

від автора об'єктивного, тоді як повідомлення в парантезах – це вже безпосереднє ставлення, оцінка автора-жінки. Так, торкаючись теми правил у релігійній школі, автор-жінка додає в парантезах саме своє ставлення до цього. Воно виявляється через уживання: *Je ne peux ...que, Je devais ... Je dois admettre ..., Je ne peux empêcher ... J'étais sûre ...* [5, с. 84–85]. Адекватна інтерпретація парантез сприяє глибшому розумінню авторських інтенцій і виявленню авторської прагматики. У такий спосіб, парантези так само беруть участь у створенні образу автора, адже саме в них автор-жінка повідомляє своє ставлення (*Croire et l'obligation de croire ne se distinguaient pas*) [5, с. 85], виражає емоції (*Pourtant je devais y vivre avec tranquillité, n'en désirant pas d'autre*), надає оцінку (*Univers dont, au fur et à mesure que je le remonte, la cohérence et la puissance me paraissent effrayantes*) [5, с. 84].

Таким чином, саме парантези здійснюють подвійний вплив на формування образу автора. Як вербальний образотвірний елемент парантези вибудовуються згідно стратегії задуманого образу автора, залучаючи лінгвостилістичні засоби і зберігаючи індивідуально-авторські особливості. Проте, як невербальний образотвірний елемент (у вигляді дужок), має суто прагматичні цілі – візуально активізувати увагу читача, зорієнтувати його на цікаве, інтимне. Головною їхньою метою є пояснення, оцінка, деталізація, опосередкований вияв емоційності, що безпосередньо характеризує автора і впливає на становлення його образу.

Додамо до вищеназваних образотвірних елементів подвійного впливу ще і курсив, що виділяє чуже мовлення. Особливістю чужого мовлення є його так звана псевдо анонімність, тобто автор-жінка безпосередньо не пояснює, кому належать ці слова, вирази. Проте розташовує його в такому контексті, що у читача не виникає труднощів у виявленні адресанта. Допмагають читачеві вірно його визначити саме невербальні засоби виділення, курсив. Так, описуючи характер батька (*Mon père était gai de caractère, joueur, toujours prêt à raconter des histoires, faire des farces*), що він полюбляв робити в неділю (*Le dimanche, il servait la messe avec son frère, vacher comme lui*), автор-жінка завершує фрагмент прямою мовою батька, тими словами, які він промовляв, пригадуючи минуле: *On était heureux quand même. Il fallait bien* [6, с. 32] (В оригіналі виділено курсивом – О.Т.). Таким чином, курсив, виокремлюючи чуже мовлення, реалізує тактику подвійного впливу, надаючи змісту особливої форми. Відтак, залучення автором-жінкою невербальних засобів компресує оповідну дескрипцію, однак збільшує семантичне навантаження та акцентує експресивність обраних лексичних одиниць, речень, надфразової єдності.

Отже, проаналізувавши засоби тактики подвійного впливу, а саме типографічний відступ, схематичне перерахування, парантези, курсив, стверджуємо про іншу організацію друкованого простору, що відбиває фемінні особливості образу автора. Друкований простір – це зовнішній вигляд художнього простору, куди читач може потрапити лише розкодувавши його. Як жінка змінює зовнішність задля привернення уваги до себе, так і автор-жінка змінює друковану сторінку автобіографічного роману. Зміна класичного друкованого простору долучається до формування образу автора, візуально впливаючи на читача. Але при цьому вербальне наповнення візуальних змін так само залишається важливим. Подвійний вплив реалізує свій потужний прагматичний потенціал саме за умови балансу вербального і невербального компонентів.

Література:

1. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / Валерия Андреевна Кухаренко. – М. : Просвещение, 1986. – 80 с.
2. Пиаже Ж. Теория, эксперименты, дискуссии : учеб. пособие для студентов психол. специальностей и направлений / под ред. Л. Ф. Обухова, Г. В. Бурменской. – М. : Гардарики, 2001. – 622 с.
3. Серякова І. І. Соматикон англомовних дискурсивних практик речення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. І. Серякова. – К., 2012. – 32 с.

