

ТЕРМІНОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТУРЕЦЬКОЇ МОВИ ТА ЇХНІ СТИЛІСТИЧНІ ФУНКЦІЇ

Мова турецької масової комунікації відображає усю багатофункціональність сучасної турецької мови, ступінь її інтелектуалізації та рівень культури, зокрема через поширення термінів у різних галузях наук та їхню загальномовну адаптацію. Термінологічна лексика, зафіксована у словниках, по-іншому виявляє себе в газеті, поширюється й ~~узвичаюється~~ в мові читачів. Активна взаємодія і взаємовплив стилів у публіцистиці, зокрема в мові газети, позначаються на динаміці її лексичного складу. З огляду на це мова сучасного турецького газетного тексту потребує ретельного і всебічного вивчення з метою ґрунтовного дослідження шляхів еволюції турецької мови, а вивчення лексичного складу турецької газетної публіцистики є особливо актуальним.

Об'єктом дослідження є мова турецького газетно-публіцистичного стилю, предметом – термінологічна лексика, що активно функціонує на газетних шпальтах.

Термінологія сприймається як частина словникового складу мови, що охоплює спеціальну лексику, яка використовується у сфері професійної діяльності людей. Дослідники, використовуючи в полі основної ознаки системність, вивчають термінологію в замкнутій системі, тобто в ідеальних умовах, де вона позбавлена багатозначності, синонімії. Цю сферу можна назвати сферою фіксації термінології тієї чи іншої сфери науки і практики. При цьому не враховується інша – сфера функціонування термінологічних одиниць, де вони функціонують, вливаючись у загальнолітературне оточення. У термінології виявляється тенденція до моносемічності, але “однозначність” термінів отримують не через умови контексту, а через приналежність до зазначеної терміносистеми. Таким чином, на відміну від слів-нетермінів, слова-терміни не залежать від контексту [Баранник 1967, 8].

Сьогодні до газетного словника потрапляють лексичні одиниці з різних функціональних стилів і жанрів мови. Найбільшою активністю відзначаються елементи розмовного та наукового, значно меншою – художнього й офіційно-ділового стилів. Функціонування книжних елементів пояснюється однією з визначальних рис мови газети – прагненням до логізації викладу.

У словниковому складі турецької газетної мови термінологічна лексика посідає значне місце, адже розвиток науки й техніки, міжнародна співпраця вчених, діячів культури та політики, комерційне співробітництво спричиняють проникнення в газету значної кількості найрізноманітнішої термінології. Саме на терміни покладається завдання повідомити нові поняття в системі різних галузей знань. Особливо активно терміни застосовуються в публікаціях, що розповідають про найновіші відкриття науки і техніки. Останнім часом прискореними темпами розвиваються такі галузі науки: хімія, фізика, кібернетика, біохімія, комп'ютерна техніка тощо, а це супроводжується появою нових термінів у літературній мові, і відповідно в мові газети. Різні газетні жанри насичені термінологією не однаково. Використання термінів тут пов'язане з тематикою та завданнями комунікації. В інформаційних жанрах, наприклад, термін може бути темою, приводом для написання, оскільки їхня мета – повідомлення суспільно важливого явища, події, відкриття; в аналітичних жанрах терміни розкривають сутність висвітлюваного питання на морально-етичну, економічну, юридичну, науково-технічну, політичну теми. Однак наявність такої лексики не повинна ускладнювати сприйняття тексту. У газеті терміни вживаються не лише для того, щоб назвати поняття, а й для того, щоб з'ясувати сутність явища, розкрити його зміст. Унаслідок цього в турецькій газеті віддається перевага загальноновживаним, зрозумілим термінам, звичайно окрім спеціальних газетних видань, які використовують вузьку тематику й відповідну їй професійно-термінологічну лексику.

З мовного погляду в газетному тексті зустрічаються терміни, які складаються з одного слова: *borsa* – біржа, *enerji* – енергія, з двох слів: іменника та прикметника або ізафетного сполучення (двох іменників): *ekonomik kriz* – економічна криза, *kara birlikleri* – сухопутні війська, *tuhtelit takım* – збірна команда.

До складу термінологічної лексики, яку ми зустрічаємо на сторінках газети, входять як власне турецькі слова, так і слова іншомовного походження: *şüphesi* – скептик, *yatırım* – внесок, *referandum* – референдум, *proje* – проект.

