

ЛІТЕРАТУРА

- Енциклопедія: Библейская энциклопедия //Трудь и издание Архимандрита Никифора: Репринтное издание. – М.: Издание Свято-Троице-Сергиевой Лавры, 1990. – 902 с.
- Енциклопедия Брокгауза: Фритц Ринекер, Герхард Майер. – Кременчуг, 1999. – 1088 с.
- Лексикон: Еврейский лексикон Стронга (с) Bob Jones University [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rststrong.pdb>.
- Лисицька: Лисицька Е.П. Коннотативний аспект семантики суцільних і прилагательних, позначаючих поняття добра і зла //Лінгвістичні дослідження. Науковий вісник. – Випуск 1. – Харків: ХДПУ. – 1998. – С. 205–213.
- Макарова: Макарова Т. М. В. Винниченко про добро, зло та духовність //Література. Фольклор. Проблеми поетики: Зб. наук. праць. – Вип. 24. – Ч. 1. – К.: Акцент, 2006. – С. 481–488.
- Словник: Словарь библейского богословия //Под ред. Ксавье Леон – Дюфура. – Bruxelles. – 1990. – 1288 с.

Petro Mats'kiv. The contrary opposition of good/evil in the context of the Bible.

The article focuses on the contrary opposition of good/evil in the light of the Biblical text. The functional synonymous correlates of the lexemes «good, evil» as the activity characteristics of God are analysed.

Key words: binary opposition, semantic opposition, good, evil.

УДК 81.38.72

Володимир Буда (Тернопіль)

СТИЛІСТИЧНЕ НАВАНТАЖЕННЯ ПЕРИФРАЗІВ У ГАЗЕТИ «УКРАЇНА МОЛОДА»

У статті «Про стилістичне навантаження перифразів у газеті «Україна молода» проаналізовано особливості газетно-публіцистичного стилю, зокрема специфіку використання у ньому описових зворотів. Виявлено основні тематичні групи описових назв. Визначено стилістичні функції перифразів у

газетному тексті, а також їх семантику і способи творення. Проаналізовано певні недоліки при творенні та вживанні описових зворотів.

Ключові слова: газетно-публіцистичний стиль, перифраз, евфемізм, контекстуальні синоніми, мовні штампи.

У системі функціональних стилів важливе місце займає газетно-публіцистичний, бо за своїми мовними особливостями він є близьким до усіх книжних стилів і, одночасно, тісно взаємодіє з розмовним стилем [Коваль: 9].

Враховуючи те, що у сучасному суспільстві значну роль у формуванні громадської думки виконують мас-медіа (у тому числі й преса), важливим є дослідження мовних виражальних засобів, які великою мірою визначають сприйняття реципієнтом тієї чи іншої інформації.

На відміну від періоду тоталітаризму, коли кількість газет та їх ідейне спрямування були чітко регламентовані, сьогодні ми маємо багато періодичних видань, часто неякісних, а то й відверто примітивних. То ж на інформаційному ринку йде гостра боротьба за споживача. Тому сучасна публіцистика вимагає від редакційних колективів значних зусиль не лише у підборі матеріалів, аналізі подій, коментарях, а й небуденного творчого уміння. Оскільки сучасний читач прагне отримати найновішу і найповнішу інформацію, у тому числі, й за рахунок яскравого, дієвого, свіжого, оригінального слова чи виразу, та це призводить до зростання ролі художніх виражальних засобів, зокрема перифразів, у мові преси.

Загальновідомо, що журналістські матеріали не лише щось повідомляють читачеві, а й впливають на нього емоційно, формуючи певну позицію. Саме у цій сфері дієвими засобами є перифрази, які надають оцінку тому, що номінують, і ніколи не виступають звичайними описовими зворотами до існуючих назв. Реакція репортера на події, що постійно змінюються, має бути миттєвою, бо інакше інформація втрачає своє значення, вплив. Тому часто на шпальтах газет з'являються авторські новотвори, описові звороти, які підсилюють оцінне навантаження статей. Не випадково автори першого українського словника перифраз М. Коломієць і Є. Регушевський вважають, що «найбільш характерні перифрази для такого мобільного стилю, як публіцистика, мова періодичної преси...» [Коломієць: 4].

