно опрацюйте матеріали із наукового збірника “Культура слова” Інституту української мови НАН України. Складіть речення з поясненими словами та словосполученнями.

ЗБІГАТИСЯ – СПІВПАДАТИ

Слово *співпадати* не тільки часто звучить в усних стилях, на нього натрапляємо і в письмових текстах. Однак в українській літературній мові таке утворення вважається порушенням норми. Це калька з російського – *совпадать*. Йому в українській мові відповідає дієслово *збігатися*. Воно має такі відтінки значень: “відбуватися одночасно” – *збігається* з ювілеєм, події *збіглися*, “бути однаковим” – *збігаються* думки,

погляди і под.; “мати той самий напрям, місцезнаходження” – кордони *збігаються*, напрямки *збігаються*.

ПРЕЗЕНТАЦІЯ – РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

Обидва слова споріднені з латинським *praesento* “передаю, вручаю”; звідси й відоме *презент* – “подарунок”, пор.: – *Оце презент. А я, по правді кажучи, й не сподівався. – Знали, чим заманити, – книгами... – обняв Тарас господаря.* (В. Шевчук).

Слово *презентація* набуло значення “урочисте представлення”, “свято”, “відкриття” і розширило свою сполучуваність з іменниковими назвами, позначаючи разом святкову подію, урочисте відкриття, представлення чогонбудь, напр., виставки, видання, книжки, збірки письменника, гімназії, клубу, вищої школи підприємців тощо. Через *презентацію* широко інформують про певне явище, подію, факт. Найчастіша сполучуваність: *відбулася (відбудеться) презентація*. Отож це слово не має зв’язку з *презентувати* – “дарувати”, “підносити дари, подарунки”, але виявляє зв’язок з *репрезентувати* – “представляти”, *репрезентація* – “представництво”. Вони споріднені з латинським *representatio* – “наочне зображення”.

Слова *репрезентувати, репрезентант, репрезентантка* були відомі в українській літературній мові XIX і початку XX століть. Знаходимо їх у творах М. Коцюбинського, О. Кобилянської, Г. Хоткевича, І. Франка, Б. Грінченка, М. Драгоманова, В. Еллана. *Репрезентувати* означає “виступати представником когось, чогось”, “відбивати виразні особливості чогось”, “виражати погляди когось”, наприклад: *Літературна мова, мова школи, церкви, уряду і письменства робиться справді репрезентанткою національної єдності* (І. Франко); *Признай по щирості, Олексо, він є добрим репрезентантом своєї народності* (О. Кобилянська).

Правильне слововживання: збірка *репрезентує* українську книжку на міжнародній виставці; газета *репрезентує* інтереси дебютантів, гідно *репрезентувати* свою країну, виставлені

полотна *репрезентують* сорокарічну творчу роботу митця. Частіше це дієслово вимагає після себе знахідного відмінка (кого? що?), але вживається також із давальним, подібно до дієслова *представляти* (кого – що, кому – чому). Напр.: *Народ виділяє з-посеред себе здібніших людей, які репрезентують його іншим народам, світові* (Р. Іваничук).

Увага!

Близьке зарубіжжя.

“Ближнє зарубіжжя” – неправильно!

Завдання 42. Уважно опрацюйте матеріали із наукового збірника “Культура слова” Інституту української мови НАН України. Складіть речення з поясненими словами та словосполученнями.

БЛИЗЬКЕ ЗАРУБІЖЖЯ чи БЛИЖНЄ ЗАРУБІЖЖЯ

Слова мають спільні й відмінні значення. Спільних значень два: 1) розташований на невеликій відстані: *близька хата – ближня хата, близький ліс – ближній ліс*. Але щодо популярного нині окреслення зарубіжжя треба вживати вислів *близьке зарубіжжя*; 2) який перебуває в прямих родинних стосунках з ким-небудь: *близька рідня – ближня рідня*. Словник за ред. Б. Грінченка фіксує вживання у Марка Вовчка вислову *ближні приятелі*, тобто “такі, що мають почуття симпатії, дружби один до одного, а також спільні ідеї, інтереси”. Сьогодні ми скажемо в цьому випадку *близькі приятелі*.

Прикметник *близький* має такі значення, яких не має *ближній*. Зокрема, невелика часова віддаленість передається прикметником *близький*: *уже близька ніч, сонце близьке до заходу, близьке свято*. Ще *близький* – це “добре знаний, відомий, зрозумілий”: *Почув у голосі щось близьке, своє*; і “такий, який глибоко хвилює, безпосередньо стосується будь-кого”: *Інтереси дітей близькі матері*; про адекватний, реалістичний переклад теж кажуть *близький: переклад, близький до оригіналу*.

ЗАВІРЯТИ – ЗАСВІДЧУВАТИ

Ці два слова, на перший погляд, взаємозамінні. Проте кожне з них має свій традиційний відтінок у значенні, що й визначає правильність його вживання.

Більшою сферою поширення характеризується слово *засвідчувати*, яке у сполученні, насамперед з іменниками, повідомляє про щось і підтверджує його правдивість: *засвідчувати словами, засвідчувати справами, засвідчувати паспортом особу людини, засвідчувати документальними джерелами походження народу*; наприклад: “Паспорт є основним документом, який *засвідчує* особу громадянина” (з газ.). У таких випадках слово *завіряти* не вживається.

В офіційно-діловому спілкуванні досить поширені такі вислови: *засвідчувати підписами* постанову, *засвідчити печаткою* відповідність оригіналові тощо. Такі словосполучення – не нові в українській літературній мові: “... виявилось, що в старости нема печаті, а старшина з писарем так-таки десь і поділися, – а вони повинні *засвідчити постанову*” (Б. Грінченко). Таке значення слова *засвідчувати* подане у словнику Б. Грінченка. *Завіряти* Борис Грінченко тлумачить як *увірять, увірить*, тобто *запевняти*.

Завдання 43. З’ясуйте, чому емпатію вважають професійною рисою журналіста.

Розум багатіє від того, що отримує;
серце – від того, що віддає.
Народна мудрість

Феномен емпатії

Феномен *емпатії* тісно пов’язаний з емоційно-пізнавальними та психологічними якостями особистості й виявляється насамперед у спілкуванні. У процесі спілкування виокремлюють найголовніші функції: *комунікативну, інтерактивну та перцептивну*.

Комунікативна функція забезпечує обмін інформацією індивідуально чи через засоби масової інформації без обмежень у часі та просторі. Обмін інформацією передбачає й певний вплив на людей, їхню поведінку, характер діяльності, суспільну свідомість, тобто реалізовується функція впливу, або інтерактивна функція.

Проблема ефективності впливу ЗМІ на аудиторію є однією з провідних у сучасній теорії масової комунікації. Під цим поняттям найчастіше розуміють зміну поведінки, уявлень, думок читача, слухача чи телеглядача, які зумовлені дією ЗМІ. У відкритих суспільствах ЗМІ впливають насамперед об’єктивністю подання новин та ініціюванням дискусій.

Отже, особистість журналіста та його роль у ЗМІ є надто вагомими у здійсненні наступної функції спілкування – перцептивної (функції сприйняття). Людина сприймає почуте через образ самого журналіста, його інтелектуально-психологічні якості, внутрішній світ, ставлення до подій. Перцептивна функція в сучасній комунікації передбачає здатність журналіста сприймати світ очима інших, розуміти його, як інші, аналізувати факти з їхніх позицій, висловлювати свої оцінки й надавати можливість проаналізувати подану інформацію. Отже, мова йде про одну з найголовніших граней журналістської творчості – емпатичну – здатність розуміти думки, почуття й потреби людей, чутливо заглиблюватись у суть події, явища тощо, глибоко відчувати стан іншої особи чи групи людей, сприймати й розуміти їхні вчинки.

Слово “емпатія” дослівно означає глибоке, сильне, чутливе відчуття, співпереживання. Іншомовний префікс “em” означає спрямований (скерований) у середину.

У працях дослідників подано такі дефініції емпатії: 1) здатність відчувати потреби інших; 2) глибоко чутливе сприйняття події, природи, мистецтва; 3) відчуття стану іншої особи чи групи; 4) співпереживання.

Емпатичні здібності вивчали дослідники соціальної психології та психотерапії. Сьогодні феномен емпатії розглядають як важливий чинник професіоналізму журналіста.

Увага!
**НасАмперед, передусім, передовсім,
 щонайперше, перш за все.**
 У першу чергу – неправильно!
 Рос.: прежде всего

Завдання 44. Прочитайте текст. Чи є амбітність позитивною рисою в журналістиці?

Амбітність

Амбітність – слово іншомовне. Воно походить від латинського “*ambire*”, що означає “ходити навколо”. Давні римські кандидати на різні посади своїм настирливим і впертим “ходінням навколо” під час виборів надали цьому слову той новий зміст, який знаходимо в усіх сучасних європейських мовах.

Амбітністю тепер називають пристрасне бажання виробити собі ім'я й становище в світі, піднятися в який-небудь спосіб над сірою анонімною масою, примусити про себе говорити, довести свою вищість, досягнути шану й пошесті. З цього окреслення амбітності випливає, що вона охоплює цілу низку людських рис, споріднених між собою.

З одного боку, амбітність може піднятися до прагнення справжньої слави, що означає бажання безсмертності, а з іншого, через незмірний простір звичайного честолюбства, зійти до рівня порожньої чванькуватості та марнослів'я.

З огляду на те, що амбітність охоплює таку широку гаму людських почувань, її не можна категорично віднести ані до позитивних, ані до негативних рис людської вдачі. Все залежить від того, на що саме, на яке поле людської діяльності скеровується ця амбітність честолюбника, а також і від того,

якою мірою цей амбітник зважає на інтереси й потреби суспільства, до якого належить, якими засобами користується.

Нема людини, що тою чи іншою мірою не була би амбітною. Важко собі уявити, що було б з усією людськістю, якщо б люди були позбавлені амбітності. Можна здогадуватися, що вони ще й досі блукали б, мов ті дикі звірі, десь по горах та лісах. Сама земля виглядала б тоді цілком інакше, бо амбітність – це справжній дріжджів цивілізації. Подібно до того, як для фізичного розвитку людського роду на землі природа прив'язала до акту розмноження незвичайну чуттєву насолоду, так і для розвитку духовних сил людини природа дала їй безконечні втіхи задоволеної амбітності.

І саме тому, що задоволення амбітності походить не стільки від посідання якоїсь речі, як від втіхи здобуття жаданої речі, не стільки від самої речі, як від отієї ціни, яку ми самі їй надаємо, напрямок нашої амбітності красномовно говорить про суспільну вартість нашої особи. Бо одну людину амбітність штовхає на шлях політичної демагогії, де вона, п'яніючи своїм впливом на масу, цілковито забуває про обов'язки перед суспільством; другу людину амбітність виводить на високу службову драбину, бюрократична кар'єра якої позначається медалями та орденами; третю людину амбітність спонукає чимсь відзначитися на полі науки, прокласти нові шляхи для поступу людської думки; четверту – підмовляє вперто працювати, щоб заробити добрий гріш і мати можливість цим усе й усіх купити; п'яту виганяє до кінотеатру чи концертної зали, ваблячи втіхою оплесків та приманою великих літер свого прізвища на афішах, розвішаних по всьому місту; шосту – ставить у лави народних працівників, що мають надію спричинитися будь-якою цеглинкою до розбудови Батьківщини й записати тим своє ім'я в історії своєї нації; сьому – виводить на шлях геройської смерті, на пам'ять і подив нащадків, щоб міг потім батько сказати синові: “... Молись, молися, сину, за Україну його замучили колись...”

Розмовна мова, що виступає часто як незаперечний суддя, визначає амбітність як нейтральну пристрасть, яка знаходиться поза межами добра й зла. Амбітність (для визначення своєї моральної вартості) вимагає обов'язкового прикметника. Тому ми говоримо про “шляхетну амбітність” і про “злочинну амбітність”.

Тома Аквінський свого часу сказав: *“Амбітність – добра річ, але за умови, щоб вона мала за принцип милосердя, а славу Бога та добро ближнього – за ціль”* (Є. Онацький).

Завдання 45. Прочитайте текст. Чому спілкування є “найпліднішою і найприроднішою вправою нашого розуму”?

Найплідніша та найприродніша вправа нашого розуму – розмова. З усіх видів життєвої діяльності вона для мене найприємніша. Ось чому, якби мене змусили негайно зробити вибір, я волів би, напевне, втратити зір, ніж слух і дар мови. Афіняни, а за ними й римляни, надавали в своїх академіях високу вагу цьому мистецтву. У нашу добу італійці зберегли в ньому деякі навички з великою вигодою для себе... Навчаючись чого-небудь з книжок, посуваєшся вперед повільно, мляво, без усякого запалу; живе ж бо слово і вчить, і вправляє. Якщо я веду розмову з людиною сильної душі, сміливим суперником, він нападає на мене з усіх боків, коле і справа, і зліва, його уява розпалює мою. Дух змагання, прагнення до перемоги, бойовий запал поривають і підносять над самим собою. Цілковита згода – властивість для розмови вельми нудна.

Наш розум зміцнюється у спілкуванні з мудрими й сильними особистостями й годі уявити собі, як багато він втрачає, як баналізується в щоденному зіткненні й спілкуванні з людьми нищими та дріб'язковими. Це найзгубніша зараза. З досвіду свого знаю, чого це варте. Я люблю співбесіду й дискусію, але з небагатьма й в тісному колі. Бо виставлятися напоказ сильним світу, хизуватися своїм розумом і красномовністю вважаю справою, негідною порядної людини.

У співбесіду чи дискусію вступаю дуже легко й охоче, тим паче, що загальноприйнятні думки не знаходять у мені сприятливого ґрунту, куди можна було б проникнути й пустити коріння. Ніяке судження не вразить мене, ніяка думка не образить, хоч би якими чужими мені не були. Нема примхи такої легковажної й химерної, яку б я не вважав цілком допустимим виплодом людського розуму. Ми повинні поблажливо ставитися до найрозмаїтіших помислів, і навіть якщо з ними не згодні, маємо їх усе ж спокійно вислуховувати (Мішель де Монтень).

Увага!

Офіційні мови ООН: англійська, китайська, арабська, іспанська, французька, російська

Завдання 46. Прочитайте текст. Проаналізуйте суть вислову “Мова є універсальним і невід’ємним елементом розуму”.

Греки – перший народ, що досконало дослідив людське мислення та його логіку, – визнали мову універсальним і невід’ємним елементом розуму. Вони вважали, що оскільки мова властива всім представникам людського роду, то в руках освіченої людини мова стає мірою порівняння, зіставлення ідей, досвіду, реальності. Вони не сумнівалися в тому, що будь-яку думку легко перекласти з однієї мови на іншу. Але ж це правильно лише частково! Справді, шведські вислови просто перекладаються англійською, а ось у випадку фінська – англійська це зробити складніше.

Якщо англійська, французька, німецька, українська та інші індоєвропейські мови ще якось зіставляються, то знайти відповідність між китайською, індонезійською, фінською та японською важко.

Іспанці та італійці розглядають свою мову як інструмент красномовства. Намагаючись донести свої ідеї повністю, вони перебирають велику кількість слів, допомагаючи собі пальцями,

руками та мімікою, максимально використовують тембр голосу та інтонацію. ...Іспанці вживають багато пестливих та зменшених форм, як і італійці. Це дає змогу їм говорити гаряче й відверто, демонструючи свою широку натуру і доброту.

Німці ж покладаються на логіку, але намагаються зібрати якомога більше доказів та ретельно опрацювати свої аргументи. Німецька мова в діловій атмосфері позбавлена гумору. Мала кількість омонімів, прозора словотвірна система придатні для висловлення чітких вказівок.

Скандинави довго обдумують ситуацію, складають список усіх “за” і “проти”, перш ніж зроблять висновки.

Англійська мова жвава, рухлива, має здатність адаптуватися. Основна риса розмови – сарказм.

Японці використовують мову інакше. Для них мова – засіб комунікації, але самі слова та речення не передають суті сказаного. Те, що японці хочуть сказати, позначається манерою спілкування, ставленням до співбесідника...

...Отже, ми стикаємося з багатоманітністю культур, специфіка мови яких обумовлена не лише граматичною будовою, словником і синтаксисом, але й способами впливу на читача (з кн.).

Увага!

Що далі в ліс, то більше дров.

“Чим далі в ліс, тим більше дров” – неправильно!

Завдання 47. Стисло з’ясуйте, яке значення мають невербальні засоби мови на телебаченні.

Невербальні засоби спілкування

Найуніверсальнішим і найефективнішим засобом інформаційного зв’язку між людьми є словесне (вербальне) мовлення. Проте спілкування відбувається не завжди і не тільки за допомогою слів, поєднаних у висловлювання. Люди використовують для комунікативного зв’язку цілу низку

невербальних засобів. Це передусім **соматичні** знаки: погляди, міміка, пози, рухи тіла тощо. Це також системи штучних знаків, створених людством на шляху його поступу, наприклад, транспортна сигналізація, символи різних наук (математики, географії та ін.), знаки спортивного суддівства.

...Як зазначають дослідники, вираз обличчя, поза, жести і т. д., коли йдеться про сприйняття співрозмовника як особистості, набагато ефективніші, ніж його словесне мовлення. Тому “мова тіла” має гармоніювати з вербальним мовленням, доповнюючи й підсилюючи його, а не створювати т. зв. інформаційний шум, який заважає сприйняттю.

Кожен мовець повинен виробити в собі звичку свідомо аналізувати цю “мову”, довести її використання до автоматизму. Американський автор Алан Піз рекомендує виділяти на це щодня бодай 15 хвилин. Тоді не буде проблем із тим, де подіти руки, як стояти під час розмови з різними категоріями людей, як сидіти, який вибрати вираз обличчя тощо. Водночас мовець умітиме “читати” цю мову в поведінці своїх комунікативних партнерів.

Мова тіла здебільшого не усвідомлюється, тому мовцеві в невербальних реакціях важче прикидатись і фальшивити, ніж у словесному мовленні. Ця ж мова може збуджувати довіру співрозмовника, захочувати його до спілкування, до відкритості й відвертості. За даними американських учених – фахівців у галузі спілкування, приблизно 55 % інформації ми отримуємо від невербальних знаків, які супроводжують мовленнєвий контакт (міміка, жести), 38 % дають нам голос, висота тону, тембр і тільки 7 % – зміст сказаного. Хоча, на нашу думку, ці дані потребують уточнення стосовно того, про що йдеться у мовленні та в якому стилі воно провадиться (одна річ з’ясувати у розмовному стилі стосунки з сусідами, інша – говорити в науковому стилі про досягнення астрофізики), все ж іноді адресат чує у мовленні одне, а відчуває – у виразі обличчя, поглядах, рухах тіла – щось цілком інше. Внаслідок цього – довіру до адресанта може виявитися підірваним, на

що той, звичайно, не сподівався. У таких випадках адресатові доцільно ввічливо, з м'якими інтонаціями й ширістю в голосі сказати партнерові про збентеженість, спричинену невідповідністю між його словами і тоном, виразом обличчя тощо. Для цього можуть придатися фрази: *Мені здається, що...; Можливо, це тільки моє помилкове (суб'єктивне) враження, але...; Ви чимось занепокоєні (стурбовані; розгнівані), хоча переконуєте у протилежному...; Чи не могли б ми з'ясувати, що Вас непокоїть, і докладніше розглянути справу?* Такий підхід виявиться корисним і для адресата, і для адресанта (Я. Радевич-Винницький).

Завдання 48. Ознайомтеся з коротким нарисом українського емігранта, публіциста, мовознавця, дипломата УНР Євгена Онацького. Які тези найбільше характерні для сучасного журналіста?

Ввічливість

Справжня – не тільки формальна – ввічливість – це ласкавість серця, це уважність до ближнього, що походить із доброзичливості, із глибокого почуття людської солідарності, що засвідчує певний духовий розвиток людини, бо, як зазначає німецький філософ Кайзерлінг, “людина не може бути досконалою внутрішньо, якщо зовнішньо поводить себе недосконало...”

Вдача – психічна риса людини, її здатності й нахили, з якими вона народжується на світ Божий: “Таку вже йому вдачу Бог дав!” Нема людини, яка б не мала якоїсь вдачі – веселої чи сумної, лагідної чи сварливої, завзятої чи поганої, залежно від того, котра з тих природних прикмет у людині переважає.

Але, щоб бути дійсно людиною, гідною цього слова, не вистачає мати вдачу, треба мати ще й характер, який треба в собі виплекати впертою працею над тими прикметами, що їх нам Бог дав. Багато людей над тим не думає, і проходять вони свій життєвий шлях безхарактерними людьми, себто людьми

без виробленої особистості, без твердих моральних принципів, віддані напризволяще своїх вроджених, неопанованих інстинктів. Вислів “Таку вже йому Бог вдачу дав!” нікого виправдати не може, бо, як засвідчує притча про таланти, Бог не на те дає, щоб той Божий дар залишився без ужитку, а на те, щоб його розвивати та вдосконалювати... (Євген Онацький).

Увага!

Українські відповідники до фразеологізмів з російської мови:

На колір і смак – товариш не всяк!

Кому – піп, кому – попада, а кому – попова донька!

Рос.: На вкус и цвет товарища нет! О вкусах не спорят!

Завдання 49. Поясніть, що таке праксичні почуття й чому вони є важливими в ЗМІ.

Вищі почуття

В емоційній сфері людини особливе місце посідають вищі почуття. Вони є відображенням переживань, ставлення до явищ соціальної дійсності. За змістом вищі почуття поділяють на моральні, естетичні, праксичні та інтелектуальні. Рівень духовного розвитку людини оцінюють за тим, якою мірою їй властиві ці почуття. У вищих почуттях яскраво виявляються їх інтелектуальні, емоційні та вольові компоненти.

Моральні почуття – це почуття, в яких виявляється стійке ставлення людини до суспільних подій, до інших людей, до самої себе.

Естетичні почуття – це відчуття краси в явищах природи, у праці, у гармонії барв, звуків, рухів і форм. Не тільки в мисленні, але й у почуттях людина утверджує себе у предметному світі.

Праксичні почуття – це переживання людиною свого ставлення до діяльності. Це виявляється в захопленні, у задоволенні діяльністю, творчому підході, радості від успіхів або у незадоволенні, байдужому ставленні до діяльності.

Інтелектуальні почуття є емоційним відгуком на ставлення особистості до пізнавальної дійсності в широкому її розумінні. Ці почуття виявляються в допитливості, відчутті нового, здивуванні, впевненості або сумніві (С. Максименко).

Увага!
Пишімо з великої літери
День Матері! День Учителя! День Ангела!

Завдання 50. Прочитайте текст. Чому важливою є історична пам'ять у кожного народу?

Легенда про манкурта

У глибині Азійського материка розкинулись великі пустельні простори – Сари-Озеки, Серединні землі жовтих степів. У давні часи по цьому безмежному степовому роздоллі кочували недоброї пам'яті жуаньжуани – ці жорстокі пришельці надовго захопили сарозекську округу. Вони особливо жорстоко поводитись з полоненими. Іноді жуаньжуани продавали бранців в інші краї – і це вважалося щастям, бо проданий раб мав надію рано чи пізно втекти на батьківщину. Жахлива доля випадала тим, кого жуаньжуани залишали в рабстві в себе. Вони знищували пам'ять раба страхітливою тортурою – надіванням на голову жертви ширі.

Зазвичай це були юнаки, захоплені в боях. Спочатку їм ретельно голили голови, вискоблюючи кожну волосинку під корінь. Тимчасом досвідчені забійники укохкували матерого верблюда, свіжували шкуру, передусім відділяючи найважчу і найщільнішу вийну частину. Поділивши вию на шматки, нап'ялювали її свіжою на бриті голови – вона відразу цупко обліплювала череп. Це і називалося надіти ширі.