Джерела ілюстративного матеріалу:

4. Colette S.-G. Sido / Sidonie-Gabrielle Colette. – P. : Editions Robert Laffont, S.A., 1989. – 751 – 800 p.
5. Ernaux A. La Honte / Annie Ernaux. – P. : Gallimard, 1997. – 142 p.
6. Ernaux A. La Place / Annie Ernaux. – P. : Gallimard, 1983. – 114 p.

УДК 81'373.612.2

А. О. Худолій,

Національний університет «Острозька академія», м. Остроз

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ МАРКЕРИ МОВНИХ ЗМІН В АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Виокремлено та описано лексичні, стилістичні та функціональні особливості метафор в американських публіцистичних текстах. Розглянуто когнітивні особливості метафоричних переносів. Описано функціональну спрямованість метафор у текстах публіцистичного стилю. Деталізовано функції метафор. Висвітлено асоціативну спрямованість образних засобів у мові американських публіцистичних текстів з урахуванням фонових знань.

Ключові слова: публіцистичні тексти, функція, мовні зміни, метафора, когнітивна метафора, мовна картина світу.

LEXICO-STYLISTIC MARKERS OF LANGUAGE CHANGES IN AMERICAN JOURNALISTIC TEXTS

Lexical, stylistic and functional peculiarities of metaphors in American journalistic texts are distinguished and described. Cognitive characteristics of metaphoric transferences are analyzed. Functional orientation of metaphors in the texts of journalistic style is described. Functions of metaphors are studied in details. Associative orientation of expressive means in the language of American journalistic texts is highlighted. Extra linguistic factors are taken into consideration.

Language changes occur under the influence of society development. The basic unit of construction and language functioning is the relationship between the element of expression and the element of content. In other words it is the relationship of nomination. One of the reasons why changes occur in language is the asymmetry in the structure and functioning of the language sign. One of the characteristic types of asymmetry is the phenomenon of polysemy. Polysemantic words serve as instruments in categorization of human experience, linguistic and extra linguistic information. Language changes are reflected by metaphors, metonymies and syntactic transformations. Metaphor is associative by the character of vertical language relationships and metonymy is syntagmatic by the character of horizontal language relationships. Metaphor in journalistic texts performs a set of functions: nominative, cognitive, cumulative, expressive, attractive, creative, ideological, and many others.

Metaphors are typical for human thinking. They define, to some extent, our perception of the world. Language metaphor is closely connected with mythology.

Analyzing metaphor we can't but mention the cognitive function. It means that metaphor serves as an instrument of cognition. Cognitive potential of metaphor is especially useful in solving of language problematic situations. Performing cognitive function metaphor expresses and forms new notions. Along with it a metaphor is the means of language changing.

Key words: *journalistic texts, function, language changes, metaphor, cognitive metaphor, linguistic picture of the world.*

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ЯЗЫКОВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В АМЕРИКАНСКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Выявлены и описаны лексические, стилистические и функциональные особенности метафор в американских публицистических текстах. Рассмотрены когнитивные особенности метафорических переносов. Описана функциональная направленность метафор в текстах публицистического стиля. Детализированы функции метафор. Освещена ассоциативная направленность образных средств в языке американских публицистических текстов с учетом фоновых знаний.

Ключевые слова: *публицистические тексты, функция, языковые изменения, метафора, когнитивная метафора, языковая картина мира.*

Постановка проблеми. В умовах швидких політичних та економічних змін в житті кожного суспільства дедалі більше набуває актуальності дослідження американського варіанту англійської мови, зважаючи на її роль як інструменту міжнародного спілкування.

Англійська мова в США є складним та багатомірним явищем, оскільки розширюються її функції, а, відповідно, і її роль у житті американського суспільства. На її динаміку впливає низка чинників, як лінгвальних, так і екстралінгвальних. Одним із найбільш емоційно насичених різновидів масово-інформаційного дискурсу, який створюють сучасні ЗМІ, є публіцистичні тексти.