Більшість термінів становлять іменники, оскільки номінація є носієм найбільш важливих змістів у пізнанні дійсності.

Зважаючи на взаємини Туреччини зі світовою спільнотою та корінні зміни, які відбуваються в мові масової інформації, зокрема в періодичних виданнях, де відбуваються фіксація та запровадження нової лексики, дедалі важливішу роль відіграє суспільно-політична лексика, адже вона становить частину словника, що утворює назви явищ і понять із суспільно-політичної, соціально-економічної, філософської сфери. Під суспільно-політичною термінологією слід розуміти “відкриту систему номінативних одиниць, різних за походженням, які спеціалізовані лексично (створені або запозичені терміни), семантично (загальноновживані слова, що отримали термінологічне значення) і фразеологічно (новостворені словосполучення номінативного характеру) для вираження понять, що відбивають сферу суспільно-виробничого, політичного життя нації” [Панько, Кочан, Мацюк 1994, 37]. Суспільно-політична лексика є основною в газетному словнику, оскільки центральне місце на сторінках газети посідають суспільно-політичні події. Ця лексика формується і збагачується в процесі суспільного функціонування та розвитку суспільно-політичних наук, що відбувається за загальними суспільними законами.

Загалом можна виділити такі групи політичної лексики, яка активно використовується на сторінках турецької газети:

1) найменування загальних понять: *görüşmeler* – переговори, *mütareke* – перемир'я, *saldırmazlık* – ненапад, *eylet* – акція;

2) слова і словосполучення, що називають методи державної політики та її результати: *sanayileşme* – індустріалізація, *reform* – реформа, *devletleştirme* – націоналізація, *müsadere* – конфіскація;

3) найменування адміністративно-територіальних одиниць: *bölge* – область, *ilçe* – ільче (район), *cumhuriyet* – республіка, *federasyon* – федерація, *birlik* – союз;

4) найменування державних і законодавчих актів: *yasa* – закон, *anayasa* – конституція, *kararname* – постанова, *bildiri* – декларація, *bidirge* – заява;

5) найменування політичних прав людини: *haklar* – права, *özgürlükler* – свободи, *bağımsızlık* – незалежність;

6) назви державних символів: *bayrak* – прапор, *arma* – герб, *marş* – гімн;

7) найменування органів державної влади і їхніх представників: а) слова і словосполучення, які називають органи державної влади: *bakanlık* – міністерство, *yönetim* – керівництво, *konsey* – рада, *prezidyum* – президія, *organ* – орган, *dönem toplantısı* – сесія, *toplanti* – засідання, *tartışma* – дебати; б) слова і словосполучення, які називають осіб, що здійснюють владу: *bakan* – міністр, *başbakan* – прем'єр-міністр, *milletvekili* – депутат, *başkan* – президент.

Серед численних груп термінів на сторінках турецької газети чільне місце посідає економічна лексика, адже питанням економіки тут надається надзвичайно багато уваги, що пояснюється становленням та розвитком ринкової економіки в країні. За визначенням Т.І. Панько, “економічним терміном вважаємо слово або словосполучення, що є мовним показником чітко сформульованого наукового економічного поняття” [Панько, Кочан, Мацюк 1994, 16]. “Проблема використання економічних термінів у текстах періодики, – зазначає Г.В. Чорновол, – досить актуальна, оскільки їхнє проникнення в мову преси, розраховану на найширше коло читачів, в умовах ринкової економіки весь час зростає. Адже саме мова газет, журналів несе вагоме інформаційне навантаження. Від того, наскільки якісно “працює” економічна терміносистема, наскільки точно її одиниці відбивають відповідні поняття, значною мірою залежить успішність процесу комунікації...” [Чорновол 2004, 115]. Термінологія економіки функціонує за загальними законами розвитку літературної мови.