Ті, хто був підданий такій процедурі, або помирав, не витримавши тортур, або на все життя позбувався пам'яті, ставав манкуртом – рабом, який не пам'ятав свого минулого.

Після надівання ширі кожного приреченого заковували дерев'яною шийною колодою так, щоб нещасний не міг торкнутися головою землі, і відвозили у найбезлюдніші місця, щоб не доносились їхні нестямні крики. І кидали їх у відкритому полі на кілька діб зі зв'язаними руками і ногами, на осонні, без води і їди. Від нелюдських мук і болю, що завдавало ширі, скорочуючись від сонця і залізним обручем стискаючи череп, від спеки, спраги і голоду нещасні навіки втрачали пам'ять. І якщо потім доходили до близьких чутки, що жуаньжуани перетворили когось із родичів на манкурта, то навіть найрідніші люди не старались викупити чи порятувати його – це означало повернути собі опудало колишньої людини.

Із п'яти-шести нещасних виживало від сили двоє, їх звільняли від оков, відпоювали, відгодовували і ставили на ноги. Раб, позбавлений пам'яті, вартий десяти звичайних. Було навіть правило: у випадку вбивства манкурта в міжусібних чварах, викуп за таку шкоду встановлювався втричі вищим, ніж за життя вільного одноплемінця.

Манкурт не знав, хто він, якого роду-племені, не відав свого імені, не пам'ятав дитинства, батька-матері – словом, манкурт не усвідомлював себе людською істотою. Він не міг навіть думати про втечу, не міг протестувати, бунтувати, не відав жодних пристрастей, як собака, визнавав тільки своїх господарів – з іншими навіть не спілкувався.

Одна мати розшукала свого сина, перетвореного на манкурта, і вжахнулась. Матір він не впізнав.

– Як тебе звати? – запитала.

– Манкурт, – відповів.

– А як звали батька твого? Звідки ти родом? Де народився? Він нічого не пам'ятав і нічого не знав.

– Що вони зробили з тобою? – горю матері не було меж.

Мати не відмовилась від сина-манкурта, умовляла його піти з нею.

Господар, побачивши відвідувачку біля свого манкурта-пастуха, намагався наздогнати матір і вбити, але не зміг. Він

залишив манкурту лук зі стрілами, давши зрозуміти, що треба робити. Коли мати знову повернулася до сина, щоб врятувати його хоч такого, рука сина не здригнулася – мати впала пронизана стрілою в саме серце.

Ось яких манкуртів робили з людей жуаньжуани.

Після виходу в світ роману Чінгіза Айтматова “Буранний полустанок”, в якому наведена ця легенда, слово манкурт стало називним – це людина, яка втратила пам’ять, а з нею – людську подобу, яка може холоднокрівно вбити навіть рідну матір, бо ні родинне почуття, ні людське “Я” манкурту не властиві, їх він втратив разом з пам’яттю... (за Чінгізом Айтматовим).

Транслітерація українського алфавіту латиницею

Український алфавіт	Латиниця	Позиція у слові
Аа	Aa	
Бб	Bb	
Вв	Vv	
Гг	Hh	
Ґґ	Gg	
Дд	Dd	
Ее	Ee	
Єє	Ye ie	на початку слова в інших позиціях
Жж	Zh zh	
Зз	Zz	
Ии	Yu	
Іі	Ii	
Її	Yi i	на початку слова в інших позиціях
Йй	Y i	на початку слова в інших позиціях
Кк	Kk	
Лл	Ll	
Мм	Mm	

Український алфавіт	Латиниця	Позиція у слові
Нн	Nn	
Оо	Oo	
Пп	Pp	
Рр	Rr	
Сс	Ss	
Тт	Tt	
Уу	Uu	
Фф	Ff	
Хх	Kh kh	
Цц	Ts ts	
Чч	Ch ch	
Шш	Sh sh	
Щщ	Shch shch	
Юю	Yu iu	на початку слова в інших позиціях
Яя	Ya ia	на початку слова в інших позиціях

М’який знак та апостроф латиницею не передаються.

„УКРАЇНСЬКА МОВА В ЗМІ”

ТЕСТ № 1

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ГромадЯнин. 2. ГромадянИн. 3. ВирАзний. 4. ВИразний. 5. ЕкспЕртний. 6. ВИмога.
7. КИдати. 8. КидАти. 9. СЕРдити. 10. СердИти. 11. ВимОва. 12. ВИмова. 13. ФаховИЙ.
14. ФАховий.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3, 6, 7, 9, 11, 14; 3) 2, 4, 5, 8, 10, 12, 13;
- 2) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13; 4) 2, 4, 6, 8, 9, 11, 14.

2. (...)

Котрі числівники правильно поєднані з іменниками?

1. Вони заплатили 2834 гривень і 30 копійок. 2. Вони збільшили свій прибуток у два з половиною рази.
3. Факультетові подарували 123 комп'ютери. 4. Три очки здобула команда в останньому матчі.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 3, 4; 3) 3; 4) 2, 4.

3. (...)

Виберіть правильну форму словосполучення.

1. У перших числах грудня. 2. На початку грудня.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 1, 2.

4. (...)

У котрих роках видано “Словарь української мови” за редакцією Бориса Грінченка?

Варіанти відповідей: 1) 1907–1909; 2) 1905–1910; 3) 1907–1910.

5. (...)

У реченні “Це становить близько п’ятидесяти відсотки, а тому має зворотній ефект” є помилка в уживанні...

1. Іменників. 2. Прикметників. 3. Числівників. 4. Прийменників.

Варіанти відповідей: 1) 1, 3; 2) 1, 2, 3; 3) 3, 4; 4) 2, 3.

6. (...)

Як правильно: на ФЕЙСБУЦІ чи на ФЕЙСБУКУ?

Варіанти відповідей:

1. На ФЕЙСБУЦІ. 2. На ФЕЙСБУКУ. 3. Обидва варіанти правильні.

7. (...)

Що означає комунікативна функція мови?

Варіанти відповідей:

1) спілкування; 2) усна або письмова розмова двох осіб; 3) текст, адресований наступним поколінням; 4) обмін інформацією; 5) усі варіанти правильні.

8. (...)

Виберіть правильні форми звертання:

1. Пане Декане! 2. Пане Декан! 3. Пане Президенте! 4. Пане Президент.

Варіанти відповідей:

1) 1; 2) 2; 3) 1, 3; 4) 2, 4.

9. Напишіть правильно слова:

відео/сюжет, мас/медіа, інтернет/видання, експрес/новини, прес/конференція, інтерв'ю, теле/реклама, суспільно/політичний, медіа/жанр, прайм/тайм, різдв'яний, до/побачення, мікро/автобус, будь/ласка, топ/модель, супер/хіт, кіно/репортаж, авіа/рейс, авіа/десант, кор...спондент, ультра/звуковий, пара/медик, західно/український, латино/американський, Євро/союз, євро/віза, фото/репортаж.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Якщо не знаєш куди пливеш то жоден вітер не є попутний (Сенека). Є три способи відповідати на запитання сказати потрібне відповідати привітно наговорити зайвого (Плутарх). Ніколи не бійся робити те чого не вмієш. Пам'ятай ковчег збудував аматор професіонали "Титанік" (Д. Баррі). Мовлення ріка а мова її джерело (Г. Сковорода). Демократія створює нездоланні перешкоди для тих хто до неї серйозно ставиться і розв'язує руки тим хто її ненавидить (В. Гавел). У політиці як і в релігії успіх належить тим хто вірить і ніколи скептикам (Є. Онацький). Щасливою буде держава якщо мудрі ті що керують нею або ті що керують мудрі (Платон). Бути людиною це відчувати свою відповідальність (А. Сент-Екзюпері). Журналіст людина яка має талант щодня заповнювати порожнечу (Дж. Вест). Лінощі це звичка відпочивати раніше ніж людина втомиться (Ж. Ренар).

ТЕСТ № 2

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ТекстОВИЙ. 2. ТЕкстовий. 3. ВимОга. 4. ВИмога. 5. ПАСквіль. 6. ПасквІль. 7. ЕйфорІя.
8. ЕйфОрія. 9. ГромАдський. 10. ГромадськИЙ. 11. ЕкспЕртний. 12. ВіршІ.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 4, 6, 7, 11, 12; 3) 1, 3, 5, 7, 9 11;
- 2) 2, 4, 6, 8, 12; 4) 2, 3, 5, 8, 10.

2. (...)

Виберіть правильну форму звертання:

1. Соломіє Іванівно! 2. Пане Депутате! 3. Ольга Петрівна! 4. Пане Міністр!

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2; 2) 3, 4; 3) 1, 2, 3, 4.

3. (...)

У котрих словосполученнях не порушено норм культури української мови?

1. Прийнято Верховною Радою. 2. Верховна Рада ухвалила. 3. Наукова ступінь. 4. Науковий ступінь.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3; 2) 2, 4; 3) 1, 2, 3, 4; 4) 1, 4.

4. (...)

Який словник уклав український мовознавець, лексикограф, етнограф Каленик Шейковський (1835–1903)?

1. “Опытъ южнорусскаго словаря”. 2. “Словарь української мови”. 3. “Словниця української мови”.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3.

5. (...)

Вислів *круглий стіл* деякі журналісти беруть у лапки, а деякі – ні. Як правильно?

Варіанти відповідей:

1. “Круглий стіл”. 2. Круглий стіл.

6. (...)

У реченні “До Верховної Ради України обрано чотириста п’ятдесят депутатів; з них – 420 чоловіків і 30 жінок” є помилка у вживанні...

1. Іменників. 2. Числівників. 3. Прикметників.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 1, 2.

7. (...)

Як правильно: ТІТУШОК чи ТІТУШКІВ?

Варіанти відповідей:

1. Тітушків 2. Тітушок. 3. Обидва варіанти правильні.

8. (...)

Як правильно сказати: НАПРИКЛАД, СКАЖІМО, ПРИМІРОМ, ДЛЯ ПРИКЛАДУ?

Варіанти відповідей:

1. Наприклад. 2. До прикладу. 3. Приміром. 4. Усі варіанти правильні.

9. Напишіть замість крапок *e* або *и, і*.

Д...станційне навчання, кор...спондент, пр...зентація, тол...рантний, рейт...нг, р...кламувати, акр...д...тація, д...партамент, ел...кторат, інт...лектуальна власність, р...гуляторна політика, р...торика, розс...кретити, інт...грація, екс-пр...зидент, р...пр...зентувати, пр...м’єра, д...скред...тація, р...ферендум, р...ванш, д...лер, барт...р, д...сплей, тр...лер, мен...джмент, скан...р.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Українській журналістиці в нових умовах має бути властива конструктивна творча позиція. На жаль це ще досі залишається побажанням. У деяких же виданнях майстерність журналіста спрямована на те щоб когось “шпигонуту” під ребро. Та ще й якомога дошкульніше. Деяким журналістам переважно деструктивних видань дуже підходить псевдонім “бакс” або “гривня” бо він відображає їхню суть. Вони сприйняли ринкові умови як тло на якому можна дозволити собі за великі гроші поступитися чесністю й об’єктивністю (А. Москаленко). Очі читача суворіші ніж вуха слухача (Вольтер). Минуле пов’язане з сучасним органічно і нема в сучасному нічого що не мало б свого коріння в минулому (П. Куліш). Хто вивчав науки і не використовував їх той подібний на того хто орав але не сів (Сааді). Чоловік і жінка це ті дві ноти без яких струни людської душі не дають правильного і повного акорду (Дж. Мадзіні). Мудрий той хто знає не все а потрібне (Есхіл).

ТЕСТ № 3

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ЧеремОш. 2. ЧерЕмош. 3. ПриЯтель. 4. ПриЯтель. 5. ВирАзно. 6. ВИразно. 7. РізнОвид. 8. СередИна. 9. МерЕжа. 10. МережА. 11. РозкажУ. 12. РозкАжу.

Варіанти відповідей:

1) 2, 3, 6, 7; 2) 1, 3, 5, 7, 9, 11; 3) 1, 4, 5, 8, 10, 12; 4) 1, 2, 3, 5, 7, 12.

2. (...)

У котрих реченнях допущені помилки?

1. На конференції виступило біля сорока науковців. 2. На конференції виступило біля сорока науковців. 3. На конференції виступило близько сорока науковців. 4. На конференції виступило близько сорока науковців.

Варіанти відповідей:

1) 1, 2; 2) 1, 2, 3; 3) 1, 3, 4; 4) 1, 3.

3. (...)

Як називається наука про культуру мови?

Варіанти відповідей:

1. Семасіологія. 2. Лексикологія. 3. Ортологія. 4. Етимологія.

4. (...)

Як правильно – мати рацію чи бути правим?

Маєш рацію. 2. Ти правий. 3. Ваша правда. 4. Маєте рацію.

Варіанти відповідей:

1) 1, 4; 2) 2; 3) 1, 3, 4; 4) 1, 2, 3, 4.

5. (...)

Як правильно: студентка нервувалася перед іспитом чи студентка нервувала перед іспитом?

Варіанти відповідей:

1. Студентка нервувалася перед іспитом. 2. Студентка нервувала перед іспитом.

6. (...)

У реченні “*На майдан Незалежності приїхало біля восьмидесяти тисяч українських студентів*” є помилка в уживанні...

1. Іменників. 2. Прикметників. 3. Числівників. 4. Прийменників.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 3; 3) 3, 4; 4) 4.

7. (...)

Виберіть правильні форми звертання:

1. Пане Кравчук! 2. Пане Приходьку! 3. Любий Друже! 4. Товаришу Віталію!

Варіанти відповідей: 1) 1, 3, 4; 2) 2, 3, 4; 3) 1, 2, 3, 4;

8. (...)

Близьке зарубіжжя чи ближнє зарубіжжя?

Варіанти відповідей:

1. Близьке зарубіжжя. 2. Ближнє зарубіжжя.

9. Напишіть правильно слова:

дрон/відео, теле/програма, аудіо/новини, мульти/медіальний, східно/український, без/ініціативний, під/юджувати, під/їжджати, від/їхати, відв/язати, веб/журналістика, інтер/факс, фільмо/тека, день/у/день, мікро/автобус, південно/український, польсько/німецький, політично/активний, аграрно/промисловий, авіа/десант, матеріально/відповідальний, авто/катастрофа, спец/загін, теле/нарис, інформ/агентство.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Розум багатіє від того що він отримує. Серце від того що віддає (В. Гюго). Мудрого не одурити чесного не купити мужнього не зламати (Р. Шухевич). Найвища насолода зробити те що на думку інших ви зробити не можете (В. Беджот). Як про духовну зрілість окремої особи так і про зрілість всього народу судять насамперед з культури його літературної мови (І. Огієнко). Алмаз запишався б якби поет порівняв його з людським серцем (Г. Гейне). Де думка там і могутність (В. Гюго). Будьте уважні до своїх думок вони початок поступків (Лао-Цзи). Той ніколи не самотній кого супроводжують благородні думки (Ф. Сідні). Мудрість є не що інше як наука про щастя (Д. Дідро). Знання величаються а любов будує (Апостол Павло). Найбільша розкіш на світі це розкіш людського спілкування (А. Сент-Екзюпері).

ТЕСТ № 4

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ЄвАнгеліє. 2. ЄвангЕліє. 3. НенАвисть. 4. НЕнависть. 5. ПізнАння. 6. ПізнанняЯ.
7. ЗавдАння. 8. ЗавданняЯ. 9. ЖалюзІ. 10. ЖАлюзі. 11. ВеснЯний. 12. ВеснянИЙ.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 4, 6, 7, 9, 12; 3) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 12;
- 2) 2, 3, 6, 8, 10, 11; 4) 2, 4, 5, 8, 11.

2. (...)

Котрі числівники правильно поєднані з іменниками?

1. На рекламу витрачено 124 гривень і 54 копійок. 2. До законопроекту депутати внесли 1343 поправок. 3. Команда здобула 4 очки. 4. На лекції присутні 142 студенти.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 3, 4; 3) 3; 4) 2, 4.

3. (...)

Виберіть синоніми до слова *мінорний*.

1. Бадьорий. 2. Радісний. 3. Меланхолійний. 4. Сумний. 5. Смутний.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2; 2) 4, 5; 3) 3, 4; 4) 3, 4, 5.

4. (...)

У реченні “*Наші погляди співпадають, а тому протиріч завтра не буде*” є помилка в уживанні...

1. Іменників. 2. Прикметників. 3. Числівників. 4. Дієслів. 5. Прийменників.

Варіанти відповідей: 1) 1, 4; 2) 1; 3) 4.

5. (...)

Як правильно ставити наголос – *сьогодні в нас у гостЯх* чи *сьогодні в нас у гОстях*?

Варіанти відповідей:

1. Сьогодні в нас у гостЯх. 2. Сьогодні в нас у гОстях. 3. Обидва варіанти правильні.

6. (...)

У котрому році видано циркуляр міністра внутрішніх справ Російської імперії П. Валуєва про заборону друкувати підручники українською мовою?

Варіанти відповідей:

1) 1847; 2) 1863; 3) 1876; 4) 1894.

7. (...)

У котрих реченнях немає помилок?

1. Розглянемо слідуючі питання. 2. Ми виходимо на слідуючій зупинці. 3. Поїзд прямує до зупинки Трускавець. 4. Наступна зупинка – Університет.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 3, 4; 3) 2, 3; 4) 2, 3, 4.

8. (...)

У реченні “У Львові біля пам’ятника Шевченка зібрався багаточисельний мітинг” допущена помилка в уживанні..

1. Іменників. 2. Прикметників. 3. Прийменників.

Варіанти відповідей:

1) 1; 2) 2; 3) 1, 2; 4) 1, 3.

9. Напишіть правильно подані слова:

суспільно/небезпечний, медіа/тітушки, кілька/мільйонний, інтер/бачення, радіо/компанія, контр/пропаганда, кримсько/татарський, євро/атлантичний, поки/що, з/поміж, у/вічі, по/над, як/треба, що/дня, транс/європейський, с/під/лоба, північно/американський, мікро/автобус, псевдо/інтелігентність, соціально/активний, військово/стратегічний, пів/Європи.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Журналіст-професіонал добре знає що преса має формувати громадську думку конкретними фактами об’єктивною й чесною інформацією з яких читач зможе краще побачити й оцінити дійсність. При цьому вона повинна бути в потенційній конструктивній опозиції до влади щоб помилки й перекоси останньої не залишались непоміченими. Але це не означає що незалежні засоби масової інформації мають концентрувати увагу лише на негативному нагнітаючи підозрілість і невпевненість вдаючись до необґрунтованої критики грубої полеміки (А. Москаленко). Якщо ви хочете подолати страх знайомлячись з іншими людьми то треба по-перше постійно цікавитися людьми і по-друге використовувати кожную нагоду для спілкування (І. Томан).

ТЕСТ № 5

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ЦЕНтнер. 2. ЦентнЕР. 3. ПартЕР. 4. ПАРтер. 5. ЧотирнАдцять. 6. ЧотИрнадцять.
7. ЗапитАння. 8. ЗапИтання. 9. ЗустрІчний 10. ЗУстрічний. 11. ВидАння. 12. АБИЯк.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 12; 2) 2, 4, 5, 8, 10, 12; 3) 2, 3, 6, 7, 10, 12; 4) 1, 3, 6, 8, 9, 11.

2. (...)

Культура мови – це...

1. Досконале володіння літературною мовою. 2. Багатий словник власного мовлення.
3. Мовна культура особистості. 4. Наука про граматичні норми та принципи їх практичного засвоєння.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 3, 4; 3) 1, 4; 4) 1, 2, 3, 4.

3. (...)

Виберіть правильні форми звертання:

1. Пані Олено! 2. Іван Андрійович! 3. Михайле Юрійовичу! 4. Товаришу Кобзаренку!

Варіанти відповідей: 1) 1, 3; 2) 1, 3, 4; 3) 1, 2.

4. (...)

Як правильно: “У конференції беруть участь понад двісті осіб чи чоловік?”

Варіанти відповідей: 1. Осіб. 2. Чоловік.

5. (...)

Котрі слова написані з помилками?

1. Прес-клуб. 2. Природньо. 3. Військово-зобов’язаний. 4. Відеосюжет.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2; 2) 1, 3; 3) 1, 2, 3; 4) 3, 4.

6. (...)

Як правильно?

1. Отримав освіту. 2. Одержав освіту. 3. Дістав освіту. 4. Здобув освіту.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 4.

7. (...)

Що означають прикметники: *непересічний* – *пересічний*?

Варіанти відповідей:

1) Непересічний – винятковий, особливий, самобутній, неординарний. 2) Пересічний – який не перевищує середнього рівня; не гарний і не поганий; посередній. 3) Пересічний – винятковий, особливий, самобутній, неординарний. 4) Непересічний – який не перевищує середнього рівня.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 1, 3; 3) 3, 4.

8. (...)

Як правильно: *суперечності* чи *протиріччя*?

Варіанти відповідей:

1. Суперечності. 2. Протиріччя. 3. Обидва варіанти правильні.

9. Напишіть правильно слова:

інтер/фейс, теле/бос, спорт/клуб, західно/європейський, тільки/що, анти/терористична операція, екзит/пол, псевдо/вчений, кіно/хроніка, теле/програма, ні/до/кого, мульти/лок, теле/проект, пліч/о/пліч, імідж/мейкер, давньо/слов'янський, пів/яблука, теле/новини, абсолютно/сприятливий, інтернет/провайдер, мульти/медіа, прайс/лист.

10. Поставте розділові знаки в реченнях.

Слово *санскрит* означає “досконало оброблений” “відшліфований” “культурний”. Ця мова вважається священною бо нею користуються жерці для спілкування з богами нею написані релігійні тексти (С. Наливайко). Петро Франко постать не одновимірною сьогодні поволі виходить із того аж ніяк не людського забуття бо в пам'яті львів'ян він залишився не просто сином великого письменника а й історичною особою (З. Франко). Нічого не робити й не існувати для людини одне й те саме (Вольтер). Інтелектуальність це постійна практика мислення (І. Томан). Людину яка за одним кутом квадрата не здатна уявити собі три інших не варто навчати (Конфуцій). Є заповідь прощати ворогам нашим. Але нема заповіді прощати нашим друзям (К. Медічі). Якщо в мене яблуко й у тебе яблуко і ми обмінємося то в нас буде по одному яблуку а якщо в мене ідея й у тебе ідея і ми обмінємося то в нас уже буде по дві ідеї (Б. Шоу).

ТЕСТ № 6

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова з правильним наголосом.

1. ВидАння. 2. ВиданнЯ. 3. МерЕжа. 4. МережА. 5. ПриЯтель. 6. ПриЯтель. 7. БеремО.
8. БерЕмо. 9. ГостЕй. 10. ГОстей. 11. ГуртОжиток. 12. ЖивОпис.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3, 5, 7, 9, 10, 11, 12; 2) 2, 4, 6, 8, 11, 12; 3) 1, 4, 5, 8, 9, 12.

2. (...)

Виберіть іменники чоловічого роду.

1. Шампунь. 2. Біль. 3. Розкіш. 4. Нежить. 5. Путь. 6. Фальш. 7. Аташе. 8. Протеже. 9. Велич.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2, 3, 7, 8, 9; 2) 1, 2, 4, 6, 7, 8; 3) 1, 3, 4, 7; 4) 1, 2, 5, 6, 7, 8.

3. (...)

Культура мови утверджує норми. Виберіть, які саме.

1. *Лексичні* (розрізнення значень і семантичних відтінків слів). 2. *Граматичні* (вибір правильного закінчення, синтаксичної форми). 3. *Стилістичні* (доцільне використання мовно-виражальних засобів у відповідній ситуації спілкування). 4. *Орфоенічні* (вимова).
5. *Орфографічні* (правильне написання слів).