Цікавою у цьому плані є думка відомого стиліста Любові Мацько: «Специфіка організації мови газети полягає у її відкритості, в прямо-

му, безпосередньому вираженні авторського «Я», яке збігається з фактичним мовцем. Ще одна специфічна риса – швидка «зношуваність» багатьох засобів оцінності, а звідси – прагнення до їх оновлення» [Мацько: 67]. Тому «засоби оцінності» потребують миттєвого аналізу, бо мине небагато часу і для суспільства не буде актуальним питання про конфлікт між «двома Ю». Такі розвідки дають можливість краще усвідомити структуру мови, її динаміку і багатогранні функції в комунікації.

Джерелом нашого дослідження є газета «Україна молода» за перше півріччя 2008 року. Це щоденне інформаційно-політичне видання, яке зорієнтоване на масового читача, а тому на його сторінках подаються матеріали на різноманітну тематику.

Усі аналізовані перифрази можна розподілити на 16 основних тематичних груп:

1) назви країн: *країна чарівників* – Західна Кенія [№ 33: 6], *найбільший постачальник каспійської нафти* – Казахстан [№ 94: 4], *Країна Тюльпанів* – Голландія [№ 96: 8];

2) назви населених пунктів: *вільне козацьке місто* – Черкаси [№ 108: 2], *Південна Пальміра* – Одеса [№ 54: 23], *«місто без околиць»* – Донецьк [№34:9], *головна річка країни* – Дніпро [№80: 2];

3) назви географічних об'єктів: *сальний півострів* – Крим [№28: 3], *морське око* – озеро Синевир [№ 83: 13], *«майстер пера»* – публіцист [№116: 5];

4) назви професій і видів діяльності людей: *сержант Петренко* – працівник ДАІ [№112: 2], *«акули пера»* – журналісти [№115: 3];

5) назви підприємств, установ, організацій: *сільське вогнище культури* – клуб [№55: 8], *харківський гігант* – завод «Турбоатом» [№30: 7], *вулиця Банкова* – секретаріат Президента [№ 108: 5];

6) назви політичних понять: *«біло-блакитна» партія* – Партія регіонів [№95, 13], *«ліві» політичні сили* – комуністи, соціалісти... [№108: 21], *глава держави* – президент [№ 34: 2];

7) назви спортивних понять: *останні могокани України* – представники фігурного катання [№93: 14], *королева спорту* – легка атлетика [№36: 23], *стріляючі лижники* – біатлоністи [№46: 23];

8) назви з негативною образною оцінкою: *«чорний пояс України»* – територія з найбільшою смертністю у державі [№49: 17], *прихильниці*

зеленого змія – алкоголічки [№78: 7], *«фабрика смерті»* – концтабір [№108: 12];

9) назви конкретних предметів, машин і механізмів: *«російська надія»* – новий російський авіалайнер [№ 95: 6], *підступна несподіванка* – міна [№25: 11], *«однорукі бандити»* – ігрові автомати [№92:8];

10) назви корисних копалин, хімічних речовин, мінералів: *«чорне золото»* – нафта [№ 94: 4] або вугілля [№ 110: 14], *газ без запаху* – радон [№ 56: 7], *шкідлива речовина* – оксид вуглецю [№89: 17];

11) назви відомих осіб: *титолований спортсмен* – Віталій Кличко [№ 93: 5], *корифей українського театрального мистецтва* – Гнат Юра [№ 94: 21], *«Золота рибка»* – Яна Клочкова [№117: 15];

12) назви історичних подій, явищ: *вирішальна битва Північної війни* – Полтавська битва [№ 94: 2], *армія нескорених* – УПА [№54: 17], *«Руські ворота»* – Верецький перевал [№96: 11];

13) назви людей за їхнім соціальним, духовним, фізичним, емоційним станами, етнічною приналежністю: *люди з обмеженими можливостями* – інваліди [№74: 2], *«гарячі серця»* – закохані [№112: 2], *«тугі гаманці»* – багатії [№118:18];

14) назви тварин, комах, рослин: *Божі комахи* – бджоли [№54:18], *Пресвятої Діви сльози* – нарциси [№83: 3], *зимова красуня* – ялинка [№26: 3];

15) культурологічні і мистецькі назви: *«найважливіше з мистецтв»* – кіно [№93:6], *нові «талмуди»* – словники [№54: 17], *бронзова фігура* – пам'ятник [№22: 2], *«кам'яних справ майстер»* – архітектор [№95: 9];

16) назви конфесійно-релігійних понять: *свято літа* – Трійця [№110: 2], *«розстріляна церква»* – українська автокефальна церква (1921 - 1930рр.) [№35: 2], *«православні чекісти»* – кадебісти, аполегети православ'я [№79: 7].

