

(іноді-три знаки оклику), рідше – питальних речень; висока частотність використання наказового способу. Таким чином, текстам реклами, властиві короткі інверсовані речення та значна кількість емоційно забарвленої лексики.

Подальше дослідження структурно-семантичних, стилістичних, лексичних, граматичних властивостей турецьких рекламних текстів допоможе з'ясувати особливості функціонування мовних засобів у рекламних текстах. Перспектива дослідження полягає в розробленні оптимальної методики мовознавчого аналізу текстів реклами та виявленні найуживаніших та найефективніших моделей рекламних текстів.

Сьогодні реклама відіграє важливу роль у житті суспільства, комерційному середовищі, виступає двигуном торгівлі. Її метою є шляхом використання спеціальних мовних засобів, образів, абстракцій, понять, узагальнень, вплинути на свідомість потенційного споживача товарів та послуг, викликати його позитивну реакцію, запам'ятатися та таким чином спонукати до придбання товару.

БІБЛОГРАФІЯ

1. Абрамова Г. А. Социально-прагматическая детерминированность процессов метафоризации в рекламном тексте / Г. А. Абрамова // Лингвистика текста и методика преподавания иностранных языков. – К., 1981. – С. 34-39.
2. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе : учеб. пособ. / Ю. С. Бернадская. – М. : ЮНИТИ, 2009. – 288 с.
3. Лингвистика текста и обучение иностранным языкам: сборник статей. / Под ред. В. А. Бухбиндер. – К., 1978. – 207 с.
4. Лиса Н.С. Структурні та лінгвопрагматичні особливості рекламного знака (на матеріалі англомовної реклами): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Львівський національний ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 18с.
5. Стриженко А.А. Прагматическая ориентация рекламы // Прагматические аспекты функционирования языка. – Барнаул: Алтайск. гос. ун-т. – 1983. – С. 1-83.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Катерина Телешун – кандидат філологічних наук, асистент кафедри тюркології Інституту філології, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Наукові інтереси: термінознавство, лексикологія, лексикографія, етнолінгвістика, ділова комунікація турецької мови.

УДК 81'373.612.2:81'272

ПОЛІТИЧНА МЕТАФОРА В СИСТЕМІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анастасія ГАВРИЛЮК (Київ, Україна)

У статті розглядаються проблеми визначення політичної метафори. Визначається місце політичної метафори в системі політичної комунікації, досліджується зв'язок між політичною метафорою та політичним текстом, а також її прагматичний потенціал.

Ключові слова: політична метафора, політичний текст, політична комунікація, прагматичний потенціал.

The article deals with the problems of the definition of political metaphor. It defines the place of political metaphor in the political communication system, examines the relation between political text and political metaphor as well as its pragmatic potential.

Keywords: political metaphor, political text, political communication, pragmatic potential.

Політична метафора межує з низкою понять: політичний, політична комунікація, політичний дискурс, політична лексика та політика.

За визначенням Великого тлумачного словника сучасної української мови, який дає загальні визначення понять, термін «політичний» означає той, «який базується на політиці, пов'язаний з питаннями політики, пов'язаний із проведенням політики у житті» [4: 849].

Термін «політика» визначається як:

1. Загальний напрямок, характер діяльності держави, певного класу або політичної партії.
2. Напрямок діяльності держави або політичної партії у тій чи іншій галузі у певний період.
3. Події та питання внутрішньодержавного і міжнародного суспільного життя [4: 849].

Політологічний енциклопедичний словник дає дещо інше, більш конкретне визначення цього терміну, згідно якого:

«Політика (від грец. *politikó* – державні і суспільні справи) – організаційна, регулятивна і контрольна сфера суспільства, в межах якої здійснюється соціальна діяльність, спрямована головним чином на досягнення, утримання й реалізацію влади індивідами й соціальними групами задля здійснення власних запитів і потреб» [8: 258].

