

Markiv O. T. To the question of polilog in network communication

In the article some aspects of polilogu are exposed in network communication: his determination, construction, principles of creation and function. Attention is accented on discursive lines and communicative roles of polilog in blogs.

Key words: network communication, polilog, blog, discursive lines.

УДК 070.4 : 81'373.612.2

Л. В. ОДИНЕЦЬКА

асистент

РОЛЬ МЕТАФОРИ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглянуто історію дослідження метафори. Акцентовано специфіку когнітивного вивчення метафори. З'ясовано поняття «концептуальна метафора» та схарактеризовано її особливості. Визначено типи метафор, висвітлено їхні функції та проаналізовано стилістичне забарвлення метафори в мові засобів масової інформації.

Ключові слова: метафора, концептуальна метафора, когнітивна лінгвістика, засоби масової інформації.

У сучасному інформаційному просторі велику роль відіграють засоби масової інформації, які історично впливають на формування світогляду сучасної людини. Мова засобів масової інформації як різновид національної мови еволюціонує одночасно з етнічною свідомістю та перебуває під впливом суспільно-політичних процесів. Вона відображає не лише суспільне життя, а обличчя країни в цілому. Тому мова сучасних засобів масової інформації багата на метафори, які сформовані на архетипах та мають різноманітне стилістичне значення. Актуальність статті полягає в необхідності виявлення стилістичних функцій метафори в засобах масової інформації.

Метою цієї статті є з'ясування стилістичної функції метафори в засобах масової інформації.

Метафоризація – це семантичний процес, в якому форма мовної одиниці переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі певної подібності між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця [8, 334].

Проблема функціонування метафори в ЗМІ є однією з ключових у сучасній лінгвістиці. Метафора – це один із найпродуктивніших інструментів збагачення мови, водночас це засіб концептуалізації дійсності і формування суспільних поглядів.

Існує багато напрямків дослідження цього явища: інтеракційний (А. Річардс, М. Блек), прагматичний (Д. Девідсон, Н. Гудмен, Е. Ортоні), когнітивний та інші.

У когнітивній лінгвістиці метафору потрактовано як ментально-мовне явище та акцентовано її пізнавальний потенціал. Поняття «когнітивна метафора» першим ввів М. Блек, вказавши, що метафора є не мовною прикрасою, а засобом мисленнєвої діяльності людини. Ще в часи середньовіччя Дж. Віко вивчав метафору у філогенезі як первинну логіку несвідомих процесів, яка втілилась у поетичній творчості народу. Згодом схожі думки висловлював Е. Касіреп, називаючи метафору рефлексом міфологічних уявлень

про світ [6, 101]. Сучасні когнітологи (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н. Арутюнова, А. Баранов, Ю. Караулов, А. Чудінов, О. Селіванова, Л. Кравець) вбачають у метафорі знаряддя мислення: використання її в різних видах тексту призводить до побудови нових гіпотез. Одна із основних функцій когнітивної метафори полягає в тому, щоб зробити об'єкт пізнання доступнішим, адже самі процеси людського мислення метафоричні. Метафора як ментальне явище забезпечує категоризацію та концептуалізацію дійсності. Водночас вона є засобом впливу на людську свідомість [4, 42].

Одним із фундаментальних досліджень метафори в когнітивістиці є праця американських вчених Дж. Лакоффа та М. Джонсона «Метафори, якими ми живемо». Дослідники переконливо доводять, що метафора є способом людського мислення, вона пронизує все наше життя, а концепти керують нашою свідомістю та впливають на нашу повсякденну дійсність [5, 25].

Концептуальна метафора – «це стійке та зафіксоване в мовній, культурній традиції етносу, а отже, і в мисленні людей, використання мовного знака одного концепту на позначення іншого, що передбачає розуміння сутності позначуваного за аналогією до позначуваного» [3, 8].

А. Ченкі виділяє такі особливості концептуальної метафори: 1) метафора є «мостом» від знайомого до незнайомого, від очевидного до неочевидного; 2) сфери, пов'язані метафорою, є асиметричні та нерівні: фізичні події не є абстрактними; 3) метафори парадоксальні, оскільки утверджують і заперечують щось водночас ($A=X$ і водночас $X \neq A$); 4) метафори можуть функціонувати на різних рівнях конкретності [7, 352].

У сучасній лінгвістиці вчені виділяють низку функцій метафор. А. П. Чудінов виокремлює такі функції: когнітивну, комунікативну, прагматичну, естетичну [10, 53]. В. К. Харченко розрізняє номінативну, інформативну, мнемонічну, евристичну, пояснювальну, стилетвірну, текстотвірну, жанроутворювальну, кодувальну, конспірувальну, емоційно-оцінну, етичну, аутосугестивну, ігрову та ритуальну.