Зрозуміло, що у журналістських текстах перифрази вживаються не як основні назви понять, а як синоніми до інших лексем, і служать «для урізноманітнення викладу, для уникнення монотонності, набридливих повторів» [Пономарів: 60]. Газетна стаття, а тим більше замітка, не передбачають розлогого повісткування, тому репортер змушений постійно повторювати імена чи посади людей, назви країн, міст, установ тощо. Професійний журналіст використовує у цій ситуації загаль-

номовні перифрази або творить індивідуально-авторські, що нестинуть певне смислове навантаження лише у конкретному контексті.

Напевно, ніхто без ширшого тексту не зрозумів би значення перифраза *розпечена пательня* [№110: 14]. Але, прочитавши статтю про Об'єднані Арабські Емірати, ми усвідомлюємо, що йдеться про розжарену пустелю, у якій вирости сучасні міста-оазиси.

Окрім того в мові газети перифрази досить часто виконують функцію евфемізмів, бо хоча лексика сучасних періодичних видань не характеризується особливою перебірливістю, професійні журналісти прагнуть не зловживати словами, які перебувають на межі літературної мови. Ця позитивна тенденція притаманна редакційній політиці газети «Україна молода». Адже, на жаль, уже усталилась думка про утвердження «...мовної особистості журналіста, відмінною рисою якої є свідоме зниження мови через неправильне уявлення про гарну журналістську мову» [Ставицька: 272-273].

Описуючи ситуацію, у якій співрозмовник газетяра вжив «*простонародне слово*» [№86: 3], автор статті, посилаючись на правила етикету, наводить цей вислів абсолютно нейтрально: «Ох, якби ти знав, як мені погано». Читачеві лише варто визначити, яке із запропонованих слів можна замінити «простонародним» і яким саме.

У свій час усі центральні телеканали держави показали сюжет, у якому один одіозний «достойник» обласного масштабу наніс ногою своєму опонентові «удар ззаду *нижче пояса*» [№116: 3]. Кореспондент не уточнив, куди саме били, а сконцентрував увагу на слові ззаду, підкресливши цим підлість учинку.

Тренери своїх підопічних до піку спортивної форми підводять різними методами. Дехто ізолює спортсменів від зовнішнього світу, інші дозволяють їм бути на змаганнях разом з дружинами, а от у колишній збірній НДР спортсменам «...рекомендували або навіть змушували атлетів, аби вони займались... ну, *цим самим*» [№86: 10]. Слово *секс* вже давно не є табуованим, та й у цій публікації воно вживається неодноразово, однак новинар таким тремтливим евфемізмом прагне показати усю «щотливість» ситуації: адже явище стосувалось частини світу, де, як відомо, «сексу не було».

У статті «Сорокаградусний» фалос» йдеться про форму пляшки, у яку почав розливати свою продукцію один з горілчаних заводів України. Відомо, що до слова фалос в українській мові є багато відповідни-

ків, але майже усі вони не рекомендовані для тиражування на сторінках газети. Журналіст тут використовує евфемізми «чоловіча гордість», «півлітра» у вигляді «того самого» [№ 25: 2], які вже стали традиційними

Як уже згадувалось вище, перифрази є оцінними мовними конструкціями. Така функція притаманна усім тематичним групам описових зворотів.

У культурологічних матеріалах на шпальтах газети ми виявили урочисте «*бронзова фігура Каменяра*» чи «*там*»*ятник великому мислителю і поету*» [№ 22: 2] – про І. Франка, а в іншому номері саркастична інформація аж про три постаменти «*комуністичному «Будді»* – Леніну [№ 49: 17] на вокзалі міста Козятина. Іменами ворогів українства, які нищили усе національне, до цих пір названі центральні вулиці багатьох міст і містечок держави. Репортер характеризує це явище через перифраз, побудований за принципом оксиморона: «*закляті друзі*» українського народу» [№77: 4].

