**Термінологічна лексика в різних стилях мови**

1. Термінологія як компонент української лексики.

2. Особливості вживання термінів у публіцистичному стилі.

1. Канцеляризми та штампи у мові ЗМІ.
2. Стереотипи у мас-медійному комунікативному просторі.

**1. Термінологія** (від лат. *Terminus* – божество меж, кордонів та гр. *logos* – слово) – розділ лексики, що охоплює терміни різних галузей науки, техніки, мистецтва, суспільного життя; сукупність усіх термінів якоїсь мови. **Терміном** називається одиниця історично сформованої термінологічної системи, що 1) виражає поняття та його місце серед інших понять, 2) позначається словом або словосполученням; 3) служить для спілкування людей, пов`язаних між собою єдністю спеціалізації 4) належить до словникового складу мови і підпорядковується всім її законам.

Термін уживається для точного вираження поняття з певної галузі знань. Причому термін не тільки називає, а й логічно вичерпно, точно визначає поняття, т.б. містить у собі більше інформації, ніж нетермінологічна одиниця лексики. Крім термінів-слів та термінів-словосполучень бувають терміни-речення. Як правило, це військові та спортивні команди: *Віддати швартові, кроком руш*!

У словниковому складі УЛМ термінологічна лексика займає велике місце. Невпинний розвиток науки і техніки, дослідження в різних галузях знання, міжнародна співпраця вчених спричинюють проникнення термінології майже в усі сфери людської діяльності. Нові поняття, що виникають у науці, вимагають нових слів для називання. У наш час у розвинених мовах близько 90 % нової лексики становлять науково-технічні терміни.

Сучасна українська термінологічна лексика неоднорідна. У її складі є терміни, утворені на питомому матеріалі (деякі з них являють собою кальки іншомовних слів*): речовина, кислота, кисень, напівпровідник, теплообмін, іменник*; велика кількість термінів – слова іншомовного походження: *вектор, генератор, суфікс, політологія*. Це відбувається тому, що, з одного боку, термінологія повинна обслуговувати потреби тієї нації, у мові якої вживається. З іншого боку – при творенні термінології слід зважати на її інтернаціональну комунікативну функцію, яка дедалі зростає. Спільні тенденції в розвитку термінології різних мов переплітаються з власними національними традиціями. Але поєднання запозичених і питомих елементів у сучасній українській термінології не порушує її фонетичної та граматичної структури, її самобутності.

Основна вимога до терміна – він повинен бути ***однозначним*** у межах однієї термінологічної системи, оскільки полісемія в цій сфері призводить до плутанини. Хоча треба сказати, що саме слово термін має у Словнику кілька значень: 1) слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо. 2) розм. Будь-яке слово або вислів. Крім того, це слово має омонім, що має значення „відрізок, проміжок часу”.

Синонімія в термінології теж є небажаним явищем, але синоніми у цьому розряді лексики є. Нерідко до терміна іншомовного походження виникає синонім, створений на рідному грунті: *алфавіт – азбука – абетка, протетичний – приставний, процент – відсоток*. Це так звані ***терміни-дублети***. Щодо них існує тенденція – термін іншомовного походження вживати в офіційно-діловому стилі та в суто наукових працях; створений на питомому грунті – в науково-навчальній та науково-популярній літературі, публіцистиці, художній літературі.

Як правило, терміни не мають яскраво виявленого емоційно-експресивного забарвлення (крім тих випадків, коли вони виступають у ролі стилістичного засобу). Терміни поділяються на ***загальновживані*** (*ідея, гіпотеза, формула*) та ***вузькоспеціальні,*** вживані в якійсь одній галузі науки (*дифузія, метаболізм, евфемізм, субстрат*).

Від термінів треба відрізняти ***номенклатурні назви*** (лат. „перелік, список”). Відмінність полягає в тому, що в основі терміна лежить загальне поняття, а в основі номенклатурної назви – одиничне. До номенклатури входять серійні марки машин, приладів; найменування підприємств, установ; географічні назви. Напр.: *Крим, Корсика, Сардинія*. У ботаніці терміни – *вегетація, квітконосний*; номенклатурні назви – *ялина, сосна, троянда, шипшина*.

**ІІ.** Основна **сфера застосування** термінологічної лексики – офіційно-діловий та науковий стилі. До термінів у науковому стилі ставиться цілий ряд вимог: точне співвіднесення термінів і понять, тенденція до однозначності, співвіднесеність граматичних форм (суфікси і префікси можуть мати класифікаційне значення), системність та ін. У науковому стилі терміни, що виникли шляхом метафоризації, втрачають образність під упливом контексту: „Тут було створене Кирило-Мефодіївське товариство, революційне *крило якого* очолив Тарас Шевченко” (журн.).