Однак аналіз функціональних змін у мові американського варіанту англійської мови та чинники, що суттєво впливають на її трансформації та функціонування залишаються поза увагою науковців. Ми вбачаємо наше завдання у вивченні особливостей функціонування англійської мови в американських публіцистичних текстах.

Власне **актуальним** виявляється лексичний та стилістичний аналіз мови публіцистичних текстів як складного явища, що охоплює текстовий, соціальний контекст, аксіологічні стратегії тощо.

Метою даної статті є дослідження мови американських публіцистичних текстів з урахуванням функціональних, когнітивних і прагматичних особливостей. Мета передбачає виконання таких завдань:

- Проаналізувати принцип асиметрії мовного знаку та явище багатозначності в мові;
- Описати метафору як активного інструменту багатозначності;
- Виокремити функції політичного дискурсу;
- Деталізувати когнітивні особливості метафор умові публіцистичних текстів;
- Відстежити та описати зв'язок між метафорою та міфологією.

Під впливом розвитку суспільства відбувається розвиток мови, в ході якого постійно відбуваються зміни у номінації параметрів дійсності. Базовою одиницею побудови і функціонування мови є відношення між елементом плану вираження та елементом плану змісту, тобто відношення номінації, яке пов'язує означуване та означуюче [6, с. 4; 16, с.172]. Однією з причин мовних перетворень є існування асиметрії в структурі та функціонуванні мовного знаку [6, с. 106; 8, с. 54]. Характерним типом лінгвістичної асиметрії виступає багатозначність, яка виникає внаслідок розходження плану вираження та плану змісту. Багатозначність мовних одиниць є способом зберігання мовної та енциклопедичної інформації. За допомогою багатозначних слів здійснюється лінгвістична категоризація людського досвіду, результати якої відображені у повнозначній лексиці. Унаслідок мовної асиметрії одна і та ж форма може застосовуватись для позначення різних об'єктів або виконання інших функцій [31, с. 176; 14, с. 85]. Явище асиметрії пояснюється тим, що мовці обмежують кількість елементів плану вираження чи плану змісту. Основна причина мовної асиметрії полягає в тому, що люди оперують поняттями із розпливчастими, туманними межами, котрі дають можливість позначати будь-який об'єкт, навіть такий, для якого в мові не існує певного найменування. Асиметрія, яка виступає рушійною силою розвитку мови, визначається особливостями мислення і психіки людини. Нові явища та предмети отримують назви шляхом утворення нових слів або пристосування вже існуючих [11, с. 63]. Оскільки назва будь-якого предмета та повідомлення про нього здебільшого перебувають у нерозривній єдності, то комунікація та номінація виявляються взаємозумовленими явищами [13, с. 6].

Іншою причиною динаміки мовних змін виступає не сама мова, а її користувачі, тобто люди, які характеризуються індивідуальними особливостями пізнання навколишнього світу. Важливу роль у процесі пізнання відіграє не тільки індивідуалізація сприйняття, а й зміни в самих матеріальних предметах, які часто не мають чітких меж. Власне через це, називання предмета завжди пов'язано з формалізацією відповідного фрагмента дійсності, що підвищує роль зацікавленості, яка опосередкована мисленням. Особливого значення набуває можливість трансформацій у концептуальній картині світу людини [див. 33].

Динамічний аспект мови показує яким чином одне мовне явище перетворюється в інше. Мовні зміни є серцевиною розвитку та функціонування мови [6, с. 4]. До динаміки змін у мові американської публіцистики ми відносимо зміни значень слів: метафору, метонімію та синтаксичні трансформації. Найвиразнішими лексико-стилістичними засобами і показниками динаміки мовних змін у публіцистичних текстах виступають метафора та метонімія, оскільки вони утворюють базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду й навколишнього світу.

Метафора є асоціативною за характером використання вертикальних мовних відношень. Метонімія – синтагматична за характером використання горизонтальних мовних відношень. Будь-яке інформаційне повідомлення ЗМІ конструюється шляхом комбінації горизонтального руху для поєднання слова і вертикального руху, в процесі якого відбувається відбір відповідних слів із внутрішнього лексикону [9, с.103].