При когнітивному підході метафора розглядається як спосіб мислення, тому когнітивна функція метафори є однією з головних. Метафори – це зображення аналогових можливостей людського мислення, вони вже закладені в інтелектуальній системі людини, виступають своєрідними схемами, за допомогою яких людина здійснює свою мисленнєву і соціальну діяльність. У мові засобів масової інформації концептуальна метафора реалізує експресивний потенціал, що сприяє пропаганді різних політичних ідей та поглядів. Таке використання та функціонування метафори відповідає особливостям мови засобів масової інформації. Адже основним завданням ЗМІ є вплив на аудиторію та формування поглядів. У мові засобів масової комунікації функціонують різні типи метафор:

✓ антропоморфна метафора, донорською зоною якої є концептосфера «людина». Різновидами антропоморфної метафори є соціоморфна (вона моделює світ за подібністю до різних сфер суспільного життя); мілітарна (метафора, яка зображає дійсність за аналогією до війни). Наявні також

метафори кримінально-правова, релігійно-міфологічна, торгово-економічна, науково-освітня, суспільно-економічного устрою, родинності;

✓ природоморфна метафора, донорською зоною якої є структура знань концептосфери «природа», а саме: тварини, рослини. У свою чергу, природоморфна метафора поділяється на зооморфну (метафора, донорською зоною якої є концепт «тварина»); фітоморфну (метафора із донорською зоною «рослина»); ландшафтну (метафора, яка моделює дійсність за аналогією до елементів певної місцевості);

✓ артефактна метафора, донорською зоною якої є концептосфера «предмети». У межах цього різновиду виділяють архітектурну метафору та метафору механізму [3, 126-163].

За приналежністю слова до певної семантичної групи є класифікація метафор А. П. Чудінова. Він поділяє метафори за основними субсферами: людина, соціум, природа та артефакти. Кожна з цих субсфер має свої різновиди метафор. В субсфері *людина* вчений виділяє фізіологічну, морбальну, сексуальну метафори та метафори родинності; в субсфері *соціум* – кримінальну, міліарну, театральну, спортивну та ігрову метафори; в субсфері *природа* – зооморфну та фітоморфну; в субсфері *артефакти* – метафори будинку і механізму [9].

Найпродуктивнішим різновидом концептуальних метафор в мові засобів масової інформації є соціоморфна, у якій світ репрезентуєть як модель соціальних відношень в суспільстві, як людську соціальну діяльність [2, 545].

Суспільно-політичні події країни часто змінюються, тому для їх характеристики використовують метафори. Кожен суспільно-політичний процес в країні супроводжується творенням та функціонуванням низки нових метафор. Журналісти чи публіцисти в своїх виступах, статтях зображують політиків і політику в різних образах. Тому в мові ЗМІ можна виділити такі найчастотніші концептуальні метафори (приклади взяті з журналу «Україна» за 2002-2015 роки): ПОЛІТИКА – ТЕАТР («*Надто тому, що ця політика час від часу нагадує театр Абсурду*»); ПОЛІТИКИ – АКТОРИ («*І нічого дивуватися, адже у роки “класичного” комізму роль уряду в системі органів державної влади остаточно звели до ролі старозавітного цапа-відбувайла, якого первосвященик обов’язково має приносити у жертву за гріхи*»); ПОЛІТИКА – СПОРТ («*Осінній політичний марафон в українському політикумі розпочався з утілення в життя літніх політичних заготовок учасниками забігу*»); ПОЛІТИКИ – СПОРТСМЕНИ («*Гра атлетів-політиків на грані можливого в народі все ще викликає довіру*»); ПОЛІТИКА – ГРА («*Дисциплінований і слухняний, радий без пам’яті, що опинився біля самого президента, він і помислити не міг про якісь амбіції та будь-яку власну політичну гру*»); ПОЛІТИКА – СТИХІЙНЕ ЛИХО («*Президентські вибори, які насуваються на країну з невідворотністю цунамі, – це стихійне лихо, яке треба пережити*»); ПОЛІТИКА – КАЗКА («*Кожна влада в кожній країні займається міфотворчістю та наймає казкарів, які ті міфи створюють та розповсюджують*»); ПОЛІТИКИ – ТВАРИНИ («*...коли політики займаються*

розподілом парламентських портфелів, тоді журналістам залишається лише спостерігати з ложі преси за підкилимними бійками парламентських бульдогів»); ПОЛІТИКИ – ЛІКАРІ («...він узяв на себе невдячну роль реаніматора політичних трупів та вирощувача політичних трупів»).

Соціоморфна метафора в мові засобів масової інформації реалізується в різних метафоричних моделях, які показують читачеві / слухачеві політику з різних аспектів. Асоціюючи політику з театром, журналісти прагнуть створити в людській свідомості ставлення до політики, як до спектаклю, добре організованого шоу. За допомогою гральної метафори досягається образ легковажності, несерйозності політики. Спортивна метафора асоціює політику зі спортом, із боротьбою та запеклими змаганнями.