Вона складається з мікросистем, які обслуговують такі галузі економіки, як бухгалтерський облік, фінанси, аудит, ринкові відносини, а повсякденна увага до питань банківської справи, бізнесу тощо сприяє популяризації цієї тематичної групи лексики. Основний вплив на економічну лексику турецької мови справляє загальнозжита мова, а також системи термінів економіки інших країн, з якими Туреччина співпрацює. Переважна більшість економічних термінів поступово нормалізуються і стають загальнозжитими, адже внаслідок частого використання їхня семантика стає прозорою і зрозумілою для широкого кола реципієнтів. До таких загальнозрозумілих термінів можна віднести: *fiyat* – ціна, *döviz* – валюта, *yatırım* – вклад, *verimlilik* – рентабельність. Подеколи журналісти залучають до газетного виступу малознайомі для пересічного читача терміни економіки: *kartel* – картель, *ipotek kredisi* – іпотечна позичка. Однак, як зазначають дослідники, кількість таких спеціальних одиниць у текстах періодики, обсяг і зміст співвідносних з ними понять повинні перебувати “на межі” сприйняття читачем [Чорновол 2004, 122–123], оскільки надмірне використання термінологічної лексики може призвести до приблизного розуміння або повного нерозуміння того, про що повідомляється. У свою чергу, Г.Я. Солганик засвідчує, що “терміни не суперечать природі публіцистики, навпаки, вони близькі газетно-публіцистичному стилю точністю номінацій, глибиною узагальнень поняття, однозначністю, лаконізмом висловлювання” [Солганик 1981, 73].

У газетних статтях широко представлені термінологічні одиниці різної граматичної природи. Переважну більшість складають номінативні лексичні одиниці, яким властива риса універсалізації, що дозволяє одночасно описувати поняття з трьох позицій: річ – якість – відношення.

Економічну термінологічну систему досить плідно доповнюють терміни-дієслова, які відіграють важливу роль при економії мовних засобів, оскільки при їхньому використанні зникає потреба вживання дієслів з нейтральним значенням для пояснення терміна-імені. Прикметники, незважаючи на свою лексико-семантичну та граматичну залежність від іменника, набувають у межах економічної термінології певного змісту поза конкретним поєднанням з терміном-іменем. Якщо прикметники входять до складу словосполучень, які є термінами, вони виступають терміноелементами: *kapalı hedef* – прихована ціль (військ.); *ilk tahkikat* – попереднє розслідування (юр.).

Інтенсивно застосовуються в мові газети слова, що позначають реалії, пов’язані з господарською, економічно-фінансовою діяльністю Туреччини та інших країн: *yatırım* – інвестиція, *enflasyoncu* – інфляційний, *maliye* – фінанси. Широко функціонують одиниці, що називають професії, рід занять економічного характеру: *menecer* – менеджер, *maliye müfettişi* – фінансовий інспектор, *banker* – банкір. У газетній мові побутують також терміноодиниці на позначення низки зарубіжних і турецьких спілок, компаній та організацій: *Uluslararası Para Fonu* – Міжнародний валютний фонд, *Dünya Bankası* – Світовий банк, *Eczacıbaşı Holding* – Еджзаджибаши холдінг, *Istanbul Sanayi Odası* – Стамбульська промислова палата. Продуктивними можна назвати слова на позначення комерційних банків із назвами: “*Garanti*” – “Гарантія”, “*Perspektif*” – “Перспектива”.

Існує чимала кількість аббревіатур на позначення державних і недержавних організацій, що стежать за розвитком економіки. При цьому, якщо мова йде про європейські або міжнародні організації, подаються їхні повні назви турецькою мовою, але аббревіатура записується англійською мовою: *Uluslararası Finans Kurumu (IFC)* – Міжнародна фінансова група, *Avrupa Yatırım Bankası (EİB)* – Європейський інвестиційний банк.

У системі фінансово-економічної і торговельної лексики, яка функціонує на сторінках турецької газети, можна виділити такі тематичні лексичні групи:

- 1) назви цінних паперів: *banknot* – банкнота, *sertifika* – сертифікат, *patent* – патент, *döviz* – валюта, *bono* – вексель, *fatura* – рахунок;
- 2) назви платіжних документів: *ödenek* – дотація, *çek* – чек;
- 3) назви грошей: *dolar* – долар, *euro* – євро, *sterlin* – стерлінг, *kron* – крона, *frank* – франк;
- 4) адміністративно-економічний курс: *enflasyon* – інфляція, *revalüasyon* – ревальвація;
- 5) назви біржових операцій: *anlaşma* – угода, *yatırım* – інвестиція;
- 6) назви банківських операцій: *bilanço* – баланс, *kredi* – кредит, *faiz* – процент,

paranın üstü – рента;

7) операції купівлі-продажу та терміни, пов'язані з цими операціями: *bütçe* – бюджет, *açık* – дефіцит, *ihracat* – експорт, *ithalat* – імпорт, *maliye* – фінанси, *ortak* – партнер;