У семантичній деривації (динамічний аспект) проявляється дія механізму концептуалізації знань [18, с. 17]. В основі цього механізму знаходяться семантичні зрушення, виникнення нових, переносних значень, заснованих на співвіднесеності одного предмета (явища) з іншим через якусь спільну ознаку [31, с.177]. Семантичні зрушення характерні для публіцистичних текстів, в яких автори нерідко користуються метафорами. Звичний метафоричний перенос зображають як тричленну структуру: В – П – Р, де В – вихідне слово, Р – результат, а П – проміжне поняття, спільне для В і Р [6, с. 484].

Метафоричний корпус сучасних публіцистичних текстів став об'єктом особливої уваги когнітивних лінгвістів з огляду на те, що:

1) виникає потреба оперативного аналізу політичного дискурсу та виявлення тенденцій його розвитку, які визначаються станом суспільної свідомості;

2) динаміка змін у суспільній свідомості тією чи іншою мірою відображається в мовній структурі метафоричного простору;
3) аналіз мовних метафоричних моделей політичного мислення дає змогу здійснювати лінгвістичний моніторинг суспільної свідомості та визначати у ній стабільні складові [2, с. 6].

Метафора приваблювала та приваблює науковців, оскільки її розглядають як процес і результат дії складних мовних і когнітивних механізмів та засіб концептуалізації емпіричних знань [18, с. 17]. Вивчення метафори зводиться до аналізу її двох ознак: 1) характеру смислового значення слова (метафори); 2) функції метафори у певній сфері мовної діяльності [13, с. 27].

Метафора, як і будь-який інший стилістичний та лексичний засіб, виконує низку функцій в текстах американських публіцистичних текстів. Метафоризація є одним з універсальних семантичних процесів мови. У публіцистичних текстах метафора виконує кілька функцій:

- 1) номінативну, тобто позначає те, що не має назви [32, с.124];
- 2) образну, створює образ [4, с. 46];
- 3) оцінну, дає оцінку тому чи іншому явищу [27, с. 38];
- 4) мислетворчу, виступає інструментом мислення [6, с. 482];
- 5) компресивну, є засобом економії лексичних засобів [32, с. 125];
- 6) когнітивну, виконує функцію пізнання [20, с. 23];
- 7) експресивно-атрактивну, надає висловлюванню виразності та затримує увагу читача [7, с. 34, 19];
- 8) пропагандистську;
- 9) ономасіологічну, тобто є заміником одного слова іншим [25, с. 9];
- 10) гносеологічну, формує нове поняття [27, с. 38];
- 11) культурного розвитку, впливає на розвиток мови [15, с. 363];
- 12) аксіологічну, яка виражає ставлення людини до соціуму та передбачає інтерпретацію подій, категоризуючи людський досвід [4, с. 47];
- 13) мнемонічну. Метафора збагачує, розшифровує та сприяє відтворенню інформації [32, с. 134];
- 14) соціальну, опосередковано інформуючи інших про чиясь ставлення та вірування, засвідчуючи соціальний статус мовця [32, с. 136].

На закріплення нового метафоричного значення й утворення самостійної мовної одиниці впливає сукупність факторів: вдалий вибір опорного номінативного знаку, образність, незвичність, частотність та вжиток самого позначуваного предмета [25, с. 60]. Свіжість метафори є однією з її ознак як образного засобу. Виразність метафори доповнюється її новизною, а незвичне поєднання фактів і явищ дійсності, порушення нормативної сполучуваності слів привертають увагу читача і допомагають глибше уявити ту чи іншу подію.

Метафора притаманна людському мисленню та мові. Як спосіб мислення, вона до певної міри визначає наше сприйняття світу [34, с. 453]. В основі метафоризації лежить розмитість понять, якими оперує людина, відображаючи у своїй свідомості постійно-мінливу багатогранну діяльність [6, с. 481]. У більшості мовних явищ і понять відбито співвідношення та взаємодія певних категорій, концептуальних структур, які визначають ту картину світу, яка представлена в природній мові [12, с. 142; 14, с. 85]. Слово утворюється з суб'єктивного сприйняття та є відбитком не самого предмета, а його відображення в душі. Оскільки почуття та діяльність людини залежать від уявлень, а ті від мови, то відношення людини до зовнішнього світу обумовлено тим, як ці предмети подані їй в мові, а відтак і в метафорах [22, с. 29].