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2; 2) 3, 4, 5; 3) 1, 4, 5; 4) 1, 2, 3, 4, 5.

4. (...)

У котрому реченні є помилка?

Варіанти відповідей:

1. Вибори відбулися на Україні. 2. Вибори відбулися в Україні.

5. (...)

Як правильно українською мовою дрель чи дриль?

1. Дрель. 2. Дриль. 3. Обидва варіанти правильні.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3.

6. (...)

Як правильно: АТО чи АТеО?

Варіанти відповідей:

1. АТО. 2. АТеО. 3. Обидва варіанти правильні.

7. (...)

День європейських мов відзначають...

Варіанти відповідей:

1) 25 вересня; 2) 26 вересня; 3) 9 листопада; 4) 21 лютого.

8. (...)

Котрі слова написано правильно?

1. Вінничина. 2. Інформагенство. 3. День Незалежності України. 4. Революція Гідності.

Варіанти відповідей:

1) 1, 2, 3, 4; 2) 1, 3, 4; 3) 3, 4; 4) 2, 3.

9. Напишіть правильно слова:

військово/стратегічний, онлайн/платформа, веб/сайт, суспільно/політичний, сіро/голубий, північно/західний, під/час, до/побачення, на/добраніч, будь/ласка, Різдв...яні Св...ята, авто/клуб, східно/слов'янський, експрес/новини, штаб/квартира, високо/авторитетний, в/міру, чечено/дагестанський, воїн/герой, загально/освітній, мовно/літературний.

10. Поставте розділові знаки в реченнях.

Я знаю що нічого не знаю але багато хто не знає і цього (Сократ). Якщо ви сказали не подумавши значить ви сказали те що думаєте (Б. Шоу). Освічена людина та котра знає де знайти те чого вона не знає (Г. Зіммель, нім. філософ). Крокуй спокійно серед гамору та поспіху пам'ятай який мир може бути у тиші. Наскільки це можливо не зрікаючись себе зберігай добрі стосунки з людьми (з газ.). Мені відомий один секрет як уберегти людей від падіння а саме треба закрити своє серце для слабкості (Ф. Шиллер). Світ поганий поганий жахливо поганий. І лише серце друга та спокуті сльози жінки можуть врятувати його від прокляття (Р. Вагнер). Окраса глибоких думок ясність! (Л. Вовенарг). Навчаючи ми самі вчимося! (Сенека). Бери вершину матимеш середину! (Г. Сковорода). У жінки все серце навіть голова (Ж. Поль). Музика спонукає нас красномовно мислити! (Р. Емерсон). Щастя ніколи не ставить людину на таку висоту на якій би вона не мала потреби в друзях (Сенека).

ТЕСТ № 7

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ДовІдник. 2. ДовіднИк. 3. КаталОг. 4. КатАлог. 5. СерЕдина. 6. СередИна. 7. НенАвисть. 8. Енависть. 9. КропивА. 10. КропИва. 11. ВаловИЙ. 12. ЗавдАння.

Варіанти відповідей:

1) 2, 4, 6, 7; 2) 1, 3, 6, 8; 3) 1, 4, 5, 8; 4) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 12.

2. (...)

Яке значення має лексема *СОВОК*?

1. Жаргонна назва радянської людини. 2. Активіст Майдану. 3. Провокатор.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3.

3. (...)

Виберіть речення, в котрих немає помилок?

1. Нехай депутати розберуться з поправками до законопроекту. 2. Нехай депутати вивчать поправки до законопроекту. 3. Нехай депутати з'ясують поправки до законопроекту.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 2, 3; 3) 3.

4. (...)

У котрих реченнях немає помилок?

1. Найбільш дотепнішим був студент Ігор Морва. 2. Підписка на газети й журнали продовжена. 3. На засіданні Верховної Ради не було двадцяти трьох депутатів.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 2, 3.

5. (...)

Виберіть правильне тлумачення лексеми *ВИШИВАТНИКИ*.

1. Громадяни України, які вважають, що для патріотизму достатньо носити вишиту сорочку; не готові до реальних змін. 2. Прихильники відновлення Радянського Союзу. 3. Активні борці за євроінтеграцію.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3.

6. (...)

У котрих реченнях допущені помилки?

1. Скоріше всього на море не поїдемо. 2. На конференції виступило біля семидесяти науковців. 3. На лекції присутні приблизно шістдесят студентів. 4. На концерт прийшло близько восьмисот дівчат і хлопців.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 1, 2, 4; 3) 2, 3; 4) 3, 4.

7. (...)

Хто з українських президентів видав наказ про відзначення Дня української мови та писемності щорічно 9 листопада?

Варіанти відповідей:

1. Леонід Кравчук. 2. Леонід Кучма. 3. Віктор Ющенко. 4. Петро Порошенко.

8. (...)

Виберіть правильне значення слів *аудіо* та *відео* в латинській мові.

1. Слухати. 2. Дивитися. 3. Бачити. 4. Охоплювати. 5. Відправляти. 6. Фотографувати.

Варіанти відповідей:

1) 1, 2, 3, 4, 6; 2) 1, 2, 3; 3) 1, 4, 5, 6; 4) 1, 2, 3, 4, 5.

9. Напишіть правильно слова:

прес/служба, глибоко/стурбований, псевдо/культура, без/сумніву, до/речі, віч/на/віч, по/українськи, не/мовби/то, пів/години, далеко/східний, східно/український, експрес/огляд, теле/журналіст, радіо/передача, веб/сторінка, внутрішньо/політичний, авіа/полк, військово/морський, соціально/захищений, прес/центр, північно/кавказький, теле/нарис, мікро/автобус.

10. Поставте розділові знаки у реченнях.

Остап Вишня сказав про Тараса Шевченка так Досить було однієї людини щоб врятувати цілу націю (Д. Павличко). Якби можна окреслити одним словом стиль письма й природу художницького мислення Олесь Гончара назвати одним словом барвисті розмаїті й багатолюдні світи його романів і новел передати одним словом найважливішу рису позитивних (а це означає майже всіх) його персонажів то було б це слово чистота (Д. Павличко). ...Володимир Свідзинський для української поезії поет майже унікальний. Його вірші наскрізь асоціальні сповнені якоїсь таємничої внутрішньої самодостатності без будь-яких зовнішніх намірів (В. Стус). Не може не блудити нога твоя коли серце блудить (Г. Сковорода). Не всяка краса викликає любов іноді вона тішить око але не полонить серця (М. Сервантес). Завтрашній весело освітлений день плід учорашнього (Г. Сковорода).

ТЕСТ № 8

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ЧитАння. 2. ЗапИтання. 3. ГлядАч. 4. ГЛЯдач. 5. ВигнАння. 6. ВигнаннЯ. 7. НесемО.
8. НесЕмо. 9. КіломЕтр 10. КілОметр. 11. ПомОвчати. 12. ПізнАння.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3, 6, 8, 9; 2) 2, 4, 5, 7, 9; 3) 2, 3, 6, 7, 10; 4) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 12.

2. (...)

У котрих реченнях допущені помилки?

1. Це зроблено згідно ухвали Вченої Ради.
2. Найбільш здібнішим виявився студент Соловей Володя.
3. Більшу половину групи цікавили соціологічні опитування.
4. Нам треба співставити всі факти.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 1, 3, 4; 3) 2, 4; 4) 1, 2, 3, 4.

3. (...)

У реченні “До Львівського національного університету імені Івана Франка прибула делегація з Вінничини; найбільш представницькою була група студентів – п’ятдесят осіб” є помилка у вживанні...

1. Іменників.
2. Числівників.
3. Прикметників.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 1, 2.

4. (...)

Що означає слово відтак?

1. Потім.
2. Після того.
3. Отже.
4. Тому.
5. Тож.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2; 2) 3, 4, 5; 3) 4, 5; 4) 1, 2, 3, 4, 5.

5. (...)

Виберіть правильні форми словосполучень:

1. Добровольчі батальйони.
2. Добровільні батальйони.
3. Незаконні бандформування.
4. Незаконні збройні формування.

Варіанти відповідей: 1) 2, 3; 2) 2, 4; 3) 1, 3; 4) 1, 2, 3, 4.

6. (...)

Який наголос правильний – Великодні СвяТА чи Великодні СвЯта?

Варіанти відповідей: 1. Великодні СвяТА . 2. Великодні СвЯта.

7. (...)

Як правильно: за всіма правилами; по професії; по неухважності?

1. За всіма правилами. 2. По професії. 3. По неухважності.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 1, 2, 3.

8. (...)

Виберіть правильні варіанти звертань.

1. Пане Президент. 2. Пане Професоре. 3. Пане Городенку. 4. Іван Петрович. 5. Колего Савчак. 6. Пане Коваленко.

Варіанти відповідей: 1) 1, 5, 6; 2) 2, 3, 4; 3) 1, 3, 6; 4) 2, 5, 6.

9. Напишіть правильно слова:

радіо/ефір, прес/реліз, адмін/ресурс, який/небудь, казна/з/ким, темно/зелений, щоден...о, чим/раз, з/понад, як/би, загально/університетський, червоно/гарячий, пів/яблука, анти/терористичний, латино/американський, експрес/інформація, компакт/диск, відео/програма, веб/ресурс, теле/репортаж, західно/європейський, чітко/окреслений.

10. Поставте правильні розділові знаки в реченнях.

Уся спадщина Олександра Довженка кінорежисера і письменника незважаючи на особисту трагедію насильницької розлуки з Україною на неможливість справді вільно творити осяяна безмежною любов'ю до рідного народу вірою в його мудрість і силу (Н. Бернадська). Я на гору круту крем'яную буду камінь важкий підіймать і несучи вагу ту страшную буду пісню веселу співать (Леся Українка). Євген Маланюк досліджуючи концепцію генія торкається й питання пророцтва митця (Л. Куценко). Серце тоді насичується коли освічується (Г. Сковорода). Усе ким-небудь добре сказане я вважаю і своїм (Сенека). Коли помирає преса то на черзі демократія (П. Джонсон). Хто не любить клопоту той повинен навчитися просто й вбого жити (Г. Сковорода). Хто вміє добре говорити той легше вирішує свої проблеми (І. Томан).

ТЕСТ № 9

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ДіалОг. 2. ДіАлог. 3. ВіднестИ. 4. ВіднЕсти. 5. ЛітОпис. 6. ЛІтопис. 7. БАТЬківський.
8. БатькІвський. 9. КорИсний. 10. КатАлог. 11. ОтАман. 12. ЖалюзІ.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 3, 5, 7, 9, 11, 12; 2) 2, 4, 5, 8, 10; 3) 1, 4, 5, 8, 9; 4) 1, 3, 6, 7, 10.

2. (...)

Коли святкують Міжнародний день рідної мови, проголошений на XXX сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО, що відбулася 26 жовтня – 17 листопада 1999 року в Парижі?

1. 8 березня. 2. 19 січня. 3. 21 лютого. 4. 9 листопада. 5. 9 травня.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 4; 5) 5.

3. (...)

Виберіть офіційні мови ООН:

1. Англійська. 2. Німецька. 3. Іспанська. 4. Арабська. 5. Російська. 6. Китайська. 7. Французька. 8. Японська.

Варіанти відповідей:

- 1) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7; 2) 1, 3, 4, 5, 6, 7; 3) 1, 4, 5, 6, 7.

4. (...)

Що означає термін *медіум* у професійному спілкуванні журналістів?

1. Засіб масового комунікування. 2. Знавець своєї справи. 3. Кореспондент. 4. Нема такого терміна в ЗМК.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 4; 5) 1, 2, 3.

5. (...)

У котрих реченнях немає помилок?

1. Щороку 7 січня християнський світ відзначає Свято Різдва Христового за Григоріанським календарем. 2. Кожного року 7 січня християнський світ відзначає Свято Різдва Христового за Юліанським календарем. 3. Кожного року 25 грудня християнський світ відзначає Свято Різдва Христового за Григоріанським календарем. 4. Кожного року 25 грудня християнський світ відзначає Свято Різдва Христового за Юліанським календарем.

Варіанти відповідей: 1) 1, 4; 2) 2, 3.

6. (...)

У котрому реченні не порушено правил слововживання?

1. На іспиті викладач поставив конкретне запитання: як називається наука про культуру мови?
2. На іспиті викладач поставив конкретне питання: як називається наука про культуру мови?

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 1, 2;

7. (...)

Ксенофобія – це...

1. Страх або ненависть до іноземців.
2. Захоплення чужою культурою.
3. Страх до чужої культури.
4. Ненависть до певних груп, що вважаються шкідливими для суспільства.
5. Расизм.

Варіанти відповідей: 1) 1, 5; 2) 2; 3) 1, 2, 4; 4) 1, 3, 4.

8. (...)

Скільки приблизно мов є у світі?

1. Три тисячі мов.
2. Чотири тисячі мов.
3. Шість тисяч мов.
4. Десять тисяч мов.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 3; 4) 4.

9. Напишіть правильно слова:

екс/прем'єр, експрес/новини, теле/шоу, мульти/медіа, євро/ комісар, теле/єфір, транс/атлантичний, військово/повітряний, коли/б/то, Євро/союз, час/від/часу, або/ж, дарма/що, що/сили, ні/з/ким, аби/який, сільсько/господарський, до/ранку, кінно/спортивний, пост/правда, ніби/то, рік/у/рік, прямо/протилежний, загально/європейський, військово/стратегічний, радіо/газета, експрес/лабораторія.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Любов без поваги не може ні далеко зайти ні високо піднятися це однокрилий ангел (О. Дюма). Красива людина в праці. Нема для мене вагомішої краси ніж людина в праці (О. Довженко). І не шукав я взагалі ні щастя ні добра ні зла а тільки в тихому селі собі й поезії тепла (Т. Осьмачка). Різнить людей питання що в їхній діяльності первинне моральне задоволення чи матеріальний достаток. І вже з цього випливає одні люблять жити інші життя. Одні кажуть я дихаю то отже існую інші я даю людям користь отже живу. Але помирати не хочеться нікому з них. Ті сподіваються пожити а ті відчуті гордість від усвідомлення що потрібний людям. Третього нема (з кн.). Усяке слово за яким нема справ є чимось даремним і пустим (Демосфен).

ТЕСТ № 10

Відповідь на кожне завдання запишіть у дужках (...).

1. (...)

Виберіть слова та словоформи з правильним наголосом.

1. ЕкспЕртний. 2. У гостЯх. 3. ПрошУ (дієслово). 4. ПрОшу (вигук). 5. Вірші. 6. СередИна.
7. НовИЙ канал. 8. СтрИбнути. 9. ЧарівНИЙ. 10. ЗавданНЯ. 11. БюлетЕнь. 12. ШанобЛИвість.

Варіанти відповідей:

1) 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12; 2) 2, 4, 5, 8, 10; 3) 1, 4, 5, 8, 9, 12; 4) 1, 3, 6, 7, 10, 11.

2. (...)

Котрі речення написані без помилок?

1. Він завершив університет і щасливий повернувся на рідну Донеччину. 2. Здобути вищу освіту – мрія кожної молодої людини. 3. Вона мріяла завершити навчання в університеті і працювати тільки на телебаченні.

Варіанти відповідей: 1) 1, 2; 2) 2; 3) 2, 3; 4) 1, 2, 3.

3. (...)

Котрі слова написано правильно?

1. День Захисника України. 2. День Героїв Небесної Сотні. 3. Медіаринок. 4. День Збройних Сил України. 5. Міжнародна федерація журналістів. 6. Шенгенська угода. 7. Європейський Союз. 8. Вебкореспондент. 9. Репризентувати. 10. Іміграція. 11. День Українського Добровольця.

Варіанти відповідей:

1) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9; 2) 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10; 3) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11.

4. (...)

У котрому реченні немає помилок?

1. Він за фахом – журналіст. 2. Він за спеціальністю – штукатур. 3. Він за професією – будівельник.

Варіанти відповідей: 1) 1; 2) 2; 3) 1, 3; 4) 1, 2, 3.

5. (...)

Виберіть правильне тлумачення неологічної лексеми

ТУШКА.

Варіанти відповідей:

1. Куплений депутат Верховної Ради України. 2. Кулінар. 3. Активний парламентар.

6. (...)

Виберіть правильні форми відмінювання іменників.

1. Воєн. 2. Війн. 3. Полів. 4. Піль. 5. Сердець. 6. Серць. 7. Нежитем. 8. Нежиттю. 9. Статей. 10. Статтею.

Варіанти відповідей:

1) 1, 3, 5, 7, 9,10; 2) 2, 3, 6, 8, 9, 10; 3) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10.

7. (...)

Як правильно: У кінці XX – на поч. XXI століття чи століть.

Варіанти відповідей: 1. Століття. 2. Століть

8. (...)

Як правильно?

1. Два з половиною рази. 2. Два з половиною раза. 3. 2,5 рази. 4. 2,5 рази.

Варіанти відповідей: 1) 1, 4; 2) 2, 3; 3) 1, 3; 4) 2, 4.

9. Напишіть правильно слова:

медіа/ринок, військово/оборонний, теле/марафон, флеш/моб, спец/зв'язок, дев...яти/сотий, по/черзі, трьох/ярусний, три/томний, котрий/небудь, воєнно/стратегічний, північно/східний, від/їжджати, тільки/що, аби/який, на/добраніч, гостро/д..фіцитний, слово/в/слово, генерал/лейтенант, контр/удар, інтерв'ювання, концерт/мейстер, концертно/естрадний.

10. Поставте правильно розділові знаки в реченнях.

Найцінніше та найкраще в кожній людині це її індивідуальність її духовне обличчя зі всіма особливими прикметами. Що більше таких прикмет що характерніші та гармонійніші вони то багатша сильніша й симпатичніша індивідуальність людини... До таких прикмет що відповідають складові душі належить і мова. Багато людей над тим не думає і проходять вони свій життєвий шлях безхарактерними людьми себто людьми без виробленої особистості без твердих моральних принципів віддані напризволяще своїх вроджених неопанованих інстинктів (І. Франко). З плином часу ви зрозумієте що мова подібна до музичного інструменту на якому треба навчитися грати. Говоріть лише тоді коли у вас є що сказати. Природа дала людині один язик і два вуха для того щоб вона слухала інших удвічі більше ніж сама говорила (І. Томан). Критикувати значить пояснювати авторові що він робить не так як робив би я якби вмів (К. Чапек). Люди перестають думати коли перестають читати (Д. Дідро).

Розділ 5.

**МИСТЕЦТВО КРАСНОМОВСТВА.
НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**

Люди – як музичні інструменти:
їх звучання залежить від того, хто до них торкається.
Вергілій

Марк Туллій Цицерон
(уривки про красномовство оратора)

Уся міць мистецтва красномовства полягає в тому, щоб або заспокоювати, або збуджувати душі слухачів. До цього всього мають долучитися гумор і дотепність, освіта, достойна вільної людини, швидкість і стислість як у відсічі нападу, так і в нападі, наповненому прихованою вишуканістю й псевдоввічливістю.

Промова повинна розцвітати й розгортатися тільки на основі повного знання предмета. Саме промова – солідна, пишна, яка відповідає і почуттям, і думкам слухачів, становить невід’ємне надбання оратора.

Справжній і досконалий оратор про будь-який предмет зуміє говорити змістовно й цікаво. Мета оратора – говорити переконливо. Оратор багатий не лише словами, а й думками.

Красномовство, тобто мистецтво говорити привабливо й логічно, не має ніякої конкретної галузі, межі якої його би сковували.

**Вади зіпсованого красномовства:
високопарність, невдале наслідування,
байдужість, недоречність, бундючна патетичність.**
Феофан Прокопович

Феофан Прокопович

Переважно буває так, що слухачів вражає чар промови, і вони під впливом несамовитого захоплення починають аплодувати, пристрасно вигукувати. Це траплялося під час промови Златоуста, Цицерона та багатьох інших.

Гравець не так досконало володіє м’ячем, як оратор душею людини.

**Стилі красномовства:
1) стиль високий, поважний;
2) середній (або квітчастий);
3) низький (або буденний).**
Феофан Прокопович

Силами красномовства допомагаємо друзям, відбиваємо зазіхання ворогів, захищаємо невинних, засуджуємо нечесних, викриваємо засідки, перешкоджаємо розрухам безпутників, відвертаємо шкоди і небезпеки. Потім цим шляхом нав’язуємо і зберігаємо дружбу, ним же потішаємо пригноблених у нещасті, даємо розраду в дуже важких становищах, викорчовуємо ненависть, здобуваємо прихильність, втихомирюємо сварки і незгоди (Феофан Прокопович).

**Допоміжні засоби красномовства:
талант, знання і вправність.**
Феофан Прокопович

Правила вищого красномовства

Красномовство є дар вражати душі, переливати в них свої пристрасі й віддавати їм образ своїх понять. Першим наслідком цього визначення є те, що навчати красномовства неможливо, бо не можна навчити мати пишну уяву й сильний розум. Але можна

навчати, як користуватися цим божественним даром; можна навчати, яким способом це коштовне каміння, чисте породження природи, очищати від їхньої кори, примножувати шліфуванням їхнє сяяння. І ось це, власне, називається риторикою.

Ми помічаємо, що й сама річ при певному розташуванні думок діє на нас сильніше, а при іншому – слабше... Таким-то способом попередній стан душі сприяє чи шкодить дійсному враженню. Ви хочете вирвати із слухачів сльози – схилить серце їхнє до поступового суму, підготуйте їх до цього й не робіть їм раптових переломів. І ось на чому лежить справжнє підґрунтя вступу. Воно є вступом чи приготуванням душі до тих понять, які оратор хоче їй навіяти, або до тих пристрастей, які він хоче збудити... (Михайло Сперанський).

**Трудно вірить,
щоб погану одіж могла носити якась ідея гарна.
*Леся Українка***

Про вигляд оратора

Хто відчуває, й відчуває сильно, того обличчя є дзеркалом душі... Звідси виходить, що мова обличчя завжди була визнана найточнішим тлумачем почувань душевних. Часто один погляд, одне опускання брови говорить більше, ніж усі слова оратора, а тому він повинен вважати найістотнішою частиною свого мистецтва – вміння налаштувати обличчя відповідно до мовлення; а особливо очі – орган душі настільки сильний, наскільки й виразний, як і мова, – повинні прямувати за всіма його рухами й передавати слухачам почування серця. Найпрекрасніша промова стає мертвою, коли не оживлюється її обличчя...

Щасливий той, кому природа подарувала гнучкий, сильний, чистий і дзвінкий голос. Древні мудреці настільки поважали це обдаровання, що винайшли науку робити його

приємним. Часті вправи, напруження грудей і смак до музики можуть доповнити або приховати недоліки природи...

Хто має справу з людьми, той повинен мислити добре, а говорити ще краще...

Роздумуючи про вигляд оратора загалом, ми відкрили істинний початок рухів руки й побачили зв'язок, який існує між ними та словом. Ми переконані, що рука доповнює думки, які не можна висловити, і, відповідно, рух її тоді лише потрібен, коли оратор більше відчуває, ніж може сказати, коли серце його зігрите пристрастю, коли мовлення не встигає за швидкістю його почуттів. Звідси можна вивести важливе правило, що рука тоді тільки повинна діяти, коли слід доповнювати поняття... (Михайло Сперанський).

**Пильнуйте писати так, щоб у сусідніх реченнях
не повторювати тих самих слів, –
уживайте різних слів.
*Іван Огієнко***

Погляд

...Етикетне функціонування очей регулюється певними нормами, неоднаковими в різних суспільствах. Так, у Малі молодші за жодних обставин не повинні дивитися в очі старшим, студенти – викладачам і т. п. А на островах Фіджі корінні мешканці під час розмови, мабуть, щоб не зустрічатися поглядом, відвертаються від співрозмовника, а не, як європейці, повертаються до нього обличчям. Японці під час розмови дивляться не в очі, а на шию партнера.

