

# «Вживання прислів'їв, приказок і фразеологізмів у текстах ЗМІ»

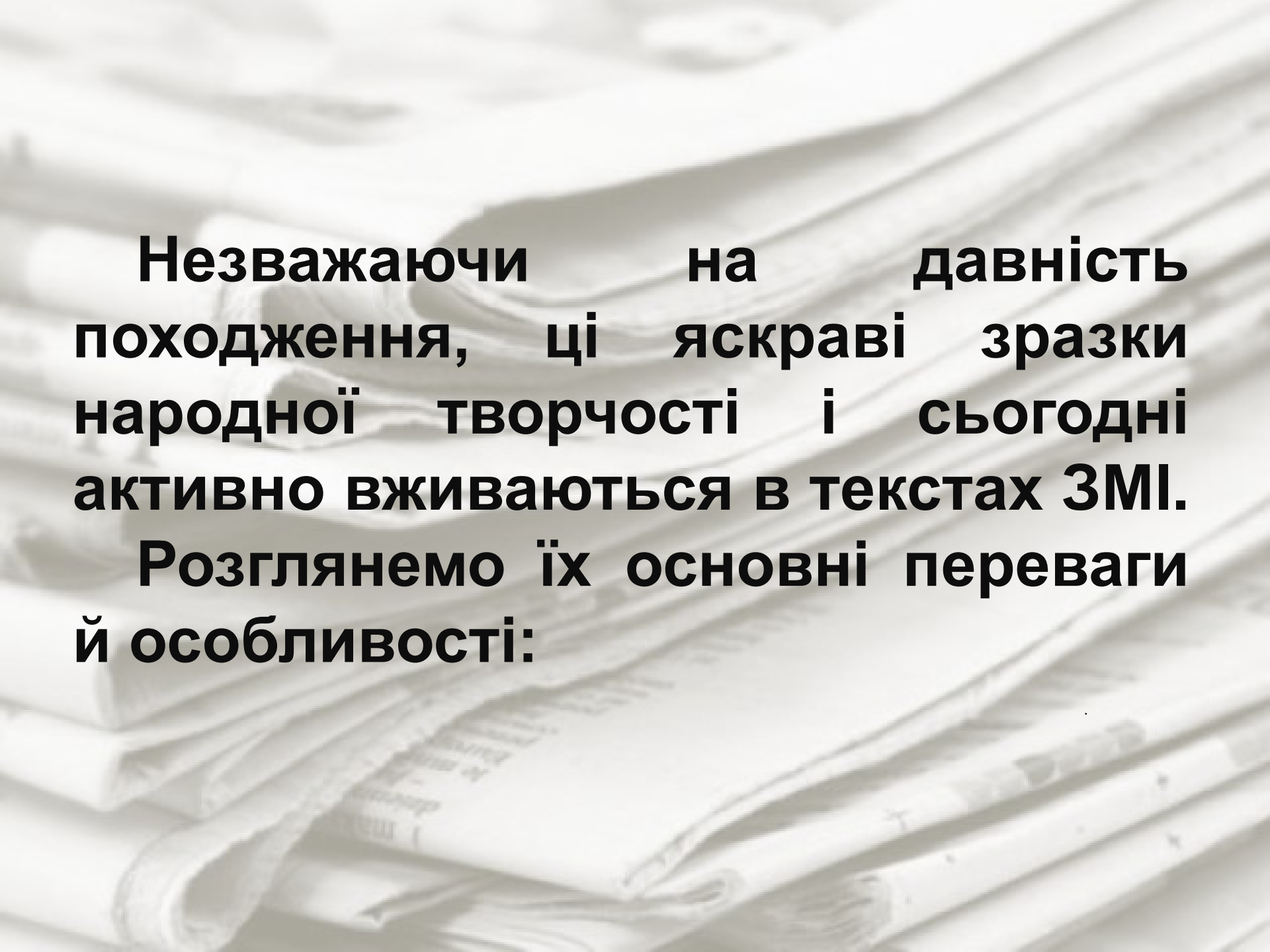
Підготувала  
студентка 1 курсу 8 групи ФТМ  
Доля Олександра Андріївна

Українські прислів'я і приказки є значною складовою частиною культури народу, його скарбом, яким він володіє з давніх часів і яким збагачує нові покоління. Ці перли народної мудрості рідко просто констатують якийсь факт, вони рекомендують чи застерігають, схвалюють або засуджують, повчають чи звеличують. Для них характерні не лише спостережливість, життєвий досвід, а й виразність, гумор, іронія, здоровий глузд.