8) назви доходів, збитків, позик, страхування, оренди, угод: *konzern* – концерн, *holding* – холдинг, *temettü* – дивіденд, *kota* – квота;

9) бухгалтерський облік: *denge* – баланс, *verecek* – дебет;

10) назви місць торгівлі: *artırma ile satış* – аукціон, *borsa* – біржа, *şirket* – корпорація, *mağaza* – магазин, *pazar* – ринок;

11) назви осіб, що займаються фінансово-економічною діяльністю: *yatırımcı* – інвестор, *paydaş* – акціонер, *maliyeci* – фінансист, *muhasebeci* – бухгалтер, *veznedar* – касир;

12) назви установ, організацій, які беруть участь у соціально-економічних процесах: *sendika* – профспілка.

Численну групу становлять терміни-інтернаціоналізми-європеїзми: *enflasyon* – інфляція, *aktif* – актив. Більшість цих термінів утворилися на базі споріднених з латинською мов: англійської, німецької, французької, італійської.

Тур.	Англ.	Нім.	Італ.	Фр.
Banka	Bank	Bank	Banca	Banque
Kapital	Capital	Kapital	Capitale	Capital
Kontrat	Contract	Kontrakt	Contratto	Contrat
Kredi	credit	Kredit	Credito	Credit
Lisans	Licence	Lizenz	Licenza	Licence
Fon	Fund	Fonds	Fondi	Fonds

“Сфера розповсюдження економічних термінів-інтернаціоналізмів залежить від того, – зауважує Т.І. Панько, – наскільки важливими є ті суспільно-економічні поняття, виразниками яких вони є” [Панько 1979, 141]. Так, наприклад, на сторінках турецької газети широко побутують слова типу *banka* – банк, *ekonomi* – економіка, *lisans* – ліцензія, *bütçe* – бюджет, *finans* – фінансовий, оскільки вони позначають важливі загальноекономічні поняття. Значно рідше можна зустріти терміни *likit* – ліквідний, *kota* – квота тощо, хоча варто зазначити, що, зважаючи на свій “міжнаціональний” статус, такі слова активно побутують і в спеціальній, і в загальній мові.

Порівняно велику групу лексики в турецькій газеті становлять **терміни науки, техніки, виробництва**. З розвитком науково-технічного прогресу з'являються й актуалізуються все нові й нові терміни з різноманітних галузей знань. Особливо в останні роки інтенсивно почали функціонувати слова, пов'язані з інформатикою та комп'ютерною технікою, адже комп'ютеризація тепер є невід'ємною сферою суспільства. Широко представлені такі слова, як *İnternet* – Інтернет, *bilgisayar sistemleri* – комп'ютерні системи, *printer* – принтер. Назви всесвітньо відомих виробників комп'ютерів записуються у турецькій газеті відповідно англійськими літерами без змін: *Microsoft*, *Philips*, *Sony*, *Motorola* тощо.

Мовна практика газети збагачується також різними найменуваннями устаткування, механізмів, пристроїв: *processor* – процесор, *cep bilgisayar* – кишеньковий персональний комп'ютер, *cep telefonu* – мобільний телефон.

Терміни в публіцистиці використовуються не лише в номінативній, а й у художньо-естетичній функції. У зв'язку з цим змінюється та ускладнюється номінативне значення, додаються емоційно-експресивні конотації, внаслідок чого слово може змінювати своє понятійне значення. Дуже часто контекстуальне переносне значення терміна виділяється на рівні словосполучення, мовної ситуації чи мікроконтексту.

Турецька преса надзвичайно широко охоплює питання **фізичної культури та спорту**. Г.Я. Солганик у книзі “Спорт в зеркале журналистики” зазначив, що “популярність спорту... робить зрозумілим глибокий інтерес до того, що і як журналісти пишуть про спорт. Звернене до мільйонів людей, захоплююче і яскраве “дійство” – спорт – повин-