У нас невічливо, розмовляючи з людиною, відводити очі вбік, роздивлятися довкола, вивчати своє відображення у дзеркалі чи вітрині. Проте й дивитися прямо в очі комунікативному партнерові потрібно десь від 30 до 60 (за американськими даними – до 70) відсотків часу розмови, не

більше. Тим, що дивляться в очі менше третини тривалості розмови, рідко довіряють. Тому нервовим і сором'язливим людям потрібно практикуватися, щоб могли дивитися в очі співрозмовникам довше.

“Контакт очей” має періодично повторюватися, триваючи щоразу 1–7 секунд.

Спілкуючись із групою людей, виступаючи перед аудиторією, потрібно перебувати в зоровому контакті з якнайбільшим числом присутніх. Це подобається людям, оскільки засвідчує, що промовець бачить їх. А якщо промовець боїться дивитися в очі, щоб не зустрітись із недоброзичливим поглядом або щоб не збитися з думки, він може дивитися “між людей”.

...У зорових контактах спостерігається деяка відмінність між статями: жінки зазвичай відверто дивляться у вічі співрозмовника, чоловіки частіше уникають прямого погляду.

Оскільки безпосереднє усне спілкування потребує зорового контакту, то, за нормами спілкувального етикету, під час розмови слід знімати сонцезахисні окуляри. Звичайно, ця вимога не поширюється на окуляри типу “хамелеон”, які носять люди з вадами зору, та на різні екстремальні випадки, пов'язані з травмами, лікуванням очей тощо.

...Існує чимало характеристик погляду. В українській мові він має, серед інших, такі означення: *байдужий, веселий, глибокий, довірливий, доброзичливий, життєрадісний, колючий, кривий, привітний, скептичний, холодний* та ін. А ще є значне число дієслівних словосполучень: *відривати, втопити, зводити, відводити, ловити, наводити, не зводити, не опускаєти, переводити, ввіймати погляд; блудити, блукати, влипнути, впиватися, зміряти, зустрічатися, креснути, метнути, оббігати, обводити, обіймати, обпалювати поглядом*. Які з цих означень і словосполучень характеризують етикетну поведінку, а які неетикетну, напевно, встановити не важко.

Цілком очевидно, що тип погляду має відповідати комунікативній ситуації... (з кн.).

Увага!
Відомі вислови в оригіналі звучать так:
**Про мертвих або добре, або нічого, окрім
правди!**
(поет Хілон із Спарти, VI ст. до н. е.)
**Якщо мета – спасіння душі, то мета
виправдовує засоби!**
(Ігнатій де Лойола, засновник Ордену Єзуїтів)

Вміння розмовляти

**Платон у своїй державі
позбавляв права на дискусію людей
з розумом слабким і нерозвинутим...**

Мішель де Монтень

Судження, які суперечать моїм поглядам, не ображають і не пригнічують мене, а лише збуджують і підстобують мої розумові сили. Ми не любимо повчань і настанов, однак треба вислуховувати їх і приймати, особливо коли вони підносяться у вигляді співбесіди, а не якоїсь нотації. При найменшому запереченні ми стараємося обдумати не обґрунтованість чи необґрунтованість його, а яким чином, правдою чи неправдою, його спростувати. Замість того, щоб розкрити обійми, ми стискаємо кулаки. Я ж готовий вислухати від друзів найрізкішу відсіч: ти дурень, ти верзеш нісенітницю. Я люблю, щоб порядні люди сміливо говорили один з одним і слова у них не розбігалися з думками. Нам слід мати вуха стійкіші й витриваліші та не виніжувати їх, слухаючи лише улесливі слова й вислови.

Я люблю товариство людей, у яких близькі взаємини ґрунтуються на почуттях сильних і мужніх, так само, як любов, яка може кусатися й дряпатися до крові.

Їй не вистачає запалу й великодушності, якщо вона не задержувата, якщо вона така добропорядна й вишукана, що боїться різких штурханів і весь час силкується стримуватися. Адже не можна сперечатися, не спростовуючи опонента (Цицерон).

Той, хто заперечує мені, пробуджує в мене не гнів, а увагу. Загальною справою і його, і моєю має бути істина. Що зможе він відповісти, якщо лють уже потьмарила його розум, а роздратування витіснило тям? Було б корисно битися в наших суперечках об заклад, щоб за помилки ми розплачувалися чимось речовим, вели їм облік і щоб служник міг сказати нам: торік ви втратили сотню екю на тому, що двадцять разів виявили невігластво та впертість. Хто б не підніс мені істину, я радісно вітаю її, охоче здаюся їй, простягаю їй свою пониклу зброю, навіть здалеку бачачи її наближення...

Я справді більше шукаю товариства тих, хто мене повчас, ніж тих, хто мене побоюється. Мати справу з людьми, які захоплюються вами та й в усьому вам поступаються, втіха вельми прісна й навіть шкідлива для нас. Антисфен наставляв своїх дітей ніколи не висловлювати ані найменшої вдячності тому, хто їх хвалить. Я куди більше пишаюся перемогою, яку отримаю над самим собою, коли в розпалі суперечки змушую себе схилитися перед доказами супротивника, ніж радію, долаючи супротивника через його слабкість.

Одне слово, я готовий приймати й відбивати всі удари, які завдають мені за правилами герцю, навіть найневміліші, але не переносю неправильних. Сутність справи мене обходить мало, висловлювані думки байдужі, і я більш чи менш байдужий до наслідку дискусії. Я здатний цілий день спокійно дискутувати, якщо дотримується лад. Вимагаю не стільки сили й точності аргументів, скільки ладу, того ладу, якого завжди дотримують у своїх словесних чварах пастухи чи прикажчики, але ніколи не дотримуємося ми. Якщо цей нелад і виникає, то тому, що дискусія переходить у пересварку, а це трапляється й у нас. Проте запал і роздратування не відвертають їх від головного:

мова йде про одне й те саме. Якщо вони перебивають один одного, не вислуховують до кінця, то принаймні весь час розуміють, про що йдеться.

По-моєму, будь-яка відповідь гарна, якщо вона до речі. Але коли дискусія перетворюється в безладну сварку, я відходжу від суті справи й захоплююся формою, злюся, дратуюся й виявляю в дискусії впертість, несумлінність, пиху, а потім мені доводиться за це червоніти. Годі вести чесну й щирі дискусію з дурнем. Вплив такого несамовитого радника, як роздратування, шкідливий не лише для нашого розуму, а й для сумління. Лайка під час з'ясування повинна заборонятися й каратися, як інші словесні злочини. Якої тільки шкоди не завдає й не нагромаджує вона, незмінно зумовлювана злісним роздратуванням.

Вороже почуття викликають у нас спершу докази супротивника, а потім і самі люди. Ми вчимося в дискусії лише заперечувати та вислуховувати заперечення, а це призводить до втрати й знищення самої істини. Ось чому Платон у своїй державі позбавляв права на дискусію людей з розумом слабким і нерозвинутим... (Мішель де Монтень).

**Слово – впливовий керівник,
що, володіючи дуже малим і зовсім непомітним тілом,
робить пречудові справи, тому що воно може і страх
нагнати, і радість вселити, і страждання розбудити.**

Горгій

Вміння розмовляти

...Навіщо вирушати на пошуки істини зі супутником, що не вміє йти так рівно й прудко, як треба? Предметові не завдається ніякої шкоди, якщо від нього відступають, щоб знайти правильний спосіб міркувати про нього. Я маю на увазі не прийоми схоластичних силогізмів, а природний спосіб здорової

людської тямі. До чого це все може привести? Один із опонентів поривається на захід, другий – на схід, обидва втрачають з уваги найголовніше, никаючи в нетрях неістотних дрібниць. Після години бурхливого обговорення, вони вже самі не знають, чого шукають: один поринув на дно, другий занадто високо заліз, третій метнувся вбік. Той чіпляється за одне якесь слово чи порівняння; цей настільки захопився власною промовою, що не чує співбесідника й віддається лише своєму перебігові думок, не зважаючи на ваш. А третій, усвідомлюючи свою недолугість, всього боїться, все відкидає, з порога плутає слова та думки або ж у розпалі дискусії раптом роздратовано вмовкає, напускаючи на себе гордовиту зневагу від досади за своє невігластво чи з фальшивої скромності ухиляється від заперечень. Одному важливо лише завдавати ударів, байдуже, що при цьому він відкриває свої слабкі місця. Другий зважає кожне слово, і воно заступає йому докази. Один діє лише міццю свого голосу й легень. Другий робить висновки, що суперечать його ж аргументам. Цей забиває вам вуха пустослів'ям усіляких передмов і відхилень убік. Той, озброєний лише лайливими словами, шукає будь-якого дріб'язкового приводу, щоб розсваритися й тим самим уникнути співбесіди з людиною, з якою йому годі змагатися інтелектом. І нарешті ще один – найменше стурбований логічністю доказів, – зате він забиває вас у кут діалектикою своїх силогізмів і доймає формулами ораторського мистецтва.

Одне слово, треба жити серед живих людей і не турбуватися про те, а точніше, не втручатися в те, як вода тече під мостом. І правда, чому без усякого роздратування ми бачимо людину кривобоку, клишоногу – і страшенно лютуємо, зустрівшись із людиною, у якої розум недалекокий? Джерело цієї зловредної гнівливості – не стільки провинність, скільки – сам суддя. Завжди пам'ятаймо вислів Платона: “Якщо що-небудь, по-моєму, не здорово, то чи не тому, що це я не здоровий? Чи не сам я в цьому винний? Не можна ж мій докір обернути проти мене самого?” Слова – божественно мудрі, вони бичують найпоширенішу з людських облуд (Мішель де Монтень).

**Риторика – це садок,
що дає більше квітів, ніж плодів.**
Андріан Декурсель

На що спирається мораль?

Кожен знає: закон спирається на силу влади, на примус. А от на що спирається мораль? Мораль усього суспільства й мораль кожного з нас? Зроду-віку мораль трималася й тримається, як любили говорити давні, на “трьох китах”.

Перший кит – це традиції й звичаї, що склалися в кожного народу. Засвоюємо ми їх змалку. Матуся й татко пояснюють дитинчаті: “так заведено”, “так чинять усі”, “так прийнято здавна”.

Другий кит – авторитет громадської думки. Одні вчинки своїх громадян суспільство схвалює, інші – засуджує. Цим воно регулює й спрямовує поведінку кожного з нас. Як багато важать такі поняття, як честь, добре ім'я! Тепер це називається суспільним визнанням, а колись виражалось прислів'ям “Що люди скажуть?”

Третій кит – найпідступніший. Річ у тім, що моральна поведінка є цілком добровільною! Змусити когось бути чесним та порядним неможливо. Про мораль високу доводиться говорити лише за умови, що основою поведінки людини є совість. Мораль ґрунтується на свідомості кожного з нас!

Отже, мораль має три точки опори. Це засвідчує історія. Це закарбовано в перлинах народної мудрості. “Сумління – найкращий порадає” – так стверджує прислів'я. Іншим прислів'ям характеризують людину аморальну: “Ні стиду, ні совісті!” А третє прислів'я додає: “Хто честі не має, того й дрючком не проймеш!” (з журн.).

Дискусія

Дискусія – обговорення якого-небудь питання або групи пов'язаних питань компетентними особами з наміром досягнути взаємно прийняттого рішення.

Дискусія – це різновид суперечки, близький до полеміки, і є серією тверджень, які почергово висловлюють учасники дискусії. Заяви учасників повинні стосуватися одного й того ж предмета чи теми, що надає обговоренню необхідної зв'язності. Тема ж дискусії формулюється до її початку. Дискусія відрізняється від полеміки як своїм спрямуванням, так і використовуваними засобами. Якщо мета дискусії – досягнути згоди щодо обговорюваної проблеми, то мета полеміки – не згода, а швидше перемога над протилежною стороною, утвердження власного погляду.

У дискусії завжди є елементи компромісу. Використовувані в дискусії засоби повинні бути визнані всіма її учасниками. Використання інших засобів неприпустиме й веде до припинення дискусії. Засоби, вживані в полеміці, не обов'язково мусять бути такими нейтральними, щоб з ними погодились усі учасники. Кожна сторона застосовує ті, які вважає за потрібне. Протилежна сторона в дискусії називається “опонент”, а в полеміці – “супротивник” (Зоряна Куньч).

**Розум росте завдяки тому,
чим він живиться.**
Джоссі Холленд

Голос

Пристосовуйте свій голос до середовища, в якому ви говорите (не говоріть голосно на вулиці, в транспорті, в залі чекання тощо).

Хто говорить надто тихо, той справляє враження людини, яка не вірить у свої сили.

Той же, хто говорить надто голосно, справляє враження агресивної людини.

Мова деяких людей незрозуміла через те, що вони недбало вимовляють звуки. Спробуйте виявити свої хиби, записавши свій голос на диктофон, а потім перевірте чіткість і правильність вимови.

Найзручніший спосіб тренувати голос – це читати вголос. Тоді постійно є контроль за правильною вимовою. Тренуйтеся тричі на день по 15 хвилин.

Голос підвищують тоді, коли ставлять запитання. Якщо ж треба висловити рішучість, довіру, переконати в необхідності зробити якусь справу чи відповісти на запитання, то висоту голосу понижують (Іржі Томан).

**Найцінніше та найкраще в кожній людині –
це її індивідуальність, її духовне обличчя зі всіма
особливими прикметами. Що більше таких прикмет,
що характерніші та гармонійніші вони, то багатша
сильніша й симпатичніша індивідуальність людини...
До таких прикмет, що відповідають складові душі,
належить і мова.**
Іван Франко

Вибір слів

Для збагачення свого словникового запасу читайте твори авторитетних авторів, слухайте кваліфікованих промовців і принагідно записуйте (або підкреслюйте олівцем у власній книзі) слова та вислови, які б ви хотіли вживати у своїй мові.

Виявіть, які слова ви вживаєте надто часто, і намагайтеся замінити їх іншими словами й висловами.

Навчіться точності висловлювання. Вибирайте точні та однозначні слова.

Пам'ятайте: якщо наказ допускає подвійне тлумачення, то він обов'язково буде виконаний неправильно.

Точно висловлюватись учіться, ознайомлюючись з текстами угод або інших важливих документів. Читайте текст повільно, слово за словом, намагаючись встановити, як інакше можна пояснити окремі слова та речення; які речення сформульовані незрозуміло. При цьому уявіть собі, що ваше завдання – знайти слабкі місця в тексті (Іржі Томан).

Як повернути й утримати увагу слухачів?

Увагу слухачів можна повернути насамперед розповіддю про щось нове й цікаве, незвичайне, гідне подиву.

Виступаючи перед великою кількістю слухачів, інтереси яких не збігаються, намагайтеся говорити на загальні теми.

Увагу слухачів можна повернути, якщо розповісти їм щось таке, що невідоме для широкого загалу.

Увага слухачів підвищується, якщо в товаристві починається дискусія навколо якоїсь проблеми.

Гарний стиль висловлюватись у поєднанні з відповідними прикладами також повертає увагу слухачів (Іржі Томан).

Заговори, щоб я тебе побачив.
Сократ

Особистість промовця

Ви починаєте справляти певне враження ще до того, як заговорите.

Популярність у колективі залежить від того, наскільки зовнішній вигляд, поведінка та манери спілкування тієї чи іншої особи відповідають уявленням і неписаним правилам суспільної групи.

Популярні люди мають такі риси характеру, які позитивно сприймаються більшістю суспільних груп (веселу вдачу, товариськість, тактовність та ін.), а крім того, вміють пристосувати свою поведінку до правил тієї чи іншої групи.

Гарні рухи та вміння поводитися – такі ж важливі складники приємного зовнішнього вигляду, як і фізичні дані та вбрання (Іржі Томан).

“...є люди, які не мають права на помилки (актори, лектори, диктори та інші працівники радіо й телебачення, вчителі, викладачі), бо їхнє слово повинне бути взірцем для решти громадян України. Носіями взірцевої української мови мусять стати державні діячі, урядовці всіх рангів...”.
Олександр Пономарів

Вміння спілкуватися

Хто любить людей, того й люди люблять. Приязність здебільшого впливає на людей так само, як і усмішка. Виявляючи своє дружнє ставлення, ви ніби віддзеркалюєте ваше ставлення до них. Отже:

- ставтеся позитивно до всіх осіб довкола вас;
- не чекайте, доки вони виявлять вам свої симпатії;
- вважайте, що ви їм уже сподобалися;
- виявляйте ініціативу в приязному ставленні до інших;
- вітайтеся й усміхайтеся перші;
- намагайтеся вести розмову в довірливому тоні;
- наголошуйте на тих питаннях, в яких ваші погляди збігаються.

Цікавтеся людьми, що вас оточують, їхньою роботою, турботами й радощами.

Ніколи не користуватиметься популярністю той, хто не виявляє зацікавлення справами інших людей.

Розмови на спільні теми дуже зближують людей.

Нас притягують до себе люди, які поділяють наші погляди та думки.

Учіться ставити себе на місце іншої людини.

Вживайте якомога більше слів, які підкреслюють шанобливе ставлення до людей: “даруйте”, “перепрошую”, “дякую”, “будь ласка” тощо (Іржі Томан).

Що культурнішим є журналіст, то й розвиненішою є його мова, багатшою на лексичний запас, розмаїтішою епітетами, метафорами, влучними порівняннями, барвистішою вживанням прислів'їв, приказок і приповідок.

Борис Антоненко-Давидович

Чого треба навчитися?

Правильний вибір місця й часу має значний вплив на хід розмови та її наслідки.

Пристосовуйте свою поведінку й манеру розмови до обставин.

Запитання – найзручніша форма наказу. Ставте запитання.

Природа дала людині один язик і два вуха для того, щоб вона слухала інших удвічі більше, ніж сама говорить.

Ввічливість обеззброює.

Якщо ви потрапили в скрутну ситуацію – слухайте. А вислухавши, говоріть дуже коротко й стисло.

Нападами та лайкою людей не переконаєте.

Вимовляйте слово “ви” голосно, а слово “я” – пошепки.

Якщо ви хочете зробити комусь зауваження щодо неякісно виконаної роботи, вживайте займенник “ми”.

Сумніви й підозри висловлюйте обережно.

Будьте тактовні. Спочатку зважте, чи нікого не образить те, що ви хочете сказати, а тоді вже говоріть.

Якщо ви хочете зберегти щось у таємниці, не розголошуйте нікому це “по секрету”. Адже ви не покладаєтеся на інших більше, ніж на самого себе.

Коли ваш співрозмовник роздратований, то краще помовчіть, щоб не дратувати його ще більше.

Не поспішайте говорити про особисті справи, труднощі, хвороби тощо, зважте, чи цікавить це інших.

У товаристві, яке поділилося на кілька самостійних груп, краще послухайте інших і помовчіть.

Якщо ви недостатньо обізнані з питань, які обговорюються, дайте можливість говорити тим, хто більш обізнаний.

Промовчіть у ситуації, коли своєю розмовою ви могли б зрадити довірену вам таємницю.

Якщо ви хочете скінчити розмову з надто балакучим співрозмовником, не давайте йому можливості продовжувати розмову своїми зауваженнями та запитаннями.

Не будьте надокучливими.

Спілкуючись з людьми, які працюють на відповідальних посадах і дуже заняті, намагайтеся говорити якнайстиліше та якомога коротше.

Поганий настрій не переносьте від однієї розмови до іншої.

Для того, щоб позбутися нерішучості:

- використовуйте кожну нагоду, щоб потренуватися в мовленні;
- починайте із заздалегідь підготовленої розповіді, спочатку в розмові з однією особою, у вузькому колі, а коли набудете впевненості – і в широкому;
- перед тим, як говорити, кілька разів вдихніть і видихніть, говоріть не поспішаючи;
- спочатку подумайте, що ви хочете сказати і як це можна висловити якнайстиліше.

Не говоріть багато, особливо у відповідальній розмові.

У товаристві не намагайтеся переговорити всіх. Дайте й іншим можливість висловитися.

Щоб не створити враження людини, що любить повчати, користуйтеся такими вступними словами: “Як усі ви добре знаєте...”, “Я, мабуть, не скажу вам нічого нового, якщо...”,

“Я говорю вам те, що більшість знає, але в цьому разі треба наголосити на тому, що...” тощо.

Не говоріть надто багато про себе, не нарікайте на свої біди.

Намагайтеся діяти незалежно від свого настрою.

Під час обговорення якогось питання не відвертайте уваги від його суті й у своєму виступі послідовно пункт за пунктом цього дотримуйтеся.

Не говоріть з кимось про те, що інших не цікавить (Іржі Томан).

Уміння переконувати

Слово – то мудрості промінь,

слово – то думка людська.

Олена Пчілка

Багато залежить від людини, яка переконує: чи зуміє вона справити на слухачів приємне враження своїм зовнішнім виглядом, поведінкою чи манерами.

Для того, щоб переконати когось, треба знайти необхідні аргументи, правильно їх сформулювати й викласти.

Якщо промовець сповнений натхнення, то він неодмінно викличе зацікавлення слухачів і передасть частину свого натхнення.

Одні й ті ж аргументи не однаково діють на різних людей.

Добираючи аргументи, враховуйте освітній рівень слухачів, їхню поінформованість щодо теми, можливі контраргументи, їхнє ставлення до цих питань.

Люди охоче погоджуються з тим, що твердить їх приятель, проте наперед відкидають те, про що говорить несимпатична для них особа або супротивник.

Переконати людину легше під час дискусії, а не лекції. Що старша людина, то важче переконати її в необхідності змінити погляди. Вона змінює їх, коли дістає нову інформацію, що

явно суперечить попередній, на основі якої були сформовані погляди.

Люди намагаються відкинути інформацію, яка не узгоджується з їхньою системою поглядів (наприклад, курець не любить слухати інформацію про те, що куріння шкодить здоров'ю).

У дискусії треба уточнити зміст невідомих слів, термінів, абстрактних понять. Слова, за допомогою яких формуються тези, повинні бути однозначними.

Під час будь-якої дискусії потрібно якнайшвидше визначити головні проблеми й зосередити зусилля на їх розв'язанні.

Питання, що не мають істотного значення для доведення цієї тези, необхідно вилучити.

Поступіться опонентові всім, чим можна поступитися, і не стверджуйте нічого, що неспроможні довести.

Аргументи бувають різні:

- посилення на авторитет;
- побудовані на взаємозв'язку між причиною й наслідком;
- побудовані на дедукції, на аналогії.

Для того, щоб вплинути на аудиторію, промовець повинен справляти на слухачів враження переконаної й упевненої в своїх силах людини. Все має свідчити про те, що він добре знає свій предмет.

Намагайтеся не тріумфувати. Зробіть так, щоб ваш опонент не відчував гіркоти поразки й озлобленості проти вас (Іржі Томан).

**Тільки серйозна праця над собою
може дати право виступати публічно.**

Михайло Коцюбинський

Мистецтво викладу думок

Самого висловлення думок замало. Їх треба донести до слухачів. Вживайте для цього метафори, афоризми, прислів'я й цитати.

Різні незвичайні пригоди й випадки дуже пожвавлюють виступ.

Незнайомі, незрозумілі для слухачів терміни, а також абстрактні поняття треба визначити або пояснити. Користуйтеся для цього діаграмами й графіками.

Один з найдійовіших засобів пожвавлення уваги слухачів – риторичні запитання під час виступу.

Гумор та дотепи доцільно використовувати за умови, якщо ви вмієте бути дотепним і якщо дотеп неущипливий.