Мовна метафора тісно пов'язана з міфологічною, оскільки вони мають єдине походження. Їх призначення полягає в інтенсифікації, концентрації чуттєвого досвіду, який є базою мовного та релігійно-міфологічного символізму [9, с. 85]. Спосіб творення первісних форм мовних та міфологічних уявлень пов'язаний з явищем, при якому уявлення не розширюється, а спресовується, зводиться в одну точку. У цьому процесі відфільтровується деяка сутність, екстракт, який і виводиться в значення метафори. Увесь світ концентрується в одній точці, у фокусі значення, в той час як все, що лежить за межами фокуса мовного та міфологічного поняття, начебто залишається невидимим [29, с. 32]. За своєю природою метафоричне мислення є міфічним [21, с. 240]. Стародавня метафора була наслідком необхідності і в більшості випадків зобов'язана своїм походженням точнішому визначенню поняття, яке відповідало старому імені [10, с. 34]. У сучасній англійській мові давні уявлення живуть у формі так званих мовних міфів, метафор, основою яких є позамовна історико-культурна спадщина. Ми поділяємо думку В.Г. Гака, А.Ф. Лосєва та ін. про те, що метафоричні переноси пов'язані з недиференційованими поняттями, із генетично-ранніми етапами еволюції мислення [6, с. 481].

Аналізуючи метафору, слід зважати на когнітивний аспект її функціонування. Підхід до мови як семіотичної системи, створеної для збереження та передачі інформації, передбачає встановлення принципів концептуалізації предметів і явищ [18, с. 17]. Когнітивні потенції метафори, особливості її виникнення внаслідок зіставлення семантичних концептів значною мірою детермінують її виняткову роль у вирішенні нестандартних проблемних ситуацій. Їх розв'язання передбачає активізацію діяльності когнітивної системи людини у процесі засвоєння та опрацювання знань для побудови множини варіантів дій та вибору правильної альтернативи [3, с. 35].

Метафора публіцистичних текстів є культурно-когнітивним феноменом. Виконуючи когнітивну функцію, метафора виражає та формує нові поняття. Крім того, вона є засобом зміни самої мови [17, с. 17]. У результаті когнітивного процесу відбувається зіставлення кількох референтів, що веде до семантичної концептуальної аномалії, ознакою якої є емоційне напруження. Концептуальний процес, який породжує метафору, ґрунтується на схожих властивостях референтів, на яких базується аналогія, так і несхожих, на яких будується семантична аномалія. Метафоричний процес передбачає участь не тільки розуму, мозку, але й зовнішнього світу з його багатством символів та культур [15, с. 379]. Творення метафори входить до процесу пізнання, який стосується індивіда в контексті еволюційного розвитку.

Мовна картина світу, яка, в першу чергу, увібрала в себе досвідно-практичні, життєві та культурні стереотипи, наскрізь пронизана емоціями. Публіцистичні тексти спрямовані на реципієнта, тобто вони формуються таким чином, щоб емоційно вплинути на читача. І хоча такий діалог односторонній з формальної точки зору, він водночас націлений на читачий резонанс [27, с. 27]. Журналісти вибирають такі засоби для емоційного впливу на адресата, які повинні знайти передбачуваний ними відгук в душі читача, викликати в ній переживання, а отже, здійснити експресивний ефект. Такий діалог має на меті змінити систему поглядів реципієнта та налаштувати його на сприйняття авторської концепції цінностей та відповідних настанов. Суттєвим методом впливу на свідомість читачів через публіцистичні тексти є використання в них метафор. Метафоризація дозволяє не тільки проникнути у свідомість читача, а й перебудувати її [23, с. 223]. Особливо корисна метафора для опису такого поля діяльності, як суспільно-політичне життя. Як відзначають дослідники публіци-

тичного стилю [див., напр., праці В.Г. Костомарова, А.К. Панфілової, Г.Я. Солганіка та ін.], суттєвою його особливістю є притаманний йому набір метафоричних слів різних тематичних та стилістичних розрядів. Особливий характер метафоризації цих слів полягає в їх переосмисленні для позначення суспільних явищ [31, с. 92; 32, с.136].