но мати пресу, яка б не поступалася його... змісту, естетичному ідеалу. Роль спорту, а також присвяченої йому преси в житті суспільства важко переоцінити. Цей феномен становить величезний інтерес як для аудиторії, так і для спеціалістів різних галузей знань” [Солганик 1991, 54]. Х. Вейнберг підкреслив, що спорт охоплює значну аудиторію, зацікавлену в отриманні оперативних даних про конкретні результати, факти, встановлені рекорди, спортивні винаходи тощо [Weise 1864, 23–26]. Цікавим є висловлювання В.Г. Осінчука: “Надзвичайно важлива роль засобів масової інформації в пропаганді фізичної культури – це не тільки поширення, популяризація і впровадження у свідомість людей фізкультурно-спортивної інформації. Це насамперед уміння кожного журналіста кваліфіковано оцінити й осмислити роль та місце фізичної культури і спорту в суспільстві, формувати постійний інтерес до накопичення знань у сфері фізичної культури й спорту. Успішне вирішення цих завдань можливе лише при дотриманні великої кількості умов, серед яких дуже важливе місце посідає постійне удосконалення професійної майстерності журналістів” [Осінчук 1993, 33]. Професор В.Н. Платонов відзначав важливу роль засобів масової інформації у популяризації успіхів спортсменів, окремих видів спорту та у створенні іміджу країни в очах світової спільноти.

Проблемам спорту, як правило, присвячено дві-три останні сторінки газети, де висвітлюються найновіші спортивні події в Туреччині та у світі. При цьому внутрішня структура кожного номера доволі стійка. Центральне місце займає найцікавіша інформація про великі змагання, події міжнародного масштабу, що стосуються різних видів спорту, до того ж перевага віддається найвизначнішим матчам, турнірам, чемпіонатам з футболу. Тут можна знайти найдетальніший аналіз усіх матчів провідних турецьких команд, а також збірної Туреччини. Окрім того, велику увагу приділяють оглядам національних чемпіонатів з футболу в таких країнах, як Італія, Бельгія, Іспанія, Франція, Німеччина, Бразилія. На спортивних сторінках можна прочитати цікаві інтерв'ю з тренерами та гравцями команд, дізнатися про підготовку команди до змагання або висновки про зіграний матч. Для надання читачам детальнішої інформації про хід гри досить часто поєднують жанри репортажу та інтерв'ю, що дозволяє яскравіше репрезентувати відтворювану картину. Варто згадати, що більшість матеріалів супроводжуються розгорнутими статистичними даними.

Особливістю спортивних сторінок турецької преси є те, що основний акцент робиться на ігрових видах спорту: футболі, баскетболі, гандболі, волейболі. Подеколи особливу увагу звертають на ті змагання, де Туреччина досягла значних успіхів, як, наприклад, у боротьбі.

Спортивна термінологія в газеті охоплює значний діапазон тематичних підгруп лексики:

1) Терміни на позначення назв спортивних ігор: *futbol* – футбол, *basketbol* – баскетбол, *hokey* – хокей;

– величезна увага, як ми зазначали, на спортивних сторінках приділяється футболу, а звідси вживання відповідних номінацій: *futbolcu* – футболіст, *gol* – гол, *maç* – матч, *kaleci* – воротар, *frikik serbest vuruş* – вільний удар, *kafa vuruşu* – удар головою, *haflar* – півзахист, *santrahaf* – центральний півзахисник, *duvar* – стінка, *sarı kart* – жовта картка.

– поширеною є термінологія окремих видів спорту, зокрема волейболу: *file* – сітка, *atış* – кидок, *çizgi* – лінія; баскетболу: *şut* – кидок, *sepet altı atışları* – кидки з-під кільця; легкої атлетики: *koşu* – біг, *birleşik yarışlar* – багатоборство, *uzun atlama* – стрибки у довжину, *yüksek atlama* – стрибки у висоту, *yürüyüş* – спортивна ходьба; плавання: *kurbağalama* – брас, *kelebek* – батерфляй; гімнастики: *havada takla* – сальто, *kınapar* – шпагат, *köprü* – міст.

2) Терміни, що називають спортсменів та людей, залучених до спорту:

– назви спортсменів відповідно до функцій, які вони виконують: *forvet* – форвард, *kaleci* – воротар;

– назви спортсменів за їхніми спортивними досягненнями: *şampiyon* – чемпіон, *derece kazanan* – призер, *rekortmen* – рекордсмен;

– назви спеціалістів, залучених до спорту: *hakem* – суддя, *antrenör* – тренер.

3) Терміни на позначення видів змагань, їхніх складових частин:

– назви видів змагань: *olimpiyat oyunlari* – Олімпійські ігри, *turnuva* – турнір, *şampiyonluk* – чемпіонат;

– назви складових частин змагань: *yarı* – тайм, *set* – сет, *parti* – партія.

4) Терміни на позначення спортивних дій: *atak* – атака, *pas* – пас, *servis* – подача, *tori çıkarmak* – вибивати м'яч.