Мова повинна бути ясною й зрозумілою. Намагайтеся розширити свій словниковий запас.

Читайте книги про культуру й стиль мови (Іржі Томан).

**Найвища насолода – зробити те,
що, на думку інших, ви зробити не можете.**
*Волтер Беджот (Walter Bagehot),
англ. економіст і журналіст*

Мистецтво виступу

Лектор-початківець повинен запам'ятати текст виступу в процесі кількаразового його повторення.

Коли треба заглянути в рукопис лекції або виступу, опустіть очі, але голову не нахиляйте.

Намагаючись запам'ятати текст, зосереджуйтеся передусім на змісті, а не на стилі.

Не бійтеся дивитися прямо на слухачів.

Якщо ви сумлінно підготуєте виступ, то впевненість у своїх силах відверне одну з причин хвилювання.

Під час виступу контролюйте своє дихання й говоріть повільно, особливо спочатку.

Будь-які рухи, пози, жести й міміка виправдані лише в тому разі, коли вони не притягують надмірної уваги слухачів.

Жести мають бути скупими, як щодо кількості, так і щодо широти

Силу голосу пристосовуйте до акустики й розмірів приміщення.

Дружелюбний тон допоможе завоювати прихильність слухачів.

Не припускайтеся менторського тону й не моралізуйте.

Застосування того чи іншого тону залежить від характеру промови.

Якщо хочете наголосити на якійсь думці, це можна зробити кількома способами:

- перш ніж висловити її, помовчіть якусь хвилину, а потім уже говоріть;
- підсилюйте свій голос або стиште його;
- уповільніть виклад і наголосіть на кожному окремому слові в реченні;
- доповніть усне слово жестом і мімікою;
- змініть тон голосу;
- повторіть важливе слово або речення.

Не бійтеся робити паузи, навіть якщо у вас немає лекторського досвіду. Намагайтеся не заповнювати паузи різними звуками, як “е-е-е...”, “ну” тощо.

Швидкої реакції можна навчитися, якщо виконувати дві умови:

- виховувати впевненість у своїх силах;
- вчитися заздалегідь уявляти різні ситуації й знаходити способи правильної реакції на них (Іржі Томан).

ГЛОСАРІЙ

АВТОР (лат. *au(c)tor* – творець) – творець тексту, промови, наукового дослідження тощо.

АВТОРСЬКІ СЛОВА – 1) *грам.*: слова, за допомогою яких до тексту вводять пряму мову; 2) слова, що належать тільки певному авторові й не підлягають змінам: *авторські слова Вацлава Гавела*.

АГІТАЦІЙНА ПРОМОВА (лат. *agitatio* – спонукання до чогось) – промова, що зосереджується на якому-небудь політичному питанні, ідеї, факті, містить заклик до певної діяльності й адресована широкій аудиторії.

АДАПТАЦІЯ (лат. *adaptatio* – пристосування) – пристосування тексту до можливостей сприймання читача.

АКТИВНА АУДИТОРІЯ – теоретичне твердження, за яким члени масової аудиторії не є пасивними одержувачами інформації чи жертвами впливу телебачення та інших мас-медіа, а натомість активно інтерпретують повідомлення ЗМІ і навіть використовують їх на свою користь.

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.

АКТУАЛЬНІСТЬ – оперативний відгук на події, вчасне висвітлення злободенних тем; важлива ознака ЗМІ.

АЛОГІЗМ – несумісність, яка породжується невідповідністю граматичного руху мови значенневому.

АМФІБОЛІЯ – двозначність, неясність; логічна помилка, що виникає внаслідок неясності чи багатозначності мовної конструкції. Фігура мови, яку можна тлумачити й розуміти двозначно.

АНАЛОГІЯ – збереження відповідності між думкою і висловом.

АНАНТАКСИС – вставка; поєднання звуків для евфонічного звучання, полегшення вимови (*зі мною, уві сні*).

АНТИТЕЗА (грец. *antithesis* – протиставлення) – стилістична фігура, що полягає в зіставленні протилежних явищ, образів, думок чи понять для підсилення виразності. Для створення антитези часто використовують антоніми.

АНТОНІМИ (грец. *anti* – проти і *onima* – ім'я) – слова з протилежним значенням. Антоніми виражають якісну протилежність, протилежність координаційних понять, понять взаємопов'язаних і взаємозумовлених, протилежну спрямованість дії тощо. Антоніми є **постійні (загальномовні)** і **контекстуальні**. Контекстуальні антоніми виникають унаслідок переносного вживання слова в значенні, яке не закріплене в мові, а з'являється тільки в певному контексті. В антонімічні зв'язки входять різнокореневі слова, що в цілому протиставляються своїм значенням одне одному, і однокореневі, що творяться за допомогою афіксів, які в сполученні з коренем і надають зіставлюваним словам протилежного значення. Антоніми є важливим засобом стилістичної виразності, за їх допомогою створюються антитези. **Енантіосемія** (грец. *enantios* – протилежний і *sema* – знак) – розвиток у слові протилежних (антонімічних) значень. Напр.: *слава* – широка популярність, визнання чийось заслуг, таланту тощо; *слава* – поговор, пересуди, розмови; *прослухати* – слухати що-небудь з початку до кінця; *прослухати* – не слухати, не чути сказаного. **Мезоніми** – проміжне поняття між антонімами. Напр.: *початок* – *середина* – *кінець*. **Багатозначні слова** вступають в антонімічні зв'язки своїми окремими значеннями.

АНТОНОМАЗІЯ (грец. *antonomasia* – найменування по-іншому): 1. Стилістичний засіб оцінної експресії, що досягається заміною власної назви описовим зворотом: *Місто на Дніпрових горах* – Київ; *автор поеми “Кавказ”* – Тарас Шевченко. 2. Різновид метонімії, який пов'язаний з уживанням широко відомого імені як загальної назви особи з перенесенням на неї

властивостей носія цього імені. Напр.: *Дон Кіхот* – мрійник; *Отелло* – ревнивець; *Колумб* – першовідкривач.

АПЛОМБ – самовпевненість у поведінці, розмові тощо.

АРГО (фр. *argot* – жаргон) – це умовна говірка певної соціальної групи з набором слів, незрозумілих для сторонніх (невтаємничених у справи цієї групи). Цією говіркою користуються злодії, вимагачі та ін. **Арготизми** є соціально забарвленим розрядом лексики. **Жаргонізми** – соціально нейтральні. **Жаргон** (фр. *jargon* – соціальний діалект, базікання) відрізняється від літературної мови специфічною лексикою і вимовою, але не має власної фонетичної й граматичної системи. 2. Те саме, що й арго. **Сленг** (англ. *slang* – жаргон) – слова та вислови в англійській усній мові, які вживають люди певних вікових, професійних, соціальних прошарків. До лексики обмеженого функціонування належать жаргонізми, арготизми, сленг.

АРТИКУЛЮВАННЯ – пов'язування певного ідеологічного чи культурного поняття або ідеї з іншими, побудова понятійних сполук і взаємовпливів.

АРХАЇЗМИ (грец. *archaios* – давній) – 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 (грец. *asyndeton* – нез'язане) – стилістична фігура, що має будову багатокомпонентного складного безсполучникового речення.

АСОНАНС (фр. *assonance*, від лат. *assono* – відгукуюсь) – засіб фоностилістики, що полягає у співзвуччі або повторенні однакових чи акустично близьких голосних звуків.

АСТЕСМУС (грец. *asteismos* – причіпний зворот) – фігура думки, що прикрашає мовлення доречним висловом (вставкою, згадкою, дотепом, приказкою чи прислів'ям, сентенцією, афоризмом тощо).

АФЕКТИВНИЙ (лат. *affectus* – чуття) – такий, що стосується гострих неконтрольованих розумом емоцій.

АФОРИЗМ (грец. *aphorismos* – визначення, вислів) – короткий влучний вислів, який у стислій, зручній для запам'ятовування формі подає глибоку думку: *Стоячи на місці, людина рухається назад* (Ю. Яновський); *Музика спонукає нас красномовно мислити!* (Р. Емерсон).

БРЕЙНШТОРМ (англ. *brainstorm* – блискуча ідея) – метод висування творчих ідей у процесі розв'язування певних проблем.

БРЕНД – комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Широко використовується в маркетингу та рекламі; розрекламована торгова марка певного товару.

ВАРВАРИЗМИ – іншомовні слова та звороти, що не стали загальноновживаними, повністю не засвоїлися в мові, використовуються в тексті зі стилістичною метою. Нерідко варваризми зберігають іншомовну графічну форму слова. Наприклад: *nota bene* – зверни увагу, запам'ятай; *semper tiro* – завжди учень; *alma mater* – мати-годувальниця, старовинна студентська назва університету; *idée fixe* – нав'язлива ідея; *terra incognita* – невідома земля, невідома галузь; *tete-a-tete* – фр. наодинці, віч-на-віч, тільки удвох; *xeni end* – щасливий кінець; *вікенд* – час відпочинку чи розваг від суботи до понеділка.

ВАРІАНТ (лат. *varians* – змінний) – стилістичне поняття, за яким допускаються паралельні форми. Є варіанти комбінаторні, факультативні й стилістичні.

ВЕРБАЛЬНА МАГІЯ – асоціативне сприйняття тих чи інших звуків, психологічна кореляція між звучанням і значенням слова. В. Белянін запропонував класифікацію текстів залежно від їхньої емоційно-змістової домінанти. Він ділить тексти на “світлі”, “темні”, “активні”, “сумні” і т. д. Наприклад, молитва є типово світлим текстом.

ВІДЧУТТЯ – фізичні та емоційні реакції на впливи. Наприклад, впливи засобів масової інформації.

ВКЛЮЧЕННЯ – стилістичний засіб, у якому вірш або речення починається і закінчується одним і тим самим словом.

ВОЛЮНТАТИВ (лат. *voluntarius* – залежний від волі) – форми і конструкції, що виражають волю, рішучість мовця, суб'єктивну модальність.

ВСТАВНІ СЛОВА, СЛОВСПОЛУЧЕННЯ, 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.

ГАБІТУС – сукупність засвоєних культурних настанов і форм діяльності, яка забезпечує розрізнення людей за смаками та способами життя.

ГАРМОНІЯ (грец. *harmonia* – співзвучність, розміреність) – у стилістиці якість мовлення, якої має прагнути мовець (гармонія змісту і форми, звучання, настрою, тону).

ГІБРИДИЗАЦІЯ – змішування різних культурних форм, часто забезпечуване потоком медіаобразів.

ГІПЕРБОЛА (грец. *hyperbole* – перебільшення) – образне перебільшення за розміром, силою, значенням.

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

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ – процес глобального масштабу з потоками інформації, грошей і товарів, ідей та образів, який, на думку деяких теоретиків, врешті-решт утворить однорідну світову культуру.

ГЛОКАЛІЗАЦІЯ – термін, утворений зі слів “глобалізація” та “локалізація” на означення поєднання глобалізаційних культурних впливів із місцевими контекстами, що має важливі суспільно-економічні наслідки.

ГЛОСАРІЙ – локальний тлумачний словник, що містить прагматично орієнтовані, стислі тлумачення. Вживається як

тлумачний коментар до текстів, які містять багато незнайомих та незвичних понять.

ГНОМА (грец. *gnome* – думка) – мудрий вислів, афоризм, викладений у формі двовірша.

ГРАДАЦІЯ (лат. *gradatio* – поступове підвищення, посилення) – стилістична фігура певної будови, в якій кожна наступна частина посилює (або послаблює), нагнітає змістове чи емоційно-експресивне значення. Посилюється стилістичний ефект висловлення та враження від нього.

ГУМОР – зображення смішного в жартівливому, добродушному тоні.

ДАЙДЖЕСТ – передрук у виданнях найбільш цікавих публікації в повному або скороченому вигляді. Про теле- або радіопередачу, що повторює найбільш цікаві записи із загальною тематикою.

ДИГРЕСІЯ (лат. *digressio* – відходжу) – стилістичний прийом миттєвого відхилення від теми для того, щоб слухачі відпочили від інтелектуального чи емоційного напруження (може бути жарт, примовка).

ДИСКУРС – зв'язний текст у контексті багатьох соціокультурних, психологічних, прагматично-ситуативних, ментальних та інших чинників. **Прагматично-ситуативний** аспект з'ясовує зв'язність дискурсу, його комунікативну адекватність, **ментальний аспект** передбачає вивчення впливу етнографічних, соціокультурних, психологічних умов та розуміння дискурсу в “живому мовленні” тощо. Поняття “дискурс” та “аналіз дискурсу” вперше використав у 50-х роках ХХ ст. З. Харрис для аналізу текстів у контексті супроводжувальної соціокультурної ситуації. Згодом у французькій лінгвістичній науці терміном “дискурс” позначали мову та мовлення. На початку 70-х років ХХ ст. “дискурс” часто вживали як синонім до поняття “функціональний стиль”, а в словниках термінів з лінгвістики тексту подано такі тлумачення: зв'язний текст; усно-розмовна форма тексту; діалог; група висловлювань, зв'язаних між собою за змістом;

мовленнєве творення як даність – письмова або усна. У 90-ті роки ХХ ст. структурно-орієнтована парадигма дослідження дискурсу поступається місцем новій парадигмі, яка тлумачить дискурс, за образним висловлюванням Ю. С. Степанова, як “мову в мові”.

ДИСКУРС НОВИН У ЗМІ – певний тип дискурсу, який визначають два узагальнювальні пласти його структури – *релевантності* та *риторичних операцій*. Вони формують наступний рівень репрезентації дискурсу – “стиль”, що реалізує структури третього рівня. Ці останні структури також ділять на два підтипи: *локальні, або мікроструктури*, та *глобальні, або макроструктури*. До локальних структур належать лексичні, морфологічні, синтаксичні механізми формування фраз та певні “суперсинтаксичні” засоби породження когерентних (зв’язних) текстів. Глобальні структури містять семантичні макроструктури – топіки та теми, а також формальні суперструктури – схеми взаємодії текстів у дискурсі.

ДИСКУРСИВНИЙ (лат. *discursivus* – *discursus* – здогад, міркування) – який здійснюється шляхом логічних, послідовних міркувань, обґрунтований попередніми судженнями; у логіці – який ґрунтується на міркуванні, що складається з послідовного ряду логічних ланок, кожна з яких залежить від попередньої і зумовлює наступну.

ДІАХРОНІЯ – вертикальний зріз мови, коли предметом лінгвістичного аналізу є історичний розвиток мови (різночасовий підхід, простежується весь шлях, який пройшов певний елемент мови).

ДОМІНАНТА (лат. *dominantis* – панівний) – одне зі стилістичних понять, що у низці однотипних мовних одиниць є носієм основного значення і підпорядковує собі всі інші змістові й стилістичні значення.

ЕВФЕМІЗМИ (грец. *euphemismos*, *eu* – гарно, добре, *phemi* – говорю – добре говорю, пом’якшений вислів) – слова та вислови, які використовуються з метою уникнення слів із

грубим чи непристойним змістом або неприємним у певних умовах забарвленням.

ЕВФОНІЯ (грец. *euphonia* – добре, приємне) – милозвучність мови, а також дотримання мовцями правил фонетичних чергувань: *i-й, у-в, би-б* та ін.

ЕКЗОТИЗМИ – слова та вислови, які засвоєні з інших мов, позначають предмети, явища неукраїнської дійсності, у їхній семантиці відображені поняття з життя інших народів: назви установ і організацій (сейм, меджліс, сенат), грошових одиниць (ліра, євро, долар), побутова лексика (аул, джигіт, кишлак) тощо.

ЕКСЛЮЗИВНИЙ (фр. *exclusif*, з лат. *excludere* – вилучити) – винятковий, який поширюється на обмежене коло осіб, предметів.

ЕКСЛЮЗИВНЕ ІНТЕРВ’Ю – інтерв’ю, дане тільки одному журналістові або спеціально для певного друкованого органу, теле- чи радіопроеграми.

ЕКСПЛАНАТОРНІСТЬ – “пояснювальна сила” моделі, генеративна теорія, спрямована на висвітлення глибинних процесів мовної діяльності. Експланаторність – це прагнення не стільки описати матеріал, скільки пояснити його, в її фокусі мають бути не стільки поверхневі мовні дані, скільки глибинні структури знань у свідомості людини.

ЕКСПРЕСІЯ (лат. *expressio* – вираження) – інтенсивна виразність тексту, що створюється фонетичними, лексичними, граматичними, стилістичними засобами мови.

ЕКСЦЕСИВ – надмірна ознака чогось.

ЕЛОКУЦІЯ (лат. *elokutio* – вислів, стиль) – розділ античної риторики, що охоплював матеріал про впорядкування та висловлення думки, підпорядкування слів думці й потребам комунікації. Головні завдання теорії елокуції: типологія стилів, засади вибору мовних засобів відповідно до мети, творення тропів та фігур. Творцями елокуції як частини риторики були давньогрецькі риторик Сократ і Аристотель. У сучасній

науці питання, що традиційно стосувались елокуції, вивчає лінгвістична стилістика.

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

ЕМПАТІЯ – 1) розуміння почуттів, потреб інших; 2) глибоко чутливе сприйняття події, природи, мистецтва; 3) афективний зв'язок з іншими; відчуття стану іншої особи чи групи; 4) властивість (риса) психотерапевта. Феномен **емпатії** тісно пов'язаний з емоційно-пізнавальними та психологічними якостями особистості й виявляється насамперед у спілкуванні. У багатоплановому процесі спілкування виокремлюють найголовніші функції: **комунікативну**, **інтерактивну** та **перцептивну**. **Комунікативна** функція забезпечує обмін інформацією індивідуально або через засоби масової інформації (ЗМІ) без обмежень у часі та просторі і є неодмінною умовою наступності розвитку генерацій, світового прогресу. Обмін інформацією передбачає і певний вплив на людей, їх поведінку, характер діяльності, суспільну свідомість, тобто реалізовується **функція впливу** або **інтерактивна** функція. Особистість журналіста та його роль у ЗМІ є надто вагомими у здійсненні наступної функції спілкування – **перцептивної** (функції сприйняття), тобто, аналізуючи подану інформацію в пресі чи теле-/радіопередачі, людина сприймає почуте через образ самого журналіста, його інтелектуально-психологічні якості, внутрішній світ, ставлення до подій.

ЕМФАЗА (грец. *emphasia* – виразність) – інтонаційне виділення, підсилене повторення якогось елемента, частіше початкового.

ЕМФАТИЧНИЙ ВИСЛІВ – особливо інтенсивне або велелемне висловлення.

ЕНКЛІНОМЕН (грец. *enclinomenos* – той, що не має власного наголосу, *menos* – малий) – явище евфонії живого мовлення, суть якого – у зміні інтонації з гострого (високого) тону (акут) на важкий (низький) тон (гравіс). Відоме в риторичі як баритонічне слово.

ЕПІМОНА (лат. *epimon* – затримування над чимось) – фігура висловлення, в якій для підсилення якогось елемента думки затримується мовлення і на ньому концентрується увага (за допомогою паузи).

ЕПІСТОЛЯРІЇ (грец. *epistole* – послання, лист) – листи, послання, звернення письменників, громадських і культурних діячів, що мають художню, публіцистичну та пізнавальну цінність.

ЕПІТЕТ – образне означення переважно метафоричного характеру.

ЕПІТРОП (грец. *epitrope* – ніби згода) – фігура думки, за якої нібито приймають позицію суперника, щоб потім аргументовано її спростувати.

ЕПІФОНЕМА (грец. *epiphoneme* – після звучання) – фігура в риторичі, в якій додається пояснення до сказаного.

ЖАРГОН (фр. *jargon* – базікання) – функціональний підвид просторічного мовлення, що перебуває за межами літературної мови. Залежно від віку, вподобань, діяльності виокремлюють жаргон дитячий, студентський, кримінальний, комп'ютерний та ін.

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

ЗАГАЛЬНА ПРЕСУПОЗИЦІЯ ТЕКСТУ – глибинний компонент змісту висловлювання, що має бути істинним для того, щоб речення не сприймалося як семантично аномальне або нерелевантне для певного контексту. Цей компонент змісту залежить не від конкретної мовної одиниці, а від семантичної системи мови загалом.

ЗАГАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛОВА – інваріантна частина значення слова, що реалізується в усіх версіях його вживання.

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, МАСМЕДІА, МАС-МЕДІА (анг. *mass media*) – газети, журнали, книги, радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи, відеозаписи, відеотексти, телетексти, рекламні щити і панелі,

домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Усі ЗМІ об'єднують доступність масовій аудиторії, корпоративний характер виробництва та розповсюдження інформації.

ЗВ'ЯЗНІСТЬ (ЦІЛІСНІСТЬ) ТЕКСТУ – одна з головних ознак тексту, що відрізняє його від випадкових послідовностей фраз. Це логічне, обдумане поєднання речень, а не фрази, об'єднані в псевдотекстові ланцюжки формальними способами.

ІДЕЯ (грец. *idea* – початок, онова уявлення): 1. Найвища форма пізнання й мислення, яка не тільки відображає об'єкт, а й спрямована на його перетворення. 2. Думка, загальне поняття про предмет чи явище. 3. Головна, основна думка художнього, наукового або політичного твору. 4. В ідеалістичній філософії – духовне першоджерело, що становить суть та першооснову всіх речей; “божественна думка”, безособовий розум. 5. Основний принцип світогляду; переконання.

ІМПРЕСИВНИЙ – виразний; такий, що справляє велике враження.

ІЛОКУТИВНИЙ АКТ – ключова категорія теорії мовленнєвих актів. Означає втілення у висловлюванні певної комунікативної інтенції, комунікативної мети, що надає висловлюванню конкретної спрямованості.

ІМІТАЦІЯ – стилістичний засіб, яким створюється повна ілюзія чиєїсь манери мовлення або письма.

ІМПЕРАТИВ (лат. *imperativus* – владний): 1. Наказовий спосіб дієслова. 2. Категоричний імператив в ідеалістичній етиці німецького філософа І. Канта (безумовне моральне веління), яке нібито притаманне розуму, вічне й незмінне, що становить основу моралі. 3. Переносно – веління, настійна вимога.

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

ІНВЕКТИВА (лат. *invektiva*, від *invehor* – нападаю) – гострий викривальний виступ, різке звинувачення, осуд когось.

ІНВЕРСІЯ (лат. *inversio* – перестановка) – стилістична фігура, яка створюється зворотним порядком слів у реченні, щоб акцентувати на значенні інверсованих одиниць і посилити виразність мовлення.

ІНКЛЮЗИВ (лат. *include* – замикати), включення – стилістичний прийом, де мовець виступає і від імені того, до кого говорить (включає його в поняття “ми”).

ІНТЕЛЕКТ (лат. *intellectus* – розум, розуміння, пізнання) – здатність до мислення, особливо до його вищих теоретичних рівнів, розумові, креативні, емпатичні здібності.

ІНТЕНЦІЯ – комунікативний намір мовця.

ІНТЕНЦІЯ ТЕКСТУ – комунікативний намір мовця, в той чи інший спосіб виражений у висловлюванні.

ІНТЕРПЕЛЯЦІЯ (лат. *interpellate* – переривання) – фігура, в якій автор перериває потік мовлення, щоб звернутися до слухача, щось ствердити чи заперечити.

ІНТОНАЦІЯ (лат. *intono* – голосно вимовляти) – цілісна організація живого мовлення, що містить ритм, паузи, наголоси, мелодіку, силу, висоту і тембр звуків; поняття фоностилістики, що характеризує ритмо-мелодійний аспект мовлення й виражає логіку змісту та емоційно-експресивне забарвлення (інтонація оклику, звертання, запитання, пояснення, переліку, закінченості, розповідності, спонукання, зіставлення тощо). Кожний тип стилістичного ефекту має свою інтонацію.