Модель метафоричного процесу складається з сутностей, взаємодій і відношень, які встановлює суб'єкт метафоризації. Як сутності, які утворюють основу метафори, виступають: задум, мета та базис. Кожну з цих сутностей супроводжує асоціативний комплекс – енциклопедичні, національно-культурні знання або власне особисте уявлення [14, с. 92].

Результати нашого дослідження дозволяють нам стверджувати про активну участь метафори як механізму функціональних змін у мові американської публіцистики. Вона відіграє важливу роль в інтеграції вербально-логічної та чуттєво-образної систем людини і є ключовим елементом категоризації картини світу [28, с. 103].

Сучасні дослідження метафори базуються на ідеї переносу за схожістю [390, с. 108]. Як тільки перенос назви закріпився, слово, поряд з попереднім, набуває нового, переносного значення. Метою метафоричного використання слова є окреслення нових меж його значення, яке перетинає первинне або виділяє нові суттєві характерні риси в цьому чи іншому предметі [35, с. 175].

Основною причиною переосмислення первинних значень ми визнаємо асоціативність як фундаментальну властивість людського мислення. Ми поділяємо думку В.М. Телії про те, що кожному народу притаманний лінгвокреативний тип мислення двоякої спрямованості. З одного боку, це – процес відображення дійсності, а з іншого – переосмислення наявних у мові ресурсів [30, с. 143]. Асоціації втілюються в мовній картині світу і приводять до формування потужного корпусу мовних засобів, наприклад, складних і похідних слів, переносних найменувань зі стрижневими показниками кольору, розміру, а також інших ознак ЛСВ (лексико-семантичних варіантів) аналізованих слів [24, с. 10]. Асоціації, які є психологічною основою семантичних переносів, викликають певні емоційні, експресивні та стилістичні наслідки. Непрямі (побічні) асоціації зв'язують та оцінюють уявлення, які знаходять відображення в мовній картині світу американського соціуму. Власне вони визначають напрямки переносів значення. Метафора є гнучким інструментом лінгвокреативного мислення, оскільки метафоричні асоціації не обмежені реальною просторовою близькістю [19, с. 64]. В основі непрямих асоціацій є експресивно-образна метафоричність. Такий тип метафор поєднує в собі оцінний, емотивний та експресивний потенціал, який ґрунтується на стереотипному для суспільства образно-асоціативному комплексі [22, с.118]. Існування образно-асоціативного комплексу пояснює вживання таких метафор у вжитково-побутовому мовленні, в якому домінує спонтанність вибору при опорі на шаблони. Асоціації емпіричної повсякденної свідомості виражають складний світ сприйняття крізь досвід матеріального та духовного життя народу. Оцінні уявлення, які впливають на сприйняття світу даним етносом, створюють національну специфічність [26, с. 24].

Образно-номінативні засоби виникають там, де є ті чи інші найбільш загальні та прагматично важливі для людини категорії та значення, пов'язані зі складними комплексами асоціативних зв'язків. Метафори спрямовані на створення ефекту експресивності, художності, яскравої образності в мові, а в мовленні – особливої виразності висловлювання [1, с. 19]. Емотивно-забарвлена метафора вже на рівні задуму спрямована на те, щоб за рахунок образного забарвлення, створеного стереотипом, викликати емотивне відношення, що має форму модальності [27, с. 49]. Оцінні концепти, які лежать в основі оцінок в метафорах, виявляються в ціннісній картині світу. Внутрішня форма, яка співвідносить нове значення з екстенсіоналом метафори, прозора для сприйняття, оскільки вона збуджує звичні для даного мовного колективу асоціативно-образні уявлення [5, с. 58].

У публіцистичних текстах метафора є поліфункціональною. Публіцистична метафора є гнучким елементом лінгвокреативного мислення, яке до певної міри визначає наше сприйняття світу.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні розширеного набору функцій, які виконують метафори як лексичні та стилістичні маркери американських публіцистичних текстів.