5) Судійські терміни ведення гри чи змагань:

– терміни на позначення рахунку гри: *sayı* – очко, *gol* – гол, *beraberlik* – нічия;

– терміни на позначення видів порушень: *penaltı* – пенальті, *ceza vuruşu* – штрафний удар, *diskalifiye etmek* – дискваліфікувати.

6) Терміни на позначення спортивних споруд, снарядів, предметів: *stadyum* – стадіон, *atleta* – скакалка.

7) Терміни на позначення спортивної форми: *futbol ayakkabısı* – бутси, *atlet* – майка.

8) Терміни, що називають професійні клуби, ліги, федерації: “*Galatasaray*” – “Галатасарай”, “*Adanaspor*” – “Аданаспор”, “*Fenerbahçe*” – “Фенербахче”, “*Beşiktaş*” – “Бешикташ”, *birinci lig* – перша ліга.

У статтях на спортивну тематику привертає увагу роль прикметників, які посідають важливе місце, оскільки вони конкретизують й уточнюють значення спортивних термінів. Прикметники мають, як правило, оцінний характер: *üstün yetenekli* – талановитий, *tecrübeli* – досвідчений, *en iyi* – найкращий, *güç* – сильний – або означальний характер: *Ankara* – анкарський, *genç* – молодий. Дієслова з термінологічним значенням у спортивній мові зустрічаються нечасто. Це пояснюється специфікою масової спортивної комунікації, яка визначає вибір лексичних засобів. У публіцистиці стали поширеними такі дієслова: *çalıştırmak* – тренувати, *antrenman yapmak* – тренуватися, *pas vermek* – пасувати, *savuşturmak* – відбити удар. Загалом же в газетній мові застосовуються спортивні терміни, котрі широко відомі спортивним уболівальникам. Серед них є й такі, які, окрім спортивного значення, мають низку інших значень.

Військова термінологія, котра складає велику й різнобічну за своєю семантикою систему слів і термінологічних стійких словосполучень, є досить активною у турецькій пресі. Застосовуються як терміни власне турецькі, так і запозичені з інших мов: *arka ateşi* – вогонь з тилу, *silah* – зброя, *tank* – танк, *ateş sahası* – полігон. Серед військових термінів використовуються односкладові терміни, які при використанні їх у стійких словосполученнях здатні змінювати значення: *başlık* – шлем, але *savaş başlığı* – бойова частина ракети.

Іменні термінологічні словосполучення, незважаючи на однорідність категорій, складають різні за своїм характером і семантикою терміни. Одноафіксні (релятивні) “ізафети” (докладніше про ці конструкції буде йтися далі) складають різні варіанти загальновійськової, оперативно-тактичної та військово-технічної термінології: *ordu* – військо, *topçu* – артилерія, *ordutopçusu* – армійська артилерія; *komuta* – команда, *kol* – ручка, *komuta kolu* – важіль керування. За допомогою двоафіксного (посесивного) “ізафету” утворені: 1) терміни, які виражають залежність: *uçanın takinalı tüfeği* – авіаційний кулемет; 2) терміни з відношенням частини до цілого: *uçanın burnu* – ніс літака; 3) терміни з просторовим та часовим відношеннями: *dalamanın başlangıcı* – початок занурення. Загалом у турецькій газеті використовуються такі групи військової лексики:

1) назви збройних сил: *ordu* – армія; *kara kuvvetleri* – сухопутні війська;

2) назви військових з'єднань, родів військ, підрозділів: *tugay* – бригада, *tümen* – дивізія, *tabur* – батальйон, *garnizon* – гарнізон;

3) назви видів зброї і боєприпасів: *kısa namlulu tüfek* – карабін, *dinamit* – динаміт, *tahrip bombası* – фугас;

4) назви військових звань і посад: *general* – генерал, *binbaşı* – майор, *mareşal* – маршал, *yüzbaşı* – капітан, *subay* – офіцер;

5) назви воєних дій: *abluka* – блокада, *hücum* – атака, *cebri geçiş* – форсування;

6) предмети військової атрибутики: *otuzluk* – погони, *kasket* – кашкет, *zihlar* – лампаси;

У мові турецької преси широко побутують терміни культури та мистецтва. Найсамперед це лексика, що стосується сучасної музики, її стилів, жанрів; це терміни,

пов'язані з кіномистецтвом, із живописом. Активно побутують слова на позначення представників мистецьких угруповань, моделей, переможців конкурсів: *erkek oyuncu* – актор, *şarkıcı* – співак, *model* – модель.