«Слово не стріла, а глибше ранить»

«Гостре словечко коле сердечко»





**Незважаючи на давність походження, ці яскраві зразки народної творчості і сьогодні активно вживаються в текстах ЗМІ.**

**Розглянемо їх основні переваги й особливості:**

# Простота та зрозумілість

- **«Сніг, завірюха - зима вже коло вуха»** (он-лайн видання «Вечірній Київ 100» про погоду)
- **“За двома зайцями .. УГНАВСЯ!”** - Ліонель Мессі записав до свого активу 2 гольові асистенти (ТСН)



ДЕНЬ



ДЕНЬ

**«Лийся пісне»** (заголовок у газеті «День за днем», м. Миколаїв, сповіщає про обласний конкурс співців)



# Змістовність

- слова колискової **«Ходить сон край вікон»** служать гаслом для рекламування дитячих ковдр.
- Мийний засіб «Sanfor» використовує слоган **«Закінчив діло - гуляй сміло»**.



ХОДИТЬ СОН КРАЙ ВІКОН...

★ [Odeyalka.com](http://Odeyalka.com)

# “Крилаті вислови” у заголовках газет

- «Пекло - порожнє. Всі біси тут» - Шекспір («Україна молода» про політику).
- .«Умудрітеся, немудрі...» - Шевченко (та ж газета)

## Україна молода

ГОЛОВНА

НОВИНИ

ПОЛІТИКА

ЕКОНОМІКА

СУСПІЛЬСТВО

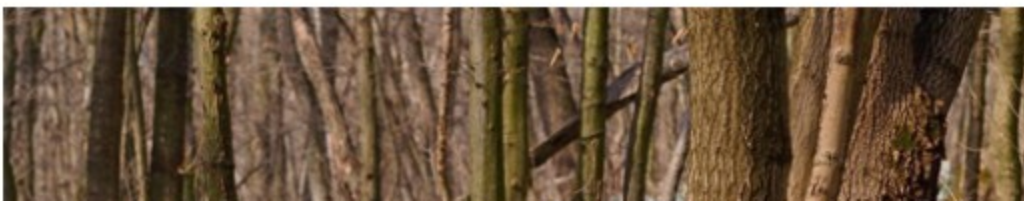
ІСТОРІЯ

ЗДОРОВ'Я

[🏠](#) > [Колонки](#) > «Умудрітеся, немудрі...»

### «УМУДРІТЕСЯ, НЕМУДРІ...»

11.03.2020



Є дві стратегії розвитку подій щодо подальшої долі Української держави та української нації.

# Актуальність та влучність.

- **«Це квіточки, а ягідки будуть потім»** про коронавірус («Високий замок», 19.03.2020);
- **«І сміх, і гріх: фахівці прокоментували народні методи боротьби з коронавірусом»** («Високий замок», 11.03.2020).
- **«Не в нашого коня паша»** («Дзеркало тижня» 13.12.2019).



# Асоціативність

- «"Язык" до Києва довів» - пише В.Кравченко («Дзеркало тижня») про візит очільника МЗС Угорщини, а в нас виникає певний образ балакучої людини та приказка: «**Язык до Києва довеле!**»



# Найпопулярнішими за вживанням (у різних інтерпретаціях) стали вислови:

- *«Своя сорочка до тіла ближча»* - 54 рази
- *«Знай кобило, де брикати»* - 21 раз.



# Фольклорні засоби є важливим елементом текстів ЗМІ

- ✓ забезпечують емоційний вплив на читача чи слухача
- ✓ транслюють знайомі, легкі для сприйняття моделі національного компонента комунікації
- ✓ дають яскраву оцінку різних явищ суспільного життя
- ✓ є узагальненою пам'яттю народу та результатом його спостережень над життям, що дає змогу молодому поколінню формулювати погляди на етику, мораль, історію й політику.

**Дякую за увагу!**