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

***Отже, введення термінів у текст*** може здійснюватись у таких формах: 1) Безпосереднє визначення – „На світанку космічної ери виникла гіпотеза *палеоконтакту* – припущення, що в сиву давнину люди були свідками візитів на Землю іншопланетян, і згадки про це ніби відображені в міфах, легендах, у релігійних текстах (газ.).

2) Поступове підведення до терміна, т.б. термін називається після розгорненого опису поняття: „Складна поведінка бджіл – це прояв багатьох послідовних рефлексів. Така послідовність рефлексів, що виявляється в складній поведінці тварин, зветься *інстинктом*”.

3) Аналогізація, т.б. використання при введенні терміна подібних, відомих читачеві прикладів: „Жартома цю теорію можна назвати бутербродною. Але саме так і назвав її доктор Райт – *опсонічна* (гр.”готую їжу”). І справді, на думку Райта, в організмі людини відбувається щось на зразок бенкету”.

4) Ще один спосіб введення терміна у текст – його етимологізація, т.б. пояснення походження: „Слово *ентропія* (гр. „поворот, перетворення”) перейшло в теорію інформації з термодинаміки, де воно служило мірою невпорядкованості в фізичній системі” (журн.).

5) Терміни можуть бути пояснені в дужках або у виносці під текстом: „Якщо зустрічались *омографи* (слова однакові написанням, але різні значенням і вимовою), учні їх пояснювали” (газ).

6) Синонімічне ведення – поряд ставиться термін і нетермінологічна, загальномовна, часом описова назва цього ж поняття).

Усі нехудожні стилі СУЛМ широко користуються термінами у їх прямому значенні, бо термінологія збагачує можливості точного і несуперечливого, логічно переконливого і водночас лаконічного спілкування у найрізноманітніших сферах людського життя.

Термінологічна лексика широко використовується в публіцистичному стилі, що зумовлюється відповідною тематикою публікацій, в яких висвітлюються досягнення сучасної науки та новітні технології. Однак наявність такої лексики не повинна ускладнювати сприймання тексту. Тут терміни вживаються не лише для того, щоб назвати поняття, а й для того, щоб з`ясувати його зміст. Підставою добору терміна повинна бути точність, а не новизна, нагальна необхідність, а не мода, потреба, а не звичка. Доказовість газетної публікації, її переконливість залежать від того, наскільки чітко, однозначно і зрозуміло для читача вводяться в неї необхідні терміни, наскільки вони продумано відібрані. Отже, терміни у мові ЗМІ – не самоціль, а необхідний, прискіпливо відібраний мовний компонент тексту.

Крім уживання термінів у прямому значенні, в публіцистичному стилі вони використовуються як виразний зображальний засіб: „Обірвався мій сон як *трос* од надмірного вантажу”; „Де вчора *айсберги* височіли, там нині золоті *радари* кульбаб просвічуються” (жур.). Термін може зберігати свою номінативну функцію, але, поставлений у невідповідний контекст, створює комічний ефект: „В *топографії* моїх снів аж до сьогодні не було *копальні*” (жур.); „А далі от що! То ми все мали справу з *макроелементами* в добривах, а тепер винайшли *мікроелементи*, такі як *мідь, марганець, цинк*. Їх для удобрення землі треба значно менше. Ото заживемо! Треба, приміром, міді додати як добрива, набрав у кишеню мідних копійок, розидав по копійці на ланку – і гуляй собі! А буряк росте!” (Остап Вишня). Як гумористичний прийом використовують і жартівливий опис термінів: „*Вірус* – одноклітинний організм, створений природою в нагороду людині за науково-технічний прогрес, зокрема за винайдення мікроскопа” (жур.).

У художньому стилі терміни використовують у прямому та в переносному значенні. У прямій (дефінітивно-номінативній) функції – у творах на відповідну тему. Входячи в різні жанри художнього стилю, термінологічна лексика може набувати і виразних стилістичних функцій: „Метелик летів, мов *трансатлантичний лайнер*: рівно, спокійно” (О.Гончар). Але треба бути обережним при користуванні цією лексикою, не перевантажувати нею художнього твору, не знижувати його мовних якостей.