Характеризуючи окремих членів комітету з присудження Шевченківських премій, які не відчувають віянь сучасності, газетяр номінує їх *патріархами похилого віку, мистецькими генералами радянського розливу* [№37: 2], надаючи їм цими назвами негативної оцінності.

Описуючи фауну і флору, журналісти, як правило, використовують описові штампи, як-от: *цар звірів* – лев [№65: 3], *зимова красуня міста* – новорічна ялинка [№ 26: 3], «*легені*» *Кисеа* – зелені насадження [№106: 3], *Божі комахи* – бджоли [№54: 18]. Але лише з контексту ми розуміємо, що *Пресвятої Діви сльози* – це нарциси [№83: 13], *хижий велетень* – ведмідь [№25: 3], а *запорізька ягода* – черешня [№106: 12]. Глибоке соціальне навантаження несе перифраз *чотирилітні «бомжі»* [№106: 2], коли йдеться про бездомних собак, які заповнили українські міста. Цікавим і незрозумілим є зворот «*титульні тварини*» [№65: 3], який усвідомлюється лише в інформації, що у Львові хочуть зробити облік усіх зображень левів.

Невдалим, на нашу думку, є перифраз *цар лісу* [№65: 3] – лев, бо ареал поширення цих котячих обмежується африканською саваною. Очевидно у журналіста спрацював стереотип мислення: звірі живуть у лісі, лев – цар звірів, отже, він і цар лісу.

Досить чисельною є група перифразів, що дають іншу назву географічним поняттям. Окремо можемо виділити ті, які називають міста.

Стандартно тут обігрується слово *столиця* у різних варіантах: *російська столиця* – Москва [№94: 23], *галицька столиця* [№106: 12], *Західна столиця України* – Львів [№68: 2], *слобідська столиця* – Харків [№74: 4], *неформальна столиця Гуцульщини* – Верховина [№27: 13], а *черешневою столицею України* [№106: 12], виявляється, є Мелітополь.

Звичними для позначення Львова є звороти *місто Лева* [№116: 10] чи *місто Данила Галицького* [№112: 2], але зовсім неочікуваним тут виглядає вираз *місто без моря* [№64: 18], адже таких в Україні більшість. Та в контексті розповіді поетеси Мар'яни Савки, яка «... вже трохи зачала на одному місці – у місті без моря...» і раптом потрапила у США, аж між два океани, така стилістична фігура підсилює контрастність сприйняття героїнею публікації життя.

Найбільше хвалебних назв дісталось невеликому карпатському містечку Космачу (до того ж усі в одному числі газети - №85: 5): «*Український Барбізон*», «*Українська Швейцарія*», «*Серце Гуцульщини*», а ще його називають *келією сонця*. Очевидно, що в першу чергу усе це працює на рекламування етнічного фестивалю, який проводиться у цьому містечку.

Для Одеси маємо вже стандартні назви: *Південна Пальміра* [№54: 23] і «*морська перлина*» [№78: 8]. Вважаємо, що друга занадто претензійна і недоречна у контексті статті, в якій йдеться про знакові постаті української культури – Івана та Юрія Лип.

Зайвим пафосом грішить перифраз *град Кия* [№43: 2], зафіксований у тексті, у якому йдеться про банальне розвантаження столиці України від транзитного транспорту.

У перифрастичних назвах країн на перше місце можуть виходити їх економічні особливості (*найбільший постачальник каспійської нафти* – Казахстан [№94: 4]), політичні проблеми (*Країна вічних виборів* – Грузія [№92: 6]), етнічна специфіка («*Країна чарівників*» – Кенія [№94: 7]), якісь загальновідомі факти (*Країна Тюльпанів* – Голландія [№96: 8]) тощо. Морально застарілою видається на шпальтах сучасної газети назва Куби *Островом свободи* [№93: 14]. Це творіння радянської публіцистики не відповідає дійсності, адже у цій острівній диктаторській державі населення не має елементарних громадських свобод.

Найбільш змістовний перифраз з різноплановою характеристикою стосується, на нашу думку, України: «Адже 47-мільйонна країна в Європі з іще нестертим економічним потенціалом і недурною робочою

силою, ця «вузлова станція» на перетині «шовкових шляхів» і доріг «з варягів у греки» могла б якісніше претендувати на статус регіонального лідера» [№33: 6]. Практично увесь фрагмент тексту складається з описових зворотів.