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

ІНФОРМАТИВНІСТЬ – насиченість інформацією, змістовність, значна кількість відомостей, знань.

ІНФОТЕЙНМЕНТ (англ. *information* – інформація і *entertainment* – розвага) – поширений метод подання інформації в електронних медіах, яка має водночас розважальний характер; *інфотейнмент* переважно апелює до емоцій аудиторії завдяки спеціальному добору матеріалів і способу їх оформлення.

ІРОНІЯ (грец. *eirōneia* – удавання, прихований глум) – троп, суть якого полягає в тому, що слову чи висловленню надається протилежне значення з метою насмішки, глузування;

насмішка, якій навмисне надана форма позитивної оцінки або похвали. Іронія – важливий стилістичний засіб гумору або сатири.

ІРРАЦІОНАЛЬНІСТЬ – упередженість, яка може через ЗМІ формувати емоційний настрій людини, робити людину нездатною до сприймання нових фактів, до змінювання думок; планів антитерористичної операції.

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

КАДАНС (фр. *cadence*, від лат. *cadens* – який падає, закінчується) – тип мелодики мовлення, характерний для кінця фрази при оповідній моделі мовлення.

КАЛАМБУР (фр. *calembour* – гра слів) – стилістичний прийом зближення різних за значенням слів, іноді схожих за звучанням, який створює комічний ефект.

КАЛЬКА (фр. *calque* – копія) – слово або вислів, утворені за взірцем іншого слова чи вислову через буквальный переклад його частин з іншої мови.

КАТЕГОРІЯ – когнітивна структура, що складається з елементів – членів категорії, об'єднаних “родинною схожістю”. У всіх членів “родини” (слів або понять) є цілком реальні спільні характеристики, але вони можуть бути виявами не зовнішньої схожості, а глибинної генетичної основи. Елементи, що входять до категорії, можуть становити єдине ціле, незважаючи на те, що не всі вони мають саме ті спільні властивості, які визначають суть категорії. Об'єкти – члени категорії, не є рівноправними: всередині кожної категорії одні об'єкти є психологічно набагато значущими, ніж інші. Такі центральні члени мають особливий когнітивний статус – “бути найліпшим прикладом категорії, її головним репрезентантом”. Їх названо прототипами, або основними точками когнітивної референції. Навколо таких прототипів у свідомості індивіда об'єднуються усі інші об'єкти, що входять до категорії.

КЛІШЕ (фр. *clique* – відбиток) – зворот, що легко відтворюється в певних ситуаціях і контекстах, зберігає свою

семантику та виразність, відповідає психічним стереотипам національного світобачення; через легкість до відтворення сприяє автоматизації мовлення, прискорює процес комунікації, економить час і зусилля мовців, але втрачає оригінальність мовотворення.

КОГНІТИВНА ЛІНГВІСТИКА – лінгвістична дисципліна, в якій функціонування мови розглядають як різновид когнітивної діяльності, а когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджують через мовні явища.

КОГНІТИВІСТИКА, когнітивізм (англ. *cognitive science*) – інтегральна міждисциплінарна галузь досліджень, що займається створенням моделей свідомості, пов'язаних з опрацюванням знань, прийняттям рішень, розумінням природної мови, логічними висновками, аргументацією та іншими видами когнітивної діяльності. Предметом когнітивної науки є дослідження механізмів людської свідомості, що забезпечують оперативне мислення та пізнання світу. **Мета когнітивних досліджень** – побудувати інтегральну картину процесів мовлення, мислення та інтелектуальної поведінки людини. Знання є основною досліджуваною категорією. Їх розглядають як знаряддя, результат та інструмент когнітивних процесів, а також як когнітивні операції над знаннями.

КОЛОН (лат. *colonus*) – фігура, що коротко й точно передає думку за допомогою скорочених ритмічних членів вислову (колон): *І недругам допомогли, і своїм не зашкодили*.

КОМІКС – графічно-оповідний жанр, серія малюнків із короткими текстами, що утворює цілісну розповідь; книжка з такими малюнками.

КОМІСІВ – тип мовленнєвого акту, що виражає прийняття певних зобов'язань, відповідальності тощо.

КОМПЛЯЦІЯ (лат. *compilatio* – пограбування) – несамостійна літературна чи журналістська публіцистика, побудована на надмірному використанні чужих праць.

Компіляційний твір не містить висновків і самостійних суджень автора.

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

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНЦІЯ – система знань про правила мовної комунікації, що складається із знань моделей комунікативної поведінки, знання мовного етикету, шаблонів спілкування.

КОМУНІКАТИВНА МЕТА – мета комунікативного акту: інформування, навмисне створення непорозуміння, ескалація напруженості, створення певної думки.

КОМУНІКАТИВНИЙ ЕФЕКТ – дієвість комунікативного акту, тобто відповідність комунікативної інтенції мовленнєвого акту його результатам.

КОМУНІКАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ – механізми комунікативної спроможності та передумови комунікативного успіху, закладені у висловлюваннях.

КОМУНІКАЦІЯ (лат. *communicare* – “перебувати у зв’язку, брати участь, об’єднуватися, спілкуватися з кимось”, англ. *communication*) – термін, що має понад 200 значень, з них головні: трансмісія (трансляція, передавання) інформації, ідей, емоцій, умінь; порозуміння; вплив на людей за допомогою знаків і символів; об’єднання за допомогою мови чи знаків; взаємодія за допомогою символів; обмін думками між людьми; комунікація як складник суспільного процесу, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль; взаємодія (інтерація, від англ. *interaction* – “взаємодія”); сприймання людини людиною (перцепція, від лат. *perceptio* – “сприймання”) тощо. Спілкування має два види, які реалізуються здебільшого одночасно: **вербальне** (лат. *verbum* – “слово”), тобто словесне; і **невербальне** – поглядами, мімікою, жестами, штучними умовними знаками та ін. (дорожні знаки, певні символи).

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

КОНОТАЦІЯ (лат. *con* – разом, *notatio* – позначення) – одне з основних понять стилістики, яке означає додаткові семантичні та стилістичні відтінки, що накладаються на основне значення слова в процесі комунікації і надають вислову експресивного забарвлення, певного тону, колориту.

КОНСТРУКТИВІЗМ – соціальна теорія, основою якої є твердження, що люди витворюють (конструюють) свої світи через соціальну практику та комунікацію. Такий підхід відмінний від уявлень, за якими особистість набуває свідомості й культури, а не витворює їх сама.

КОНТЕКСТ (лат. *contextus* – тісний зв’язок, з’єднання) – лінійне синтагматичне оточення, яке потрібне (чи достатнє) для реалізації потенцій значення слова або таке, що здатне творити певні зміни в значенні. У широкому розумінні контекстом вважають мовне оточення, ситуацію й умови спілкування, а також національно-культурне довкілля.

КОНЦЕПТ (лат. *concupere, conceptus* – сенс, думка, поняття) – комплекс культурно зумовлених уявлень про предмет, що співвідноситься з поняттям, ментальний прообраз, ідея поняття, саме поняття. У мові концепт має певне ім’я, оскільки реальність відбивається у свідомості не безпосередньо, а через мову. У логіці – сутність знака (імені). Загальна думка, формулювання.

КОНФОРМІЗМ – пасивне, пристосовницьке прийняття готових стандартів у поведінці, безапеляційне прийняття наявних порядків, норм і правил, безумовне схиляння перед авторитетами, прагнення до згладжування суперечностей, пристосовництво, угодовство.

КОПРАЙТ – авторське право – позначка, яка ставиться на друкованому виданні перед прізвищем автора і вказує на захищеність авторських прав відповідно до закону.

КРЕАТИВНІСТЬ – тип інтелектуально-творчих здібностей особистості, здатність породжувати незвичайні

ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко розв'язувати проблемні ситуації. З-поміж усіх інших інтелектуальних здібностей психологи виокремлюють креативність в окремий тип. Вивчення чинників творчих досягнень особистості проводять у двох напрямках. Це пізнання життєвого досвіду та індивідуальних особливостей творчої людини (особистісні чинники) й аналіз творчого мислення та його продуктів (чинники креативності: чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність під час розв'язання проблем та ін.).

КУЛЬТУРА – рівень досягнень народу в їх матеріальному і духовному житті. До матеріальної культури належать техніка, матеріальні цінності. До культури духовної належать наука, мистецтво, література, філософія, освіта, а також традиції. Побутова культура, щоденне спілкування, звички людей, норми спілкування, коди міміки і жестів, національні картини світу, які віддзеркалюють специфіку сприйняття навколишньої реальності, національні особливості мислення представників тієї чи іншої культури. Національні особливості мислення і поведінки відображаються у мові. Мова впливає на розуміння світу. Люди живуть не тільки в об'єктивному світі речей і не тільки в світі суспільної діяльності, як це переважно розуміють, вони перебувають під істотним впливом тієї конкретної мови, яка є засобом спілкування для цього суспільства.

КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ – культурні вартості, стиль життя та інші характеристики певної групи чи кількох груп людей, з якими члени цієї групи асоціюють чи пов'язують себе. Завдяки їм людину часто трактують як члена певної культурної групи.

КУЛЬТУРНИЙ ІМПЕРІАЛІЗМ – критичне уявлення, за яким поширення у світі модерних артефактів, образів та стилів життя (від панівних світових мов і поп-музики до побутової електроніки) є сучасною формою культурного гноблення або ж “імперіалізму”. Зазначені процеси працюють на інтереси

(економічні, політичні, культурні) великих світових держав – США, Великої Британії, Німеччини, Японії.

КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ – знання і стилі, сформовані культурою, як ресурси формування особистостей та досягнення суспільного впливу.

КУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР – географічні й символічні терени, в яких шляхом людської комунікації твориться культура.

ЛАКУНИ – базові елементи національної специфіки лінгвокультурної спільноти, які створюють труднощі інокультурним реципієнтам у розумінні деяких фрагментів тексту. До мовних лакун належать лексичні, граматичні, стилістичні, а також національно-специфічні (лакунізовані) особливості мовлення: спосіб заповнення пауз, етикетні характеристики актів спілкування тощо. Головними ознаками лакун вважають малозрозумілість, незвичність (екзотичність) і т. д. Процес розкриття значення національно-специфічного слова називають заповненням лакун – тлумачення, морфологічний переклад, дослівний переклад, докладний коментар (зокрема в післятекстових виносках).

ЛЕКСИКА (грец. *lexikos* – словесний) – словниковий склад мови. У стилістиці кваліфікується як стилістичний матеріал. За призначенням і сферою використання виділяють різні групи лексики: загальноживану, 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.

ЛЕКСИКА КНИЖНА – слова, що пов'язані своїм походженням і використанням із книжними стилями.

ЛЕКСИКА НЕЙТРАЛЬНА – слова, що не мають стилістичного забарвлення і стильового призначення, можуть однаково вживатися в усіх стилях. У стилістичній парадигмі вони є нейтральною основою, домінантою, до якої додаються стилістично забарвлені синоніми, утворюючи синонімічний ряд.

ЛЕКСИКА ОФІЦІЙНО-ДІЛОВА – слова та усталені вислови (кліше, штампи), що є стилістично визначальними для документів і офіційних паперів.

ЛЕКСИКА РОЗМОВНА – слова, що виникли і вживаються в живому усному мовленні.

ЛЕКСИКА ФАМІЛЬЯРНА – слова, що вживаються у спілкуванні, не обтяженому етичними нормами, безцеремонна лексика.

ЛЕКСИЧНА СТИЛІСТИКА – розділ описової стилістики про стилістичні можливості різних шарів лексики та доцільність використання відповідної лексики у певних функціональних типах мови.

ЛІНГВІСТИЧНА СТИЛІСТИКА – мовознавча наука про стилі, стилістичні засоби мови і прийоми їх використання.

ЛІНГВІСТИЧНА ДЕМАГОГІЯ – використання в мовленні ЗМІ універсальних висловів як конкретних субститутів, які пов'язані зі здатністю мови видавати одне за інше.

ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ – комплексна дисципліна, що досліджує багатоаспектну внутрішню організацію зв'язного тексту – семіотичну, семантичну, структурну, комунікативно-прагматичну.

ЛІНГВІСТИЧНІ ГЕШТАЛЬТИ (нім. *Gestalt* – фігура, структура) – гіпотетичні універсальні структури, що “вписують” мову в загальний контекст свідомості людини, відтворюють її взаємодію з іншими когнітивними процесами свідомості – мисленням, сприйняттям світу, емоціями, різноманітними локальними операціями когнітивної та моторної діяльності тощо.

ЛІНГВОЕКОЛОГІЯ – лінгвістична дисципліна, що досліджує проблематику мовного мовленнєвого середовища в її динаміці, передусім проблематику мовної та мовленнєвої деградації (чинники, що негативно впливають на розвиток мови та її мовленнєву реалізацію) і проблематику мовної й мовленнєвої реабілітації (чинники, шляхи і способи збагачення мови і вдосконалення суспільно-мовленнєвої практики). Предметом дослідження лінгвоекнології є взаємодія (у широкому значенні) суспільства і мови, а завданням – досягнення гармонії в цій взаємодії.

ЛІТОТА (грец. *litotes* – простота) – образне применшення.

ЛОНГРІД (англ. *longread* – довге читання) – медіажанр, в якому великий обсяг текстової інформації поєднано з максимумом мультимедійності: відео, аудіо, інфографіки, інтерактивних карт, фотоілюстрацій тощо.

МАКАРОНІЗМИ (італ. *maccheroni* – макарони) – жартівливо перекручені слова на лад іншої мови.

МАРКЕР (англ. *marker*, утвор. від дієсл. *to mark* – мітити, робити помітки; те, чим мітять) або **фломáстер** – інструмент для писання та малювання за допомогою спеціального чорнила.

МАРКОВАНІЙ – вживається у вислові “стилістично маркований”, тобто такий елемент, що має стилістичне значення або забарвлення.

МАРГІНАЛЬНЕ – термін стосується особистостей, груп, цілих країн і культур, політичні, економічні та культурні можливості і вплив яких є порівняно незначні.

МАСКУЛІЗМИ (лат. *masculus* – чоловічий) – іменники, які мають форму граматичного чоловічого роду, але позначають осіб обох статей; слова спільного роду, розмежування статі не закладене у формі слова. Це назви офіційних адміністративних, посадових осіб: *президент, прем'єр-міністр, посол, дипломат*; назви наукових ступенів і звань: *кандидат* або *доктор наук, доцент, професор*; назви осіб за військовим фахом: *лейтенант, капітан, офіцер*; назви соціально-оцінних характеристик: *депутат, член уряду*.

МЕГАЛОМАНІЯ (грец. *μεγαλομανία* від *μεγαλο* – значне перебільшення), **МАНІЯ ВЕЛИЧІ** – тип самосвідомості або поведінки людини, яка виражається в найвищому ступені переоцінки своєї важливості, популярності, влади, політичного впливу тощо.

МЕДІА (англ. *media* – засоби, способи) – канали та інструменти, які використовують, щоб зберігати, передавати й поширювати інформацію чи інші дані; новинні медіа; масові медіа.

МЕДІАКРИТИКА – журналістська діяльність, спрямована на опис, моніторинг, аналіз та оцінку медій чи медійного продукту; набір методів, які дають змогу збагнути суть медіадіяльності, включно з її можливостями, впливами, сприйняттям, упередженнями та ідеологічними фреймами.

МЕДІАТЕКСТ – усний чи писемний твір масовоінформаційної діяльності. За медіатекстом стоїть мовна особистість журналіста, його світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність. Для медіатексту, як і тексту взагалі, характерні логічна завершеність висловлювань, комунікативний намір та прагматична установка. Відображення в тексті події передбачає наявність у ньому затексту (те, що за кадром) – фрагменту події, що описується в тексті. Затекст присутній тут неявно. Одним із комунікативних завдань медіатексту – описати затекст так, як його бачить журналіст. Підтекст – це прихована інформація, яка впливає з тексту завдяки асоціативності його одиниць і їх здатності виявляти сутність висловлюваних думок. Читач чи глядач може не зрозуміти підтексту, якщо він не помітить у тексті сигналів, що натякають на неявні оцінки автора. Текст як засіб комунікації вимагає від автора під час розгортання текстового змісту дотримання певних прагматичних правил, які мають забезпечувати спільний для комунікантів фонд знань – картину світу, загальну пресупозицію, тобто має бути глибинний компонент змісту висловлювання, який забезпечує істинну суть думки, щоб речення не сприймалося як

семантично аномальне або нерелевантне для певного контексту (*релевантний* – від англ. *relevant* – *доречний, істотний – здатний служити для розрізнення мовних одиниць*).

МЕДІАСТУДІЇ – галузь досліджень, пов'язана із контентом, історією та впливом медій, особливо масмедій.

МЕЙНСТРІМ (*mainstream* – “головне річище”) – узвичаєні, визнані соціокультурні форми.

МЕЙОЗИС (грец. *meiosis* – зменшення) – вислів зі значенням навмисного применшення якоїсь оцінки. Наприклад, замість *добре* вживають *так собі, може бути*. Використання демінутивних утворень не для зменшення, послаблення ефекту, а для підсилення, інтенсифікації: *у керівника зубки прорізувались*.

МЕЛІОРИЗАЦІЯ (лат. *melior* – кращий) – процес набування словом позитивного значення.

МЕЛОДИКА (грец. *melodos* – співучий) – звукова крива фразової інтонації; композиційна ознака тексту.

МЕНТАЛЬНИЙ – такий, що належить до сфери певного способу мислення, світосприйняття.

МЕНТАЛЬНИЙ ЛЕКСИКОН – набір семантичних одиниць, які використовують для опису мисленневих процесів та когнітивних значень мовних висловів.

МЕНТАЛЬНІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ – умовні, функціонально визначені структури свідомості та мислення людини, що виконують певні функції: відтворюють реальний світ у свідомості, втілюють знання про реальний світ та почуття, які він викликає, відображають стани свідомості та процеси мислення.

МЕТАЛІНГВІСТИКА (грец. *meta* – між, після, через і мова) – мова, яку використовують для опису самої мови (лінгвістична термінологія, використання одиниць мови: пишу – *особова форма дієслова*).

МЕТАПЛАЗМ (грец. *meta* – після і *plasma* – створене) – 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 (грец. *metaphora* – переміщення, віддалення) – один із найпоширеніших тропів, що виникає в результаті вживання слова в переносному значенні за схожістю означуваного предмета з іншим. Метафора нагадує згорнене порівняння, компактна й образна.

МЕТОД – цей термін живають у двох сенсах. З погляду соціологічної традиції етнометодології, метод означає спосіб, у який люди оформлюють, означають, осмислюють навіть найбуденніші дії у своєму житті. Натомість з погляду теорії використань і задоволень метод означає стратегії щодо мас-медіа, які застосовують люди, щоб задовольнити свої потреби.

МЕТОДОЛОГІЯ – стратегії та процедури, які застосовують соціологи у своїх дослідженнях.

МЕТОНІМІЯ (грец. *metonymia* – перейменування) – троп, образний переносний вислів, в якому предмет замінюється іншим, але не за подібністю, а за суміжністю і реальними зв'язками між ним.

МИСТЕЦТВО МОВЛЕННЯ В ЗМІ – майстерне поєднання творчого мислення, переконливої аргументації та культури мовлення з метою ефективного інформаційного впливу. Мистецтво мовлення інтегрує в собі комплекс якісних рис професіоналізму журналіста: глибокі знання з теорії масової комунікації, логіки, лінгвістики, риторики, еристики, психології, етики та інших наук.

МІМІКРІЯ (маскування) – *перен.*: безпринципне пристосування до навколишніх суспільних умов; одним із найвідоміших прикладів тварини, якій властива мімікрія (зміна захисного кольору і форми) – *хамелеон*.

МНЕМОНІКА (грец. *mnemonikon* – мистецтво запам'ятовування) – сукупність прийомів запам'ятовування підготовленої промови або її нотаток, плану, композиції, яке потребує володіння технікою ефективною оперативної пам'яті.

На відміну від природного запам'ятовування таку техніку називали штучною пам'яттю.

МОВА – 1. Найважливіший засіб спілкування людей, тобто засіб вираження і повідомлення думок, почуттів і волевиявлень людини. Мова нерозривно пов'язана з мисленням і служить не тільки засобом вираження думок, а й знаряддям думки, засобом формування і оформлення думки. Мова – це “природна категорія” мислення. Мова становить систему знаків, матеріальних за природою і соціальних за своїми функціями. Кожний елемент мови виявляє себе і виконує певну функцію лише у взаємному зв'язку і в єдності з іншими елементами мови. Існування мови виявляється в її функціонуванні, у мовленні. У процесі функціонування мова перебуває в стані постійного розвитку. Закони розвитку мови є об'єктивними законами. 2. Будь-яка мовна система, що відтворює одну з функцій природної мови, або функціонує як її заміник. 3. Те саме, що стиль. Мова автора. Мова газети. Мова книжна. Мова є знаковим механізмом спілкування; сукупність і система знакових одиниць спілкування. Мова у мовленні відтворює мислення людини, яке є продуктом її когнітивної здатності та психіки. Важливим є розуміння творчого, креативного характеру мови та потреби вивчати саме цей аспект діяльності комунікантів. Мова є виявом ментального феномену, тобто феномену психіки людини. Когнітивна наука трактує мову як ментальну сутність.

МОВА ІМПРОВІЗОВАНА – мовлення на певну тему без попередньої підготовки, спричинене конкретною ситуацією або є живою компіляцією відомих мовцеві виражальних засобів. Така мова потребує від автора досвіду, великих знань, смаку і таланту імпровізації.

МОВЛЕННЯ – процес добору і використання засобів мови для спілкування з іншими членами певного мовного колективу. Мовлення є формою існування живої мови, у мовленні мова функціонує і в процесі функціонування перебуває у постійному розвитку. Мова і мовлення взаємно і нерозривно пов'язані

між собою. Мовлення існує на основі певної мови, а мова виявляє себе в мовленні її носіїв. Мова щодо мовлення – явище загальне, вона належить усім, хто нею користується. Мовлення ж – часткове, окреме, індивідуальне щодо мови. Це одна з багатьох форм загального, що виникає у процесі спілкування в устах окремих осіб у різних життєвих обставинах. Основою всякого мовлення є елементи мови, але водночас у мовленні можуть бути (і здебільшого є) й такі елементи, яких у мові немає, бо кожна людина є не тільки носієм певної мови, але й її творцем. Це послідовність мовних знаків (насамперед слів), організована (побудована) за правилами мови й відповідно до вимог висловлюваної інформації.

МОВЛЕННЄВА ДІЯЛЬНІСТЬ – сукупність психофізіологічних робіт людського організму, важливих для побудови (організації) мовлення.

МОВНА ОСОБИСТІТЬ – це поєднання в особі мовця його мовної компетенції, прагнення до творчого самовираження, вільного, автоматичного здійснення усебічної мовної діяльності. Мовна особистість свідомо ставиться до своєї мовної практики, несе на собі відбиток суспільно-соціального, територіального середовища, традицій виховання в національній культурі.

МУЛЬТИМЕДІА (багатомедійність) – поєднання різних медіумів, які тісно взаємодіють один з одним: текст, аудіо, відео, анімація, нерухомі образи (малюнок, фото, діаграми тощо); взаємодія візуальних і аудіоефектів з інтерактивним програмним забезпеченням; поєднання тексту, звуку і графіки, а також анімації та відео; характерною особливістю мультимедійних текстів є гіперпосилання.

МОНОЛОГ (грец. *monos* – один і *logos* – слово, мовлення) – функціонально-комунікативний вид мовлення однієї особи, не розрахований на словесну реакцію інших.

МОТИВ – імпульс чи порух, що зумовлює людську дію.