Отже, при введенні термінів до системи виразових засобів слід зважати на об`єкт мистецького зображення. Уміле використання цього розряду слів розширює тематичні обрії літератури, сприяє дальшому збагаченню палітри мовно-зображальних засобів красного письменства, а отже, й СУЛМ.

І я не я, і ти мені не ти. Скриплять садів напнуті *сухожилля.*

Десь грає ніч на скрипці самоти. Десь виє вовк по *нотах* божевілля.

Бере голодну тугу – як з ножа. Дзвенять світів обледенілі дзбани.

І виє вовк. І вулиця чужа В замет сміється чорними зубами.

І виє вовк, ночей моїх *соліст.*.. Заклацав холод іклами бурульок.

Вповзає вовк і тягне мерзлий хвіст, *В сузір`ї Риб* вловивши кілька тюльок.

Ти, вовче, сядь. Ти на порозі ляж. Ти розкажи свою пригоду вовчу.

А смушки скинь. Навіщо *камуфляж*? Ти краще вий. А я собі помовчу.

 (Л.Костенко).

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

- розщеплений присудок (*виконати роботу*);

- скорочене означення (*міндобрива, держзамовлення*);

- нагромадження віддієслівних іменників (*виконання завдання з метою підвищення рівня задоволення потреб населення в наданні послуг з пошиття зручного взуття*);

- „нові прийменники” – прийменники, які походять від повнозначних слів, що втрачають своє лексичне значення (*у питанні використання сировини, в силу складних обставин*)

- слова й звороти канцелярського стилю (*мати місце, резолюція, акт набирає чинності*).

***Способи уникнення канцеляризмів у журналістських текстах*** такі:

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

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

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

\*заміна „нових прийменників” простими, непохідними прийменниками (*у використанні сировини; через складні обставини*).

Закріплені в діловому мовленні формули сприймаються однозначно, отже, допомагають лаконічніше та точніше передати певний зміст. Існування „заготовок” полегшує створення документа і сприйняття інформації, а отже загалом сприяє результативності ділового спілкування. Саме тому стандартні фрази в діловому стилі є функціонально доречними. Але в усному діловому мовленні або в деяких видах службових листів (привітання, запрошення) надмірне вживання стандартних фраз знижує ефективність спілкування.

Негативним явищем є проникнення канцеляризмів у публіцистичну та розмовно-побутову мову. Шаблонні фрази збіднюють її, роблять сухою, мертвою, важкою для розуміння, надають казенного звучання.

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

- універсально-загальні слова, які є замінниками конкретних і не несуть в собі інформації (*дещо зроблено*);

- слова-супутники, „парні слова” (*активна, дійова допомога; гостра критика; гарні успіхи*);

- слова й вислови зі стертою образністю (*біле золото, чорне золото*).

За частого вживання на штамп може перетворитися будь-яка структурна чи змістова одиниця мовлення. Насичені штампами тексти не викликають емоцій та почуттів, вбивають живий інтерес у читачів та слухачів. Саме в цьому полягає їх шкідливий вплив. Відомий мовознавець Б.М.Головін радить: „Для того щоб такого впливу не було необхідна боротьба зі словесними стереотипами, а вона повинна підтримуватись не лише вивченням мови, її виражальних можливостей, а й активною роботою думки і почуттів авторів мовлення: дуже часто словесні стереотипи лишаються неподоланими через властиве чималій кількості людей ледарство думки і душевної байдужості: однаково, як сказати, тільки б так, як дозволено...”

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

*Конструктивним принципом мовлення в ЗМІ є поєднання експресії та стандарту*. Широке застосування мають канцелярські кліше та побутові стереотипи – це найбільш звична й економна форма відображення тематико-ситуативної специфіки ділового та розмовного мовлення. Образна ж експресія, сила якої полягає в індивідуальній неповторності, через постійне масове відтворення може перетворитися в штамп: *люди в білих халатах, блакитне паливо* тощо. Своєрідним джерелом штампів є мова ЗМІ. Негативні властивості штампів перебувають у гострій суперечності з принципами мовностилістичного добору засобів у художньому мовленні.

Штами є однією з ознак збідненої лексики журналістського твору. В лексично збідненому мовленні часто зауважуємо також слова-паразити: *значить, ось, так би мовити, в принципі* та ін. До хиб тексту належить також часте повторювання в ньому тих самих слів: *справа, факт, дещо, даний*. Звичайно, це не стосується тих випадків, коли повторення слів є особливим стилістичним прийомом.

Отже, шлях до очищення мови від канцеляризмів та штампів лежить через розвиток у мовців чуття живого, небанального слова.