Різні метафори мають різне функціональне навантаження в засобах масової інформації. Використання журналістами різних концептуальних метафор допомагає впливати на сприйняття людиною певних явищ і подій, формувати її світогляд, структурувати людське мислення, навчати прогнозувати альтернативні вирішення тієї чи тієї суспільно-політичної проблеми [1, 39-40].

Отже, метафора виступає одним із найважливіших компонентів друкованих та електронних комунікацій. У мові засобів масової інформації концептуальну метафору використовують для досягнення різних ефектів. Її вживання може бути зумовлене бажанням зробити друковане слово емоційнішим, впливовішим. За допомогою метафори журналіст може змусити читача замислитися над актуальними питаннями сьогодення, сприяти ствердженню певних світоглядних орієнтирів громадян. Однак іноді концептуальна метафора виступає й засобом маніпулювання людською свідомістю. Робиться це для формування негативної оцінки різних суспільно-політичних явищ, стимулювання легковажного ставлення до важливих проблем. У будь-якому випадку активне використання метафор у мові засобів масової інформації супроводжується процесами подолання одних стереотипів сприймання тих чи інших реалій і заміщення їх новими, моделювання певної мовної картини світу – своєрідної надбудови над реальністю. Таким чином, концептуальна метафора є найпродуктивнішим засобом збагачення мови та інструментом впливу на людське мислення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Политический дискурс : методы анализа тематической структуры и метафорики / А. Н. Баранов, О. В. Михайлова, Г. А. Саратов, Е. А. Шипова. – М., 2004. – 84 с.
2. Балашова Л. В. Русская метафорическая система в развитии : XI – XXI вв. – М. : Рукописные памятники Древней Руси : Знак, 2014. – 632 с.
3. Кравець Л. В. Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст. / Л. В. Кравець. – К. : ВЦ «Академія», 2012. – 416 с.
4. Кравець Л. В. Метафора у лінгвофілософських теоріях ХХ століття / Л. В. Кравець // Українська література в загальноосвітній школі. – 2006. – № 6. – С. 42-45.
5. Лакофф Дж. Метафори, котрими ми живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми / О. О. Селіванова. – П. : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
7. Современная американская лингвистика : Фундаментальное направление / А. А. Кибрик, И. М. Кобозева, И. А. Секерина. Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 480 с.
8. Українська мова. Енциклопедія. – К. : Укр. енцикл. ім. М. П. Бажана, 2000. – 752 с.
9. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
10. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. (Глава 1-2) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.

Одинецкая Л. Роль метафоры в средствах массовой информации

В статье рассмотрена история исследования метафоры. Акцентировано специфику когнитивного изучения метафоры. Выяснено понятие «концептуальная метафора» и охарактеризовано ее особенности. Определены типы метафор, ее функции. Проанализирована стилистическая роль метафоры в языке средств массовой информации.

Ключевые слова: метафора, концептуальная метафора, когнитивная лингвистика, средства массовой информации.

Odynetska L. The role of the metaphor in mass media

The article reviews the history of study of the metaphor. The attention is paid to the specific character of cognitive study of the metaphor. The term «conceptual metaphor» and its characteristics are determined. Types of metaphors are defined, their functions are highlighted, and their stylistic coloring in the language of the mass media is analyzed.

Keywords: metaphor, conceptual metaphor, cognitive linguistics, mass media.

УДК 655.535.54 : 82

Ю. С. ПОЛТАВЕЦЬ

кандидат філологічних наук, асистент

СПЕЦИФІКА ВИДАВНИЧИХ АНОТАЦІЙ ДО ЛІТЕРАТУРНО-ХУДОЖНІХ ВИДАНЬ

У статті проаналізовано специфіку функцій, змісту, стилю та методики створення видавничих анотацій до сучасних літературно-художніх оригінальних та перекладних видань. Схарактеризовано набір змістових елементів, які можуть бути наведені в анотації, та проілюстровано їх прикладами. Розглянуто прийоми анотування різних видів літературно-художніх видань, зокрема видань окремих творів та збірників, особливості складання анотацій до творів різних родів літератури та жанрів.

Ключові слова: анотація, видавнича анотація, структура анотації, спойлер, літературно-художнє видання.

З видавничої анотації починається знайомство потенційного читача з літературним твором і виданням, у якому цей твір опубліковано. Саме враження від анотації значною мірою зумовлює можливість та якість подальшого «спілкування» цього читача з обраною книгою.

Створення якісної анотації до літературно-художнього видання – складний процес, адже анотаторові потрібно розкрити основні змістові й жанрові характеристики твору, дотриматись відповідного стилю, образності, а