Серед інших географічних назв варто виділити тавтологію з політичним підтекстом: *регіональний регіон* – Донбас [№64: 4] та несподівану назву Криму – *сальний нівостріє* [№28: 3]. Але вже у ліді до статті отримуємо інформацію, що у Євпаторії усіх бажаючих «частували стокілограмовим сальтисоном».

Несподіване трактування на шпальтах газет дістають перифрази на позначення людей за їх професійною діяльністю, коли у традиційних конструкціях журналісти поширюють чи змінюють компоненти. Так у виразі *блудні діти Гіттократа* [№107: 5] йдеться про італійських лікарів-убивць, а вислів *світла* (замість *люди*) *в білих халатах* [№54: 18] з іронією характеризує професійний рівень деяких вітчизняних медиків, створює негативну образну картину.

Значною тематичною групою в газеті представлені перифрази на позначення спортивних понять. У більшості випадків це штампи, які не потребують пояснень: *майстри шкіряного м'яча*, «*гра номер один*», *шкіряна куля*, «*королева спорту*», «*стріляючі лижники*»...

У цій групі переважають описові звороти, які присвячені футболу, адже у першій половині літа відбувався чемпіонат Європи з «гри номер один» [№116: 10].

Аналізуючи проведені ігри, спортивний коментатор змушений вишукувати нові назви збірних, щоб не повторювати одні й ті самі номінації. Фактично тут перифрази виконують функції контекстуальних синонімів і не виражають ставлення газетяра до подій. Ці звороти є досить одноманітними і стандартними за принципами побудови: домінуючими у них є прізвища тренерів чи якийсь географічний орієнтир: *нідоічні Брюкнера* – збірна Чехії [№106: 8], *команда Луїса Філіпе* – збірна Португалії [№106: 8], *колектив Йозефа Хіккерсбергера* – збірна Австрії [№106: 8], *хлопці з берегів Босфору* – збірна Туреччини [№115: 8].

Авторська спроба нетрафаретності у контексті «Бундестім» переграє *свою погіршену копію*» [№111: 10] є невдалою, бо не зрозуміло, за якою логікою збірна Австрії є копією збірної Німеччини.

Такою собі стандартною оригінальністю журналістів видається клішована назва найскладнішої за підбором учасників відбіркової групи «*група смерті*» [№112: 14]. Бо, якщо врахувати, що з 4-х команд далі проходить лише 2, то будь-яка група для інших двох є «смертельною».

Вважаємо, що мові спортивної журналістики у часописі «Україна молода» бракує свіжості, оригінальності, вона є надто застандартизованою.

Найчисельніше в аналізованих номерах газети представлена тематична група описових зворотів на позначення відомих осіб. Напевно, що перифраз – це чи не єдиний спосіб оминуту тавтологію при називанні людей. Тут ми теж знаходимо ті вирази, які вже стали загальноживаними дублетами: *Леді Ю* [№108: 5], «*принцеса Майдану*» [№85: 4] – Юлія Тимошенко; *лідер соцпартії* – О.Мороз [№55: 5]; «*антикризовий менеджер*» – В. Медведчук [№115: 6]; «*батько*» *Конституції 1996 р.* – М. Сирота [№34: 4]; «*права рука*» Наталії Вітренко – В. Марченко [№108: 21]. Окремі перифрази журналісти використовують у ролі узагальнень. Так, у контексті замітки про арешт за хабарництво чиновниці-регіоналки саркастично сприймається вислів: «...жоден *полум'яний Нестор* не заїкнувся про «помаранчеві репресії...» [№95: 3]. Очевидно, автор статті мав на увазі не конкретного Шуфрича, а будь-кого з відомих регіоналів, які не хотіли позиціонуватися у невідгідному ракурсі.

Інші перифрази, можливо, менш пізнавані, але людина, яка орієнтується у «політичній кухні» чи слідкує за подіями в Україні та світі, без проблем «вирахає» номінанта. Як правило, через ці звороти реалізується особисте ставлення публіциста чи газети до конкретної особи, тому вони завжди оцінні, несуть емоційне навантаження (вирази «*головна популістка країни*» [№108: 4], *перша політична красуня* [№65: 4] не потребують коментарів).