Література:

1. Акуленко В. В. Категория количества в современных европейских языках / В. В. Акуленко. – К. : Наукова думка, 1990. – 284 с.
2. Баранов А. Н. Русская политическая метафора: Материалы к словарю / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов. – М. : Ин-т Русского языка АН СССР, 1991. – 193 с.
3. Баранов А. Н. Парламентские дебаты: Советский политический язык: (от ритуала к метафоре) / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – М. : Знания, 1991. – 63 с.
4. Бородулина Н. Ю. Аксиологичность метафоры / Н. Ю. Бородулина, Е. М. Коломейцева // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 46–48.
5. Вольф Е. М. Метафора и оценка / Е. М. Вольф // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 52–64.
6. Гак В. Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 768 с.
7. Горбунов А. П. Образные средства языка газеты / А. П. Горбунов. – М. : Изд-во МГУ, 1969. – 64 с.
8. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотипы и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : Изд-во УГПУ, 1996. – 214 с.
9. Жоль К. К. Мысль, слово, метафора / К. К. Жоль. – К. : Наукова думка, 1984. – 303 с.
10. Кассирер Э. Сила метафоры / Кассирер Э. // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 33–67.
11. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1990. – 108 с.
12. Кравченко А. В. Язык и восприятие. Когнитивные аспекты языковой категоризации / А. В. Кравченко. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1996. – 159 с.
13. Кубрякова Е. С. Части речи в ономазиологическом освещении / Е. С. Кубрякова. – М. : Наука, 1978. – 115 с.
14. Кустова Г. И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений / Г. И. Кустова // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 85–109.
15. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры / Э. Маккормак // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 358–386.
16. Общее языкознание / Под ред. А. Е. Супруна. – Минск : Вышэйшая школа, 1983. – 456 с.
17. Овакимян Л. Б. Когнитивные аспекты семантики производного слова (на материале англоязычной художественной прозы): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: 10.02.04: германские языки / Л. Б. Овакимян. – М., 1995. – 21 с.
18. Ольшанский И. Г. Лексическая полисемия: возможности и перспективы ее исследования с когнитивных позиций / И. Г. Ольшанский // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов : Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 17–23.
19. Опарина Е. Ю. Концептуальная метафора / Е. Ю. Опарина // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 65–77.
20. Позднякова Е. М. Концептуальная организация производного слова / Е.М. Позднякова // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов : Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 23–27.

21. Потебня А. А. Слово и миф / А. А. Потебня. – М. : Изд-во «Правда», 1989. – 623 с.
22. Потебня А. А. Мысль и язык / А. А. Потебня. – К. : Синто, 1993. – 192 с.
23. Почепцов Г. Г. (мл.) Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 352 с.
24. Солоненко Е. Н. Прилагательные размерности как база для вторичной номинации при выражении аксиологической оценки в современном английском языке: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04: германские языки / Е. Н. Солоненко. – К., 1991. – 18 с.
25. Способы номинации в современном русском языке / Под. ред. Д. Н. Шмелева. – М. : Изд-во Наука, 1982. – 286 с.
26. Сукаленко Н. И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира / Н. И. Сукаленко. – К. : Наукова думка, 1992. – 268 с.
27. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 26–51.
28. Фесенко И. М. Отражение картины мира общенародным английским языком географии: дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / И. М. Фесенко. – К., 1993. – 236 с.
29. Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира / Т. В. Цивьян. – М. : Наука, 1990. – 207 с.
30. Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности / В. Н. Телия, Т. А. Графова, А. М. Шахнарович и др. / Отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1991. – 214 с.
31. Шмелев Д. Н. Способы номинации в современном русском языке / Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1982. – 286 с.
32. Cibbs R. W. The Poetic of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding / R.W. Cibbs. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – 527 p.
33. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 190 p.
34. Lakoff G. Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. – N.Y. : Basic Books, 1999. – 624 p.
35. Goodman N. Metaphor as Moonlighting / N. Goodman // On Metaphor / Ed. by S. Sacks. – Chicago : University of Chicago Press. – 1978. – P. 175–180.