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

НОТАБЕНЕ (лат. *nota bene* – зверни увагу) – помітка, позначка в книзі, газеті, журналі, рукописі, документі біля слів чи висловів, на які слід звернути особливу увагу (скорочено NB).

НОТАЦІЯ (лат. *notatio* – позначення, зауваження) – настанова, повчання з осудом чиєїсь поведінки, вчинків і т. ін.

НОУМЕН – у платонізмі та середньовічній схоластиці те, що досягається розумом на противагу даному в чуттях (феномену). У філософії Канта – поняття, яке фіксує, що межею пізнання є чуттєвість.

НОУТБУК (англ. *notebook* – записник) – мобільний персональний комп'ютер невеликого розміру.

НОУ-ХАУ (англ. *know how* – знати, як) – 1. Технічні знання, досвід, додаткова документація, передача яких обумовлюється спеціальною угодою між сторонами. 2. Те саме, що *новація*.

ОБРАЗ – 1. Особлива форма естетичного освоєння світу, коли 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.

ОКСЮМОРОН (ОКСИМОРОН) (грец. *oxymoron*, від *oxys* – гострий, колючий і *moros* – дурний, безглуздий) – стилістична фігура, в якій поєднуються протилежні за змістом, контрастні поняття, що спільно дають нове уявлення, новий яскравий образ. “Несумісність” частин оксюморона становить основу експресивного ефекту. Напр.: *гарячий сніг, дзвінка тиша, гірка радість, плюралізм єдності* (Літ. Укр.), *гіркий цукор; Їй право, не страшно вмерти, а страшно мертвому жити* (В. Симоненко); *Джсерелом вдарить ніжність із грубості, Заворкують живі струмки* (В. Симоненко);

Живий труп. Щаслива печаль (Д. Павличко). Вільна неволенька (М. Грабовський).

ОРАТОР (лат. *orator*, від *oro* – говорю) – особа, яка виголошує промову чи інший ораторський твір; той, хто володіє мистецтвом публічного виступу.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО – майстерність виголошення усних промов, що ґрунтується на засвоєнні основних тверджень риторики та особливих якостях мовця; те саме, що й *вітійство, елоквенція, красномовство*.

ОРАЦІЯ (лат. *oratio* – голосна вимова) – предметом, матеріалом античної, зокрема еллінської, риторики спочатку була тільки жива, гарно виголошувана мова. Риторика писемної мови з'явилася пізніше як відображення живого красномовства. Ораціями називали красномовні виступи. У “Лісовій пісні” Лесі Українки: *Убрана по-буденному, а править таке, немов на свято орацію!*

ОРНАМЕНТ (лат. *ornamentum* – прикраса) – елементи прикрашання.

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

ОРТОДОКСІЯ (грец. *orthodoxia* – мислю правильно) – неухильне дотримання постулатів, тверда послідовність у поглядах; а) позитивна ортодоксія – вірність поглядам; б) негативна ортодоксія – застиглість, відсталість думки.

ОРТОЛОГІЯ (грец. *orthos* – правильний і *logos* – вчення) – наука про культуру мови, яка вивчає доцільність використання варіантних мовних засобів – лексичних, граматичних, лексико-граматичних. Ортологія регулює вживання варіантних засобів у різних мовних ситуаціях, розглядає питання вибору словоформ, конструкцій у певному функціональному стилі, нормативність конструкції з погляду сучасної літературної мови тощо.

ПАНСЛАВІЗМ – теорія всеслов'янської єдності у тій чи іншій формі, а також відповідний політичний рух.

ПАРАБОЛА (грец. *parabole* – зіставлення, порівняння) – притча, коротка казка, анекдот, алегорична розповідь повчально-моралізаторського змісту, які додають до тексту твору, щоб активізувати увагу слухачів.

ПАРОНІМИ – однокореневі слова, які подібні за структурою і вимовою, належать до однієї частини мови чи мають спільні граматичні ознаки, але різняться за своїм значенням. Наприклад: *Адрес – адреса. Гривна – гривня – грива. Тактовний – тактичний. Ознайомитись – познайомитись*. Як стилістичний засіб пароніми підсилюють виразність думки, використовуються для створення гри слів, каламбурів, забезпечують милозвучність архітекτονіки тексту.

ПАРЕНТЕЗА (грец. *parenthesis* – внесення) – введення у фразу елементів, не пов'язаних з нею синтаксично (вставні та вставлені слова, словосполучення і речення): *Вже почалось, мабуть, майбутнє. Оце, либонь, вже почалось* (Л. Костенко).

ПЕРВАЗІЯ (лат. *persuadere* – переконувати, заспокоювати) – синтез інтелектуальних, моральних, емоційних складників (елементів, компонентів) мови, скерованої до розуму, волі й почуттів адресата. Це основна ознака гарної риторичної мови, що покликана переконувати слухача.

ПЕРЕКОНАННЯ ЧЕРЕЗ ПІДСВІДОМІСТЬ – спроби впливати на мислення й діяльність людей, використовуючи опосередковану (через мас-медіа) образність, яка ніби діє за порогом свідомого сприйняття. Звернення до підсвідомих прагнень.

ПЕРІОД (грец. *periodos* – кругообертання) – 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 *анодозис* – завершення думки й зниження тону.

ПЕРСОНІФІКАЦІЯ (лат. *persona* – особа і *fasio* – роблю) – троп, що утворюється перенесенням ознак особи на предмети, речі, явища, тваринний і рослинний світ.

ПІАР, Пі-ар (англ. *PR* – скорочення від англ. *public relations* – зв'язки з громадськістю) – особливий вид діяльності, спрямований на формування суспільної думки. Передбачає систему заходів для рекламування політичної акції, виборчої кампанії, бізнесу, виробництва, благодійності тощо. Піар інформує громадськість і співпрацює з нею. У бізнесі зв'язки з громадськістю є одним з видів маркетингу.

ПЛАГІАТ – привласнення тексту з чужого літературного чи іншого твору без дозволу автора і без зазначених джерел.

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

ПОВІДОМЛЕННЯ або послання – зміст комунікації; символічні форми, які створюють, щоб репрезентувати певні наміри відправника, але можуть інтерпретуватися по-різному.

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС – сприйняття політичних новин. Розглядають три дискурсні компоненти: *когнітивні, формальні та емоційні*. **Когнітивні схеми** містять пресупозиції стосовно побудови світу, знання про політичну ситуацію, здатність робити висновки та визначати наміри дійових осіб або організацій, про які йдеться; **формальні схеми** – текстові структури, знайомі читачам або слухачам (одержувачам інформації про новини); **емоційні схеми** – носії норм та цінностей, властивих групам людей та індивідам.

ПОЛІСЕМІЧНІСТЬ – поняття з галузі семіотики, згідно з яким знаки (символи, образи) мають багато можливих значень та інтерпретацій.

ПРАВНИЧА ЛІНГВІСТИКА – новий перспективний напрям міждисциплінарних досліджень, що набуває особливої актуальності в умовах розбудови правової держави, реформування правової системи, активізації

кодифікаційного процесу в Україні. Предметом вивчення правової лінгвістики є мова, яка функціонує у сферах законодавства і правозастосування, судочинства і нотаріату, юридичної документації, правової науки й освіти, правової інформації та правової публіцистики. Вона визначає функції та специфіку мови права, її основні різновиди і жанри, систему правил створення й інтерпретації правових текстів. Правнича лінгвістика розглядає мову права як найважливіший засіб правової комунікації, правового пізнання та передавання правової інформації в суспільстві.

ПРАГМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА – 1) лінгвістична дисципліна, яка вивчає використання та функціонування мовних знаків у мовленнєвій комунікації; 2) вимір формування мовних висловлювань, що визначається функціональними особливостями партнерів у мовленнєвому акті, наприклад, комунікативною інтенцією мовця та характером мовних засобів, що він використовує, ситуацією спілкування тощо.

ПРАЙМ-ТАЙМ (англ. *prime* – основний, найкращий і *time* – час) – найзручніший, найкращий час для розміщення реклами в електронних засобах інформації.

ПРЕС-КОНФЕРЕНЦІЯ – зустріч державних, політичних, громадських, наукових діячів із представниками засобів масової інформації для висвітлення питань, що цікавлять широку громадськість (тут активні обидві сторони: це не лише інформування, а й обговорення).

ПРЕС-РЕЛІЗ – оглядова інформація для преси, спеціально підготовлена для поширення в пресі інформація про товар або фірму.

ПРІОРИТЕТНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ – термін лінгвістики медіатексту, який трактує, в який спосіб певні ідеологічні, соціальні й культурні сили суспільства спонукають решту інтерпретувати символічні повідомлення, що формуються основними суспільними інституціями, особливо мас-медіа, щоб суспільна еліта зберегла свою владу.

ПРОСТОРОВА СВІДОМІСТЬ – способи сприйняття відстані й простору (від впливів всесвітніх мас-медіа до сприйняття домашнього оточення).

ПСИХОЛІНГВІСТИКА – наука, яка вивчає процеси мовної діяльності, сприймання й творення мови, наміри мовця в процесі здійснення мовного акту. До сфери психолінгвістики входять питання мовного впливу, зокрема й через засоби масової інформації, на суспільну свідомість. Психолінгвістика досліджує зв'язки між змістовою частиною мови, її реалізацією в конкретному мовленні та суспільним мисленням. У результаті вивчення асоціативного мислення мовців створюються словники асоціативної сполучуваності, добирається базовий матеріал для вивчення рідної, а також іноземної мови. Психолінгвістика пов'язана і з психологією, і з лінгвістикою.

ПСИХОЛОГІЯ ТВОРЧОСТІ (самотворчості) – галузь науки, яка вивчає обдарованість, креативність або творчу діяльність як базові характеристики особистості і процес продукування творчого результату. *Творчість* – це відкриття себе, самовираження власного “Я”, самореалізація. *Предметом психології творчості* як науки є творча діяльність у контексті культури, тенденції формування національно-культурної еліти, творчість як форма діалогу культурних традицій.

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ СТИЛЬ – характеризується такими підстилями: 1) *власне публіцистичним* (повідомлення, хроніка, прокламації, відкриті листи, передові статті, огляди міжнародного життя); 2) *науково-публіцистичним* (великі матеріали на теми сучасної політики, економіки та суспільних відносин, літературно-критичні статті, наукові та літературно-мистецькі огляди, рецензії); 3) *художньо-публіцистичним* (нариси, фейлетони, памфлети, мемуари, політичні доповіді); *мовою преси* (інтерв'ю, репортаж, хроніка, нарис); *мовою радіо і телебачення* (мова дикторів); *усною публічною мовою* (промови, виступи на зборах, мітингах); *стиль церемоній*.

РЕМІКС (англ. *remix*) – версія музичного твору, скомпонована шляхом «перемішування» декількох частин

вихідної композиції, накладення на неї різних звуків, спецефектів, зміни темпу, тональності і т.п.; будь-яке нове зведення записаних доріжок, у результаті чого виходить продукт, відмінний від виданого раніше оригіналу.

РЕЛЕВАНТНИЙ (англ. *relevant* – доречний, істотний): 1. Важливий, істотний. 2. Здатний служити для розрізнення мовних одиниць.

РЕПРЕЗЕНТАТИВ – один з основних п'яти типів мовленнєвих актів (інші чотири – директиви, комісиви, експресиви, декларативи). Його ілюкативна мета полягає в експлікації почуттів та ставленні мовця до ситуацій, подій, фактів, про які він повідомляє, зважаючи на те, що саме ці почуття та індивідуальні оцінки можуть вплинути на адекватність та істинність висловлювання.

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ – кодування і відображення символічних форм, які виражають певні ідеологічні положення.

РИГІДНІСТЬ – нездатність журналіста, читача, слухача, глядача до сприйняття та розуміння чужих поглядів, жорстка регламентованість мислення.

РИТОРИКА (грец. *rhetorike* – ораторське мистецтво) – наука про красномовство. В основі цього слова – форма грецького дієслова *reo*, що означала “говорити цілісно, доречно, гарно”. Від нього утворився іменник *rhetor* (ритор), що в процесі розвитку еллінської культури набув кілька значень: мовець на публіку, людина стану (вищого), політик, оголошувач вироку в суді, вчитель вимови, освічена людина, красномовець. Термін *риторика* з'явився зі значенням “уміння, вправність, мистецтво говорити” і став назвою методичних посібників з гарної мови, підручників вимови, а згодом – назвою теорії красномовства для переконання живим словом, шкільного навчального предмета з рідної мови. Передумовами виникнення риторики були суворе право і вільна думка. Проте, з'явившись, риторика стала в обороні краси слова. Латинський термін *oratoria* означав мистецтво красномовства і часто вживався як синонім

практичної риторики. Від нього походить термін “ораторство”, який означає те саме поняття, що й красномовство.

РИТОРИКА НАТУРАЛЬНА – краса природної, живої мови.

РИТОРИКА ОПИСОВА – опис, аналіз, класифікація риторичних засобів мови; виникла на основі опису й аналізу ознак натуральної риторики народної мови.

РИТОРИЧНЕ ЗВЕРТАННЯ – стилістична фігура, якою мовець звертається до слухача, щоб безпосередньо адресувати зміст йому.

САТІАЦІЯ – втрата значення слова через багаторазове повторення або його позаситуативне вживання.

СВІДОМІСТЬ – сукупність (тотальність) світоглядних настанов, поглядів і відчуттів особистості чи групи. Витворюється вона через артикулювання і поширення різних ідей у суспільстві.

СЕЛЕКТИВНІСТЬ – психологічні процеси, за допомогою яких людина вибирає, уникає, сприймає, тлумачить, запам'ятовує або забуває символічні образи.

СЕНТЕНЦІЯ (лат. *sententia* – думка, судження) – вислів, що коротко повчає, як є чи має бути в житті. Сентенція буває безпосередня або алегорична.

СИМВОЛІЧНА ВЛАДА – використання символічних форм, особливо медіаобразів, для впливу на суспільну діяльність і події.

СИМВОЛІЧНА ФОРМА – зміст міжлюдської комунікації, що здійснюється опосередковано, тобто через пресу, фотографію, фільм, телебачення, електронні чи інші технології відтворення й поширення інформації.

СИНХРОНІЯ (одночасність, одночасний) – горизонтальний зріз мови, умовне виділення одного стану, одного історичного етапу розвитку мови, який береться як об'єкт дослідження. Синхронне є все, що стосується статичного аспекту науки; діахронне є все те, що стосується еволюції (Фердинанд де Соссюр).

СИСТЕМА ПОВІДОМЛЕНЬ – спосіб концептуалізації усієї сукупності змісту, що передається певним засобом комунікації, як єдиного ідеологічного цілого.

СЛЕНГ – 1. Розмовний варіант професійного мовлення. 2. Жаргонні слова або вислови, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення.

СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА – процеси повсякденної, неопосередкованої соціальної взаємодії, включно з вербальним і невербальним міжлюдським спілкуванням.

СОЦІАЛЬНЕ ОПОСЕРЕДКУВАННЯ – шляхи поширення, підсилення й змінювання суспільної ідеології через міжлюдську комунікацію з використанням мас-медіа.

СПІЛКУВАННЯ – обмін інформацією (комунікація, від лат. *communico* – спілкуюся з кимось), взаємодія (інтеракція, від англ. *interaction* – взаємодію), сприймання людиною (перцепція, від лат. *perceptio* – сприймання). **Вербальне спілкування** (лат. *verbum* – слово), тобто словесне. **Невербальне спілкування** – спілкування поглядами, мімікою, жестами, штучними умовними знаками та ін. (дорожні знаки, певні символи).

СУБКУЛЬТУРА – увесь спосіб життя (чи його істотні частини) групи людей, що їхні вартості й культурні практики відрізняються від панівної культури (“мейнстріму”), тому вони об'єднують членів групи і формують спільну ідентичність. Субкультури можуть бути в опозиції до “мейнстріму”, а можуть існувати поряд із ним як неконфронтаційні альтернативи.

СУПЕРКУЛЬТУРА – персоналізована матриця символічних форм, неопосередкованих елементів повсякденного життя та інших набутих культурних репрезентацій і форм діяльності.

СУЧАСНА ЛІНГВІСТИЧНА ПАРАДИГМА – система поглядів на мову як об'єкт дослідження, втілена у відповідних концепціях, теоріях, методологіях та дослідницьких програмах,

на базі яких створюються нові дослідницькі напрями, зокрема “гібридні” лінгвістичні дисципліни. Поняття наукової парадигми як певного стилю наукового мислення обґрунтував Т. Кун на початку 60-х років ХХ сторіччя. Парадигмальну динаміку лінгвістики сучасні науковці представляють трьома рівнями: макрорівнем; рівнем парадигмальних векторів і тенденцій; рівнем дослідницьких програм та домінуючих лінгвістичних теорій.

СТИЛІСТИКА (лінгвостилістика) – розділ мовознавства, що вивчає: а) закономірності існування й структурну будову суспільно зумовлених різновидів мови – функціональних стилів; б) мовні одиниці щодо їх додаткового експресивно-стильового забарвлення; в) взаємодію різних рівнів словесно-виразових засобів у конкретному тексті, зв'язок їх із позамовними чинниками; г) типологію стильової специфіки текстів.

ТАБУ – заборона вживання певних слів з релігійних, політичних, моральних, етичних причин, що зумовлює потребу заміни і створює умови до виникнення нових стилістичних засобів: парафраз, метафор, евфемізмів.

ТАВТОЛОГІЯ (грец. *tautologia*, від *tauto* – те саме і *logos* – слово) – стилістична фігура, що твориться повторенням подібних за змістом і звучанням слів: *долонь-долиною, ранопораненьку*. Тавтологія – фігура думки, що полягає у свідомому її дотриманні. Тавтологія як невиправдане повторення є стилістичною помилкою: *перший дебют*.

ТВОРЧЕ МИСЛЕННЯ – інтелектуальна здатність людини сприймати, аналізувати, узагальнювати. Творче мислення, як і мислення взагалі, на першому етапі містить такі елементи: образи, уявлення, поняття, судження, висновки. До основних операцій мислення належить: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, класифікація, абстрагування, конкретизація. Динаміку творчого мислення активізує вміння правильно ставити запитання, оскільки вони зосереджують увагу, обмежуючи перебирання гіпотез у пам'яті. Важливим

є мистецтво будувати бесіду. Учасники діалогу (полілогу), аналізуючи факти послідовним формулюванням запитань і відповідей на них, мають розв'язати проблему.

ТВОРЧИСТЬ – вид діяльності, у результаті якої народжується щось нове, досі невідоме, цінне, суспільно корисне.

ТЕЗА (грец. *thesis* – положення, твердження) – фігура думки, яка в лаконічній формі містить основне змістове навантаження повідомлення.

ТЕКСТ (лат. *textus* – тканина, сплетіння, з'єднання) – це усний чи письмовий твір мовотворчого процесу, логічно завершений, складений з низки особливих мовних висловлювань, які об'єднані різними типами лексичних, граматичних, логічних, стилістичних зв'язків, має відповідну скерованість і прагматичну установку. Текст – це єдність змісту та мовлення, яке формує і виражає цей зміст. Текст – максимальна одиниця мови найвищого рівня мовної системи. Текст – це продукт мислення та інтелектуальної діяльності. До загальних особливостей системно-структурної організації тексту належать: архітектоніка тексту, його структурованість і системність, цілісність (когерентність – зв'язний, взаємопов'язаний), просторово-часова дискретність.

ТЕМП – засіб увиразнення мови у фоностилістиці.

ТЕМПОРАЛЬНА СВІДОМІСТЬ – спосіб сприйняття часу. Спосіб, яким мас-медіа впливають на уявлення про час.

ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВИХ АКТІВ – логіко-лінгвістична теорія, що вивчає прагматику та структуру мовленнєвих актів як одиниць мовної комунікації та мовної діяльності загалом. Теорія мовленнєвих актів розвивалася як комплексний дослідницький напрям зусиллями філософів, логіків та лінгвістів. Виділяють п'ять типів мовленнєвих актів: **репрезентативи**, або асертиви (зобов'язують мовця відповідати за істинність висловлювання), **директиви** (директиви мають “імперативну” спрямованість, спонукають слухача до здійснення асертивного мовленнєвого акту...), **комісиви** (накладають на того, хто говорить, обов'язок

виконати певні дії в майбутньому або дотримуватися певної лінії поведінки), **експресиви** (виражають психологічний стан того, хто говорить, стосовно реальних справ, характеризують ступінь його відвертості), **декларативи** (встановлюють відповідність між пропозиційним змістом висловлювання та реальністю).

ТЕОРІЯ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ – напрям сучасної лінгвістики, що вивчає феномен мовного спілкування. Теорія мовної комунікації щільно пов'язана зі спорідненими напрямками, зокрема з теорією мовленнєвих актів, лінгвістичною прагматикою, теорією діалогу тощо.

ТЕОРІЯ ПРЯМОГО ВПЛИВУ – рання теорія суспільної ролі мас-медіа, згідно з якою вплив засобів масової інформації є потужним, безпосереднім, переважно негативним і незалежним від інших чинників.

ТЕОРІЯ РЕЦЕПЦІЇ – напрям лінгвістики медіатексту, який досліджує, як люди формують значення й досвід, вступаючи у взаємодію з текстами і технологіями мас-медіа.

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

ТОНЕМА – мовна одиниця, що диференціюється наголо-сом: *замок – замо́к, дорога – доро́га*, стилістичний засіб у фоностилістиці: *Все квапимось із ніколи в ніколи* (Л. Костенко).

ТОПКА – 1. У риторичній мові користуватися загальними міркуваннями під час викладу якоїсь теми. 2. Загальне твердження, яке можна застосувати до всіх однорідних випадків.

ТОПОС – риторичне поняття: місце (у загальному розумінні) творчості мовця, письменника, в якому зароджуються задуми, теми і т. ін. Топоси є загальні й конкретні (думки, пам'ять, тексти, приклади, символи, знаки), внутрішні й зовнішні, причинові, порівняльні тощо.

ТРАГЕДІЯ – драматичний жанр, для якого характерні гострота й непримиренність зображуваних конфліктів: *“Король*

Лір”, “Макбет” (В. Шекспір), *“Сава Чалий”* (І. Карпенко-Карий).

ТРАНСЦЕНЗУС – це нескінченний вихід за власні межі, це найвища свобода саморозвитку.

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

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРНА МОВА – це унормована форма української національної мови, яка обслуговує всі сфери суспільного і культурного життя українського народу. Найважливіша ознака літературної мови – її унормованість. Норми літературної мови – це система загальноприйнятих правил, дотримання яких обов'язкове для всіх мовців. Питання про норми української літературної мови тісно пов'язане з практичними завданнями культури мовлення. Висока культура мовлення – це передусім знання й дотримання фонетичних, орфоепічних, орфографічних, лексичних, граматичних і стилістичних норм.

ФЕЙК (англ. *fake* – підробка, обман, фальсифікація) – поширена назва людей у мережі, які видають себе за інших на форумах знайомств, ФБ тощо; *фейкові новини; фейкові статті; фейк-контроль і т. д.*

ФЕМІНАТИВИ – потенційно є виразниками чоловічої і жіночої статі, а в структурі мови марковані граматичним жіночим родом, що й зумовило їх назву (лат. *femina* – жінка): *невдаха, нероба, плакса, нахаба, непосида, сирота, всезнайка, забіяка, сіромаха*. Маскулізми і фемінативи: *суддя, слуга, листоноша*.

ФЕНОМЕН – 1. Виняткове, незвичайне, рідкісне явище; людина надзвичайних здібностей, властивостей. 2. У філософії І. Канта явище, протиставлене ноуміну як чуттєво дане, що не досягається досвідом і недоступне людському пізнанню. 3. Явище, що дано нам у досвіді; сприйняте органами чуттів.