Сучасна турецька музична лексика – це відкрита система, що поповнюється словами на позначення нових реалій музичного життя. Музичні терміни – слова або словосполучення, які співвідносяться з музичними поняттями, мають наукові визначення і вступають у системні відношення з іншими подібними одиницями мови, утворюючи разом з ними особливу систему – термінологію. У музичній термінології відсутні чіткі дефініції назв, наявна значна кількість синонімів, діалектних найменувань, застарілих назв, професіоналізмів [Булик-Верхола 2003, 2]. Музичні напрямки поновлюються, вдосконалюються, виникають нові течії, з'являються нові музичні інструменти, і все це впливає на музичну терміносистему. Сучасну музичну термінологію турецької мови складають як власне турецькі номінації, так і терміни, запозичені з різних мов. У турецькій газеті можна зустріти такі тематичні групи музичних термінів:

- 1) музичні інструменти: *piyano* – піаніно, *saz* – саз (східний музичний інструмент); *gitar* – гітара; професії, спеціальності: *şarkıcı* – співак (співачка), *piyanist* – піаніст;
- 2) назви музичних колективів та груп: “*Gaziler*”, “*Eagles*”;
- 3) назви жанрів музики: *pop müzik* – поп-музика;
- 4) назви окремих музичних творів: “*Dur orda dur*” – “Стиій там, стиій”, “*Senden başka*” – “Окрім тебе”.

З розвитком образотворчого мистецтва у газету проникло чимало слів на позначення:

- 1) видів образотворчого мистецтва: *gravür* – гравюра, *miniatür* – мініатюра, *vitraj* – вітраж;
- 2) напрямків образотворчого мистецтва: *natürmort* – натюрморт, *peyzaj* – пейзаж, *portre* – портрет;
- 3) осіб, що займаються образотворчою діяльністю: *portre ressamı* – портретист, *heykелci* – скульптор;
- 4) течій і напрямків у мистецтві: *dışavurumculuk* – експресіонізм, *modern* – модерн, *romantizm* – романтизм, *modernizm* – модернізм.

Слід сказати, що сучасна доба розвитку турецької газетної публіцистики супроводжується широким залученням термінів з різних галузей науки, активним використанням експресивних засобів, пошуком цікавих ідей для відображення динаміки суспільно-політичного, культурного, духовного життя. Турецька преса якнайповніше використовує той словниковий склад мови, що вже належить до її нормативної лексичної системи, а також залучає нові лексичні елементи для збагачення загальнономовного національного лексикону.

Активна взаємодія і взаємовплив стилів у публіцистиці, зокрема в мові газети, позначаються на динаміці лексичного складу. Сьогодні до газетного словника потрапляють лексичні одиниці з різних функціональних стилів і жанрів мови. У мові газети залежно від тематики та жанру використовується різноманітна лексика, яка відрізняється за своїм походженням, емоційним забарвленням, сферою використання. Проте, незважаючи на свою різноманітність, газетна лексика складає певну систему, в якій взаємодіють окремі елементи. Використання тих чи інших слів у газеті залежить від функції, яку вони виконують у газетному контексті. Тому перспективним вбачаємо комплексне дослідження стилістичнозабарвленої лексики, яка активно використовується на сторінках турецьких газет.

ЛІТЕРАТУРА

- Баранник Д.Х. До питання про “інформаційний” стиль мови // *Мовознавство*. Київ, 1967.
- Булик-Верхола С.З. **Формування і розвиток української музичної термінології**: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2003.
- Осінчук Р.Г. **Пропаганда ФК і С**: [Навч.-метод. Посібник]. Київ, 1993.

Панько Т.І., Кочан І.М., Мацюк Г.П. Українське термінознавство. Львів, 1994.

Панько Т.І. Від терміна до системи. Львів, 1979.

Солганик Г.Я. Лексика газеты. Москва, 1981.

Солганик Г.Я. Синтаксическая стилістика. Москва, 1991.

Weise O. Wortenlehnung schribt für Volkerpsycologie. 1864.

Чорновол Г.В. Новітня економічна термінологія та її стилістичне вживання в сучасній українській мові (на матеріалі періодичних видань): дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Ін-т мовознав. ім. О.О.Потебні. Київ, 2004.