У статті про проводи Ані Лорак на Євробачення ми легко зорієнтуємося, кого заховали за перифразами *Філіп Сонцесяйний* та *пишногруда артистка* [№86: 13]. Комічність викликає як і паралель Кіркоров – Король – Сонце, так і пишногрудість Андрія Данилка.

Важко уявити зіставлення «*героя парканів*» В. Цушка і Джеймса Бонда. Але перифраз «*російський пацієнт*» [№73: 5] за аналогією до

оригінального «Англійського пацієнта» (художній фільм) надзвичайно зближує цих двох діячів органів правопорядку.

Будь-хто в Україні здогадається, хто захований під зворотом *лідер «ні вашим ні нашим»* [№62: 6], іронією насичений вираз *рідний брат донецького гірника* [№25: 5] – про Віктора Януковича, легким гумором просякнутий вислів *найвідоміша наречена України* [№25: 5] – про Валентину Семенюк-Самсоненко. Про Дмитра Табачника, поряд з нейтральним *бородатий історик* та негативним *одіозний регіонал*, знаходимо особливо вдале «*великий українець*» [№96: 4]. Адже всі знають, що він «ширий» українець, а активна участь у відомому телепроекті зробила його насправді «великим», як і Ярослава Мудрого.

Як відомо, багато читачів (до 80%) знайомство з газетою починають із заголовків. Тому рекламно-інтригуюча назва матеріалу «має певний елемент загадковості, несподіваності, навіть сенсаційності» [Здоровега: 119-120]. Перифраз належить до стилістичних фігур, які часто обігруються у заголовках «України молодой», як от: «Леоніде, до Вас дама! З косою» [№48: 4]. Такий неоднозначний каламбур зрозумілий усім, хто знає про «особливі» стосунки між «*мером усіх киян*» і Юлією Тимошенко.

На підставі проаналізованого можна відзначити, що в основі перифрастичних зворотів лежить підкреслення якоїсь характерної риси, яскравої виокремлюючої ознаки особи, явища, предмета, що сприяє їх легкому розумінню. Саме це і робить перифраз дієвим засобом досягнення експресії в журналістських матеріалах.

У досліджуваних номерах газети спостерігаємо переважання індивідуально-авторських перифразів над загальномовними, що пояснюється бажанням журналістів дати власну оцінку описуваним явищам та привернути увагу читачів до матеріалу.

Однією з найважливіших функцій перифразів є евфемістична, що надає можливість газетярів навіть у складних мовних ситуаціях дотримуватись етикету. І все ж найхарактернішою властивістю цих стилістичних фігур є синонімічність у відношенні до слова чи словосполучення, що дає унікальну здатність утворювати синонімічні відповідники власним назвам, окремим термінам і конкретним найменуванням. На шпальтах газети «Україна молода» особливо це помітно при характеристиці сучасних політиків, оскільки тут твориться не лише емоційна оцінка людини, а й певний її імідж.

На жаль, на сторінках часопису все ж знаходимо значну кількість перифраз-штампів, окремі з яких уже морально застаріли або не відповідають суті текстів, у які вмонтовані. Окремі новотвори порушують також логіку речей.

ЛІТЕРАТУРА

- Здоровега: Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. – Львів: ПАІС, 2000. – 180 с.
- Коваль: Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови. – К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1967. – 315 с.
- Коломієць: Коломієць М. П., Регушевський Є. С. Короткий словник перифраз. – К.: Рад. школа, 1985. – 152 с.
- Мацько: Мацько Л. І., Сидоренко О. М. Мацько О. М. Стилiстика української мови. – К.: Вища шк., 2003. – 462 с.
- Пономарів: Пономарів О. Д. Стилiстика сучасної української мови. – К.: Либiдь, 1992. – 248 с.
- Ставицька: Ставицька Леся. Арго, жаргон, сленг. – К.: Критика, 2005. – 464 с.

Vlodymyr Buda. Stylistik loading of periphrases in the newspaper «Ukraine Moloda».

The peculiarities of publicistic style and specification of use of descriptive expressions in it were indicated in the article «Stylistik loading of periphrases» in the newspaper «Ukraine Moloda».

The basic thematic groups of descriptive names were exposed. The stylistic function, semantics and ways of creation of periphrases were defined in the text of newspaper. Some drawbacks which occur in a process of creation and usage of the descriptive expressions were analyzed.

Key words: publicistik style, periphrase, euphemism, contextual synonyms, linguistic clichés.