ФЕНОМЕНАЛІЗМ – філософське вчення, за яким можливе пізнання лише феноменів, а не сутності речей.

ФІГУРА – певний лад (уклад) висловів, конструкцій, тексту. У давніх греків означало *киталт, вишкіл, постава, постать, фігура, форма, характер, поза в танцях*.

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).

ФОКУС – комунікативний (логічний) центр висловлювання, сфера дії правила.

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

ФОРМУВАННЯ ТЕМАТИКИ – здатність мас-медіа визначати основну суспільну тематику й проблематику (“порядок денний”, англійською – *agenda*) через активне висвітлення одних тем (у новинах, розважальних програмах, навіть рекламі), уникаючи висвітлення інших.

ФРАЗА – ритмомелодійна одиниця спілкування, що не завжди збігається з реченням, але завжди комунікативно інформативна.

ФРЕЙМ – спосіб репрезентації об’єкта, образу чи поняття, який впливає на інтерпретацію цього об’єкта, образу чи поняття.

ФУНКЦІЯ СТИЛІСТИЧНА – роль мовного знака, що сприяє досконалості, доречності, адекватності мовлення і сприймання.

ФУНКЦІЇ МОВИ – *креативна, комунікативна, мислетворча, репрезентативна* (представницька), *інформаційна; акумулятивна, гносеологічна*, або *пізнавальна; емоційна* (емотивна), *експресивна, естетична; апелятивна, культуроносна, номінативна, ідентифікаційна* та ін.

ХАРИЗМА – особливий тип легітимності, організації влади та лідерства, заснований на виняткових якостях тієї чи іншої особистості, що дає змогу їй здійснювати у суспільстві функції пророка, вождя чи реформатора. **“Харизма: 1. Виняткова обдарованість. 2. Високий авторитет, який базується на вмінні підкоряти інших своїй волі.** Харизма, як і авторитет, репутація, популярність, передбачає наявність у певної особистості відповідної “аудиторії”. Не можна стати авторитетним лідером, не одержавши позитивних оцінок у читача чи глядача. На відміну від авторитетності чи впливовості, харизма вимагає обов’язкової публічності: насамперед тому, що людина набуває харизму, звертаючись не до розуму, а до почуттів тих, у чийх очах вона із простого смертного перетворюється на пророка, володаря розуму, власника істини. Для цього люди мають бачити і чути її, відчувати магічні сили, що випромінює ця особистість. Ця “магія”, оцінена ніби безстороннім спостерігачем, і описується як харизма. Харизма – це сплав фактів і легенд, вона формується надіями та вірою людей, щоб згодом жити тією вірою.

ХАРИЗМАТИЧНИЙ – той, що має харизму.

ЧАТ – спілкування користувачів в інтернеті у режимі реального часу. Зазвичай під поняттям “чат” мають на увазі обмін текстовими повідомленнями.

ХЕДЛАЙНЕР (англ. *headline* – заголовок) – найбільш очікуваний учасник дійства, концерту чи рок-фестивалю; зазвичай виступає в кінці програми; найбільш привабливий для аудиторії.

ШТАМП МОВНИЙ – типовий, зручний для певних ситуацій вислів, що через часте вживання втрачає свіжість: *розвиток науки і техніки, відбудова народного господарства, в умовах економічної кризи*.

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

INSTAGRAM – обмін фотографіями та поширення їх через власний сервіс або соціальні мережі; один із найпопулярніших сервісів у мистецтві айфонографії.

Wi-Fi, WiFi (англ. *Wireless Fidelity*) – торгова марка, що належить Wi-Fi Alliance. Загальноживана назва для стандарту бездротового (радіо) зв'язку передачі даних.

YouTube (укр. *ютюб*) – популярний відеохостинг, який надає послуги розміщення відеоматеріалів в інтернеті; заснований 14 лютого 2005 року; входить до трійки найбільш відвідуваних сайтів (після Facebook і Google).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Авраменко Олександр. 100 експрес-уроків української. – Київ: Книголав, 2016. – 192 с.

Антоненко-Давидович Борис. Як ми говоримо. – Київ: Либідь, 1991. – 256 с.

Багмут А. Й., Бровченко Т. О., Борисюк І. В., Олійник Г. П. Інтонаційна виразність звукового мовлення засобів масової інформації. – Київ: Наукова думка, 1994. – 191 с.

Бабич Надія. Практична стилістика і культура української мови. – Львів: Світ, 2003. – 434 с.

Бибик Світлана. Усна літературна мова в українській культурі повсякдення: монографія. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2013. – 589 с.

Богдан Світлана. Мовний етикет українців, традиції і сучасність / Відп. ред. Л. О. Пустовіт. – Київ: Рідна мова, 1998. – 476 с.

Бойко Надія. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти: монографія. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2005. – 552 с.

Ботвина Наталія. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навч. посібник. – Київ: АртЕк, 2002. – 205 с.

Бутиріна Марія. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі: монографія. – Дніпропетровськ: Слово, 2009. – 368 с.

Василик Любов. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності: монографія. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 416 с.

Васьківський Юрій. За що ми любимо українську мову // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 12. – С. 41–43.

Гриценко Т. Б. Українська мова та культура мовлення: навч. посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 536 с.

Губерначук Станіслав. Трипілля і українська мова. – Київ: ФОП Стебеляк О. М., 2010. – 232 с.

Дмитровський Зенон. Телевізійна журналістика: навч. посібник. – 3-тє вид., доп. – Львів: ПАІС, 2009. – 224 с.

Єрмоленко Світлана. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови). – Київ: Довіра, 1999. – 432 с.

Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Коць Т. А., Сьота Г. М., Чемеркін С. Г. Літературна норма і мовна практика: монографія / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Ніжин: ТОВ “Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2013. – 320 с.

Єрмоленко С. Я., Вокальчук Г. М., Ганжа А. Ю., Гнатюк Л. П., Сьота Г. М. Територія мови Тараса Шевченка: монографія / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. – 348 с.

Житарюк Мар’ян. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія. – Львів, 2008. – 416 с.

Забіяка В. А., Забіяка І. М. Світ фразеологізмів. Етимологія, тлумачення, застосування: практ. посібник. – Київ: ВЦ “Академія”, 2012. – 304 с.

Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: БАО, 2004. – 480 с.

Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми / Укладачі: Т. Петрів, А. Сафаров, В. Сьомар, О. Чекмишев. – Київ: Нічлава, 2006. – 100 с.

Зорівчак Роксолана. “Боліти болем слова нашого...”: поради мовознавця. – 2-ге вид., доопр. і доп. – Тернопіль: Мандрівець, 2008. – 176 с.

Здоровага В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.

Капелюшний А. О. Телебачення прямого ефіру: практика мовлення, типові помилки: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2011. – 400 с.

Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – Львів: ПАІС, 2009. – 432 с.

Караванський Святослав. Секрети української мови. – 2-ге вид. – Львів: БаК, 2009. – 344 с.

Квіт Сергій. Масові комунікації: підручник. – Київ: Видавничий дім “Києво-Могилянська Академія”, 2008. – 206 с.

Кісь Роман. Сенс сенсотворення. Впровадження до філософії. – Львів: Афіша, 2013. – 390 с.

Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. – Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. – 335 с.

Коваль А. П. Спочатку було Слово. Крилаті вислови біблійного походження в українській мові. – Київ: Либідь, 2001. – 312 с.

Кочан І. М. Динаміка і кодифікація термінів з міжнародними компонентами у сучасній українській мові. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. – 519 с.

Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Знання, 2008. – 423 с.

Кочан І. М., Токарська А. С. Культура рідної мови: збірник вправ і завдань. – Львів: Світ, 1996. – 232 с.

Крупський І. В. Мовна диференціація преси Галичини напередодні Першої світової війни // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 2014. – Вип. 39. – С. 234–241.

Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі масмедійної комунікації: монографія. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2010. – 304 с.

Культура слова. – Київ: Інститут української мови НАН України, 2000–2017.

Культура мови на щодень / Н. Я. Дзюбишина-Мельник, Н. С. Дужик, С. Я. Єрмоленко та ін. – Київ: Довіра, 2002. – 170 с.

Культура спілкування в журналістській практиці: навч.-метод. посібник / Укладачі: Н. Бабич, О. Жук. – Чернівці: Букрек, 2012. – 160 с.

Культура фахового мовлення: навч. посібник / Ред. Н. Д. Бабич. – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – 572 с.

Куньч Зоряна. Українська риторика: історія становлення і розвитку: навч. посібник – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 248 с.

Купчинська Зоряна. Стратиграфія архаїчної ойконімії України: монографія. – Львів: НТШ, 2016. – 1278 с.;

Леся Українка. Листи: 1876–1897 / Упоряд. Прокіп (Савчук) В. А., передмова Агеєвої В. П. – Київ: Комора, 2016. – 512 с.

Лизанчук Василь. Журналістська майстерність: підручник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 376 с.

Лось Йосип. Публіцистика й тенденції розвитку світу: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2008. – 378 с.

Лубкович Ігор. Інформаційна журналістика: методи збору інформації, відображення дійсності та жанри: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2017. – 104 с.

Мак-Квейл Деніс. Теорія масової комунікації. – 4-те вид. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.

Масенко Лариса. Мова і суспільство. Постколоніальний вимір. – Київ: Видавничий дім “КМ Академія”, 2004. – 163 с.

Масенко Лариса. Суржик: між мовою і “язиком”. – Київ: Видавничий дім “Києво-Могилянська Академія”, 2011. – 137 с.

Мацюк Галина. Прикладна соціолінгвістика: питання мовної політики. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 212 с.

Мацюк Галина. До витоків соціолінгвістики. Соціологічний напрям у мовознавстві: монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 432 с.

Мацюк Зоряна, Станкевич Ніна. Українська мова професійного спілкування: навч. посібник. – 2-ге вид. – Київ: Каравела, 2007. – 352 с.

Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови: навч. посібник. – Київ: ВЦ “Академія”, 2007. – 360 с.

Микитюк О. Р. Сучасна українська мова: самобутність, система, норма: навч. посібник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 440 с.

Михайлин І. Л. Основи журналістики. – 5-те вид., доп. і доопр. – Київ: Центр навчальної літератури, 2011. – 496 с.

Миرونюк Д. І. Концепція друкованого видання: навч. посібник. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 140 с.

Огієнко Іван. Наука про рідномовні обов’язки. – Київ: Ярославів Вал, 2014. – 56 с.

Онкович Ганна. Медіаосвіта як навчальна дисципліна // Вища освіта України. Дод. 4. – 2010. – Т. 23. – С. 483–493.

Павлюк Людмила. Текст і комунікація: основи дискурсного аналізу. – Львів: ПАІС, 2009. – 76 с.

Пашук Андрій. Філософський світогляд Івана Франка. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. – 432 с.

Пономарів Олександр. Українське слово для всіх і для кожного. – Київ: Либідь, 2013. – 359 с.

Пономарів Олександр. Культура слова: мовностилістичні поради: навч. посібник – Київ: Либідь, 1999. – 240 с.

Потятиник Борис. Інтернет-журналістика: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2010. – 244 с.

Присяжний Михайло. Студії над шрамами. Публіцистика. – Львів: Астролябія, 2013. – 132 с.

Присяжний М. П., Лозинський М. В. Організація роботи редакції газети і праці журналіста: навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – 180 с.

Радевич-Винницький Ярослав. Етикет і культура спілкування: навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Знання, 2006. – 291 с.

Різун В. В. Теорія масової комунікації. – Київ: Просвіта, 2008. – 260 с.

Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. – 350 с.

Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.

Серажим К. С. Текстознавство: підручник. – 2-ге вид. – Київ: ВПЦ “Київський університет”, 2012. – 528 с.

Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: монографія. – Київ: Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.

Сербенська Олександра, Білоус Марія, Дацишин Христина та ін. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: навч. посібник / За заг. ред. О. Сербенської. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 258 с.

Супрун Л. В. Українська мова в засобах масової комунікації: синтаксис, пунктуація: навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Вінниця, 2008. – 168 с.

Супрун Л. В., Колісник О. М. Українська мова у професійному спілкуванні журналістів: навч. посібник. – Вінниця: Едельвейс і К, 2009. – 200 с.

Тимошик Микола. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання: практич. посібник. – Київ: Наша культура і наука, 2012. – 376 с.

Фаріон Ірина. Мова – краса і сила: суспільно-креативна роль української мови XI – середини XIX ст.: монографія. – 4-те вид., без змін. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 212 с.

Фаріон Ірина. Суспільний статус староукраїнської (руської) мови у XIV–XVII століттях: мовна свідомість, мовна дійсність, мовна перспектива: монографія. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. – 656 с.

Франко І. Я. Ученицька бібліотека в Дрогобичі / Додаткові томи до зібрання творів у 50 т. – Київ: Наукова думка, 2008. – Т. 53. – С. 15–22.

Хоменко Тетяна. “Чорна риторика” сучасності: пошук істини чи маніпулювання свідомістю // Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід): колективна монографія / За наук. ред. проф. Йосипа Лося. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 122–129.

Чекмишев Олександр. Методи конвергованих досліджень соціальних комунікацій: монографія. – Київ: ВПЦ “Київський Університет”, 2011. – 336 с.

Чекмишев Олександр. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум. – Київ: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2004. – 129 с.

Ющук І. П. Практикум з правопису української мови. – 5-те вид. – Київ: Освіта, 2005. – 254 с.

Ющук І. П. Практичний довідник з української мови. – Київ: Рідна мова, 1998. – 233 с.

Ющук І. П. Мова наша українська: Статті, виступи, роздуми. – Київ: Вид. центр “Просвіта”, 2001. – 144 с.

Яцимівська Марія. Моделі міжкультурної персвазії в інтернеті // Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід): колективна монографія / За наук. ред. проф. Йосипа Лося. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 280–293.

Яцимівська Марія. Культура фахової мови журналіста: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2004. – 332 с.

Яцимівська Марія. Термінологічно-понятійний мінімум студента-журналіста: навч. посібник. – Львів: ПАІС, 2008. – 104 с.

Яцимівська Марія. Сучасна українська мова. Практикум із пунктуації: навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – Київ: Знання, 2009. – 262 с.

Яцимівська Марія. Наука про комунікування: генеза, засади, мова // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 2011. – Вип. 34. – Ч. 1. – С. 208–214.

СЛОВНИКИ, ДОВІДНИКИ, ЕНЦИКЛОПЕДІЇ

Берега Тарас. Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української мови. – Львів: Вид-во “Апріорі”, 2015. – 420 с.

Биби́к С. П., Сьота́ Г. М. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків: Фоліо, 2006. – 623 с.

Бідзіля́ Юрій. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. – Ужгород: Закарпаття, 2007. – 224 с.

Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. допов. та CD) / Уклад. і голов. ред. В'ячеслав Бусел. – Київ; Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2007. – 1736 с.

Великий тлумачний словник. Сучасна українська мова від А до Я / Упоряд. Загнітко А. П. – Донецьк: Вид-во “Бао”, 2008. – 704 с.

Вільке Юрген. Публіцистика. Масова комунікація: медіаенциклопедія / Юрген Вільке, Вольфганг Донсбах, Ханс Магіас Кепплінгер, Райнер Матес, Елізабет Ноель-Нойманн / За заг. ред. В. Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси, 2007. – 780 с.

Волощак Марія. Неправильно – правильно: довідник з українського слововживання: за матеріалами засобів масової інформації. – Київ: Вид. центр “Просвіта”, 2000. – 128 с.

Довідник з культури мови / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Київ: Вища школа, 2005. – 400 с.

Енциклопедія афоризмів, крилатих фраз, цитат “Журналіст – це не професія, а звання” / Уклад. А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2008. – 766 с.

Єрмоленко С. Я., Биби́к С. П., Тодор О. Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / За ред. С. Я. Єрмоленко. – Київ: Либідь, 2001. – 224 с.

Капелюшний А. О. Енциклопедія афоризмів, крилатих фраз, цитат “Журналістика – це творчість і ремесло”: Близько 19200 висловів 3300 авторів. – Львів: ПАІС, 2011. – 960 с.

Караванський Святослав. Російсько-український словник складної лексики. – 3-тє вид., випр. і доп. – Львів: БАК, 2016. – 592 с.

Куньч Зоряна. Риторичний словник. – Київ: Рідна мова, 1997. – 342 с.

Левицький Юрій-Мирослав. Мови світу: енциклопедичний довідник. – Львів: Місіонер, 1998. – 342 с.

Левченко Михайло. Опытъ русско-украинского словаря. – Київ: Типографія Губернскаго Управленія, 1874.

Мазурик Данута. Нове в українській лексиці. Словник-довідник. – Львів: Світ, 2002. – 130 с.

Марчук Л. М., Попович А. С. Словник термінології сучасної журналістики. – Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Поділ. нац. ун-т імені Івана Огієнка, 2010. – 89 с.

Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа: словник-госарій термінів і висловів: навч. посібник. – Київ: Київський міжнародний університет, 2007. – 417 с.

Михайлин Ігор. Журналістика: словник-довідник. – Київ: Академвидав, 2013. – 320 с.

Ніньовський Василь. Українсько-англійський і англо-український словник. – К.: МП “Пам'ятки України”, 1993. – 688 с.

Туровська Л. В., Василькова Л. М. Нові слова та значення: словник. – Київ: Довіра, 2008. – 270 с.

Орфоепічний словник української мови: у 2 т. – Київ: Довіра, 2001. – Т. 1–2.

Російсько-український словник / І. О. Анніна, Г. Н. Горюшина, І. С. Гнатюк та ін. – Київ: Абрис, 2003. – 1424 с.

Сагач Г. М. Словник основних термінів та понять риторики. – Київ: МАУП, 2006. – 280 с.

Сербенська Олександра, Білоус Марія. Екологія українського слова. Практичний словник-довідник. – 3-тє вид., випр. й доп. – Львів: Сполом, 2015. – 85 с.

Словарь української мови / Упорядник з додаванням власного матеріалу Б. Грінченко. – Київ, 1907–1909. – Т. I–IV.

Словник епітетів української мови / С. П. Бирик, С. Я. Ермоленко, Л. О. Пустовіт; за ред. Л. О. Пустовіт. – Київ: Довіра, 1998. – 431 с.

Словник синонімів української мови: у 2 т. / А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, С. І. Головащук. – Київ: Наукова думка, 1999–2000. – Т. 1–2.

Словник української мови (СУМ–20): у 20 т. – Київ: Наукова думка, 2010–2016. – Т. 1–6.

Українська мова: енциклопедія. – 3-тє вид., зі змінами і допов. – Київ: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2007. – 856 с.

Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. – Київ: Освіта, 1998. – 224 с.

Уліщенко Ольга. Мова чудова: словник. – Київ: Vivat, 2016. – 356 с.

Фразеологічний словник української мови. У 2 кн. / Уклад.: В. М. Білоноженко та ін. – Київ: Наукова думка, 1999. – Кн. 1. – 528 с. – Кн. 2. – 984 с.

Фразеологія перекладів Миколи Лукаша: словник-довідник / Упоряд.: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. – Київ: Довіра, 2003. – 735 с.

Шевченко Л. І., Ніка О. І., Хом'як О. І., Дем'янюк А. А. Новий словник іншомовних слів. – Київ: АРІЙ, 2008. – 672 с.

Юшук І. П. Словник української мови VI століття. – Київ: Київський міжнародний університет, 2017. – 352 с.

Яцимівська Марія. Сучасний медіатекст: словник-довідник. – Львів: ПАІС, 2005. – 220 с.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

Блог професора Пономарева О. Д. // Доступно з: <http://www.bbc.co.uk/ukrainian>

Вікіпедія – вільна енциклопедія // Доступно з: <http://uk.wikipedia.org>

Житарюк М. Г. Моделі масової інформації // Доступно з: <http://modeli-mi.ucoz.ua/>

Кафедра мови засобів масової інформації ЛНУ ім. Івана Франка / Інформаційна сторінка на ФБ // Доступно з: <https://uk-ua.facebook.com/kafedramovyzmi>

Культура слова / Інформаційна сторінка на ФБ Інституту української мови НАН України // Доступно з: <https://www.facebook.com>

Культура мови: вживання прийменника ЗА // сайт “МОВОЛЮБАМ” // Доступно з: <http://l-ponomar.com/kultura-movy-vzhyvannya-prymennyka-za-krok-odynadtsyatyj/>

Культура мови: вживання прийменника ПО // Доступно з: <http://l-ponomar.com/kultura-movy-vzhyvannya-prymennyka-po-krok-tretij/>

Інтелектуальна кнайпа “Чудова мова” // Доступно з: <http://chumova.com>

Медіашкола професора Ганни Онкович // Доступно з: <https://www.facebook.com>

MOVA.info – лінгвістичний портал // Доступно з: <http://www.mova.info>

Офіційний сайт української мови // Доступно з: <https://www.facebook.com>

Пономарів О. Д. Культура слова: мовностилістичні поради // Доступно з: <http://ponomariv-kultura-slova.wikidot.com>

Сучасна українська мова: е-підручник // Доступно з: <http://www.mova.info/pidrichn.aspx>

Українська мова в інтернеті // Доступно з: <http://www.novamova.com.ua>

Українська мова: енциклопедія // Доступно з: <http://litopys.org.ua/ukrmova/um77.htm>

Уроки державної мови // Доступно з: <http://mova/kreschatik.kiev.ua>

Шейковський Каленик. Опыт южнорусскаго словаря: у 4 т. – Т 1. А–З. – Вип. 1. А–Б. – К.: “Типографія І. та О. Давиденко”, 1861 // Доступно з: <https://books.google.com.ua>

Як правильно говорити українською // Доступно з: <http://moypidbirka.com.ua>

Я розмовляю українською! // Доступно з: <http://www/arkas-prosvita.iatp.org.ua>

Vesper – the free Encyclopedia // Доступно з: <http://en.wikipedia.org/wiki/Vesper>

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

Енцикл. – енциклопедія
ЕУ – Енциклопедія українознавства
Журн. – журнал
ЗМІ – засоби масової інформації
З газ. – з газети
З журн. – з журналу
З кн. – з книги
З посібн. – з посібника
Ін-т – Інститут
Ісп. мудрість – іспанська мудрість
Колумб. прислів'я – колумбійське прислів'я
Нім. прислів'я – німецьке прислів'я
Лат. прислів'я – латинське прислів'я
Літ. – література
Моногр. – монографія
Навч. – навчальний
НАН – Національна Академія Наук
Наук. думка – Наукова думка
Напр. – наприклад
Н. мудр. – народна мудрість
Н. тв. – народна творчість
Підр. – підручник
Пор. – порівняйте
Рекл. – реклама
Спол. – сполучник
Стереотип. – стереотипне
СУМ – Словник української мови
Сх. мудр. – східна мудрість
У знач. – у значенні
Укр. – український
УЕ – Українська енциклопедія
УМЕ – Українська мала енциклопедія
Част. – частка

Навчальне видання

Яцимірська Марія Григорівна

КУЛЬТУРА МОВИ ЖУРНАЛІСТА

Навчальний посібник

Літературний редактор Наталія Драган
Технічний редактор Ігор Полянський
Коректори Наталія Драган, Богдан Маркевич
Макетування і верстка Ігоря Полянського

Підп. до друку 12.04.2017. Формат 60x84/16.
Папір офсет. Друк. офсет.
Умовн. друк. арк. 20,5. Обл.-вид. арк. 20,0.

Видавництво «ПАІС»

Реєстраційне свідоцтво ЛВ № 97 від 11 грудня 2000 року
79007, м. Львів, вул. Гребінки 5, оф. 1
Тел.: (032) 296-60-14, (0322) 72-83-98
e-mail: pais@mail.lviv.ua, www.pais.com.ua