УДК 811.112.2'17:323.2

Е. А. Шірінян,

Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ

ТРАДИЦІЙНІ НІМЕЦЬКІ ЦІННОСТІ ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ДОМІНАНТИ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ КОНРАДА АДЕНАУЕРА

У статті розглянуто поняття політичного дискурсу, а також виокремлені та досліджені з точки зору їх вербальної репрезентації у контекстному оточенні традиційні німецькі цінності, актуалізовані у текстах промов Конрада Аденауера.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікація, цінність, аксіологія, ФРН, Конрад Аденауер.

TRADITIONAL GERMAN VALUES AS LINGUISTIC-CULTURAL DOMINANTS IN POLITICAL DISCOURSE OF KONRAD ADENAUER

A definition of political discourse has been discussed in the article as well as traditional german values, figuring in the texts of Konrad Adenauer speeches, have been found and analysed from the point of their verbal representation in the context's surrounding. The political discourse has become a subject of interdisciplinary research and integrates in itself the results of investigation of such sciences as linguistics, cultural and political studies. It is worth noting that every statesman aims to draw and to influence the audience through his oration. A good way the reach this goal seems to be the mentioning of those particular concepts that really matter for various strata of society. Among other specific moral standards of german nation one should name «unity», «freedom», «human dignity», «Christianity» etc. The first chancellor of Federal Republic of Germany Konrad Adenauer provided to the conscience of the citizens of his country in the situation of general instability in the whole land the norms and ideals that population understood, supported and accepted. With the help of his speeches this political figure has tried to cultivate in the people's mind the feeling of solidarity, the responsible attitude to the labor, the high importance of religious questions for community. The effect of persuasiveness can be achieved in addition by using the stylistic devices, for instance anaphora, epithet, allegory, irony, conduplicatio, parrhesia and others.

Keywords: political discourse, communication, value, axiology, Federal Republic of Germany, Konrad Adenauer.

ТРАДИЦИОННЫЕ НЕМЕЦКИЕ ЦЕННОСТИ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ДОМИНАНТЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КОНРАДА АДЕНАУЕРА

В статье рассмотрено понятие политического дискурса, а также выделены и исследованы с точки зрения их вербальной репрезентации в контекстном окружении традиционные немецкие ценности, которые актуализируются в текстах выступлений Конрада Аденауера.

Ключевые слова: политический дискурс, коммуникация, ценность, аксиология, ФРГ, Конрад Аденауер.

Утворення системи цінностей особистості залежить від економічного та культурного рівнів розвитку суспільства, від умов життя та виховання індивідууму. Акцентування уваги на значущому виявляється насамперед у процесі розгортання комунікації, тому що обмін смислами відбувається на основі важливих для мовців уявлень та переконань. Відповідно у межах певного дискурсу як зв'язного тексту у сукупності з екстралінгвістичними, соціокультурними, прагматичними та психологічними факторами сконцентровані норми та ідеали, актуальні для трансляторів та реципієнтів відповідної інформації. У цьому відношенні логічно припустити, що політичні діячі у своїх промовах апелюють до тих значимих об'єктів, які слугували б інструментом впливу, заклику, агітації електорату, задоволенням його потреб та інтересів. З погляду лінгвістики подібні мовленнєві конструкції виокремлюються за допомогою таких стилістичних прийомів як логічний наголос, повторення, порівняння, метафоризація, гіпербола, літота та інші.

Інтенсивне використання в лінгвістичних розробках останніх років поняття простору (А. Е. Левицький, С. І. Потапенко) дозволяє розглядати феномен політичного дискурсу як динамічне мовно-опосередковане інформаційне поле, в рамках якого породжуються концепти, що визначають буття й ціннісні пріоритети лінгвоспільноти на конкретному етапі її культурно-історичного поступу. Міжпарадигмальний підхід до вивчення аксіологічного простору політичного дискурсу, породженого, передовсім, знаковою для культури Німеччини персоналією Конрада Аденауера, визначає **актуальність** роботи.