Отже, можна по-різному тлумачити поняття «політика», і тому поняття «політичний» позначає напрямок та характер діяльності держави, політичної сили, партії, громадської організації, стосується подій та питань внутрішньодержавного і міжнародного суспільного життя та спрямований на досягнення, утримання та реалізацію влади.

Передумовою створення політичної метафори в системі мови та розвитку в системі мовлення є тексти як комунікативні одиниці та їхні жанрові різновиди. Ці поняття тісно взаємопов'язані між собою, вони функціонують у тісній взаємодії. Політична комунікація є процесом обміну інформації між державною владою, високопосадовцями, членами політичних сил, громадських організацій та населенням, яка стосується політичної сфери суспільного життя. Під текстом розуміють

Відомим лінгвістом, який досліджував текст є Гальперін І.Р. Вчений приділив дослідженню тексту особливої уваги в його праці «Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження». Основним авторським визначенням тексту є наступне «Текст – це витвір мовленнєвотворчого процесу, який відзначається завершеністю, є об'єктивованим у вигляді письмового документа, літературно обробленим у відповідності до типу цього документа, твір, який складається з назви (заголовка) і ряду особливих одиниць (надфразних едностей), об'єднаних різними типами лексичного, граматичного, логічного, стилістичного зв'язку, та який має певну цілеспрямованість і прагматичну настанову» [5: 21]. Цікавим є твердження автора, що текст можна розглядати як рівень мовлення, оскільки текст на його думку представляє собою свідомо організований результат мовленнєвотворчого процесу та підкорюється визначеним для нього закономірностям організації [5: 3]. Одночасно автор висуває гіпотезу, згідно якої текст – поєднання організованого, упорядкованого, запрограмованого та випадкового, незапрограмованого, того, що виникає в процесі його створення [5: 4].

Будь-який текст, а особливо політичний має комунікативну мету. На думку Золіної Г.Д., яка вивчала мовні та жанрові особливості політичного тексту, характерними відмінностями політичного тексту є завдання, які мають на меті маніпуляцію свідомістю аудиторії, політичні установки та погляди автора, а також наявність своїх лексичних, граматичних, стилістичних особливостей та системи своєрідних мовленнєвих прийомів у політичному тексті [7: 1]. Політичний текст, так само як і мовлення має свою прагматичну мету, проте на відміну від усного мовлення, де прагматика яскраво виражається за допомогою інтонації, міміки та жестів, у політичному тексті особливу прагматичну роль грають стилістичні засоби, зокрема політична метафора.

У процесі політичної комунікації неможливо використовувати мову нейтрально, оскільки однією із найважливіших ознак політичної комунікації є прагнення до переконання, впливу. Зазвичай для досягнення більшого ефекту впливу на комуніканта мовець застосовує різноманітні мовні засоби. На думку Баранова А.М. використання політичних метафор особливо цікаве з огляду на те, що метафора є не лише мовною категорією, але й феноменом мислення, тому вона дозволяє виявити способи осмислення політичної ситуації, які є характерними для політичних текстів та для політичних суб'єктів [3: 10]. Дослідниця Чокою Анка-Михаела стверджує, що політична метафора не лише вказує на спосіб політичного мислення, а й може спрогнозувати процеси прийняття рішень [9: 16]. Згідно авторського визначення політичні метафори задають ту множину можливих виходів з кризи, яку розглядає політик в процесі прийняття рішень. На думку автора на це вказує когнітивна теорія метафори, згідно якої метафоричне осмислення дійсності дозволяє сформулювати множину альтернатив вирішення проблемної ситуації.

Отже, політична метафора є невід'ємною складовою політичного тексту, вона використовується у політичній комунікації та навіть входить до складу політичної лексики (базові метафори). Політично називають метафору, яка є присутньою в політичному тексті, має політичний характер і виражає ту чи іншу політичну ситуацію. Метафору можна назвати політичною лише тоді, коли її оточує певний політичний контекст. Згідно Баранова А.М. та Караулова Ю.М. політична метафора – це мовленнєвий вплив, який має на меті формування у реципієнта (частіше у суспільства) або позитивної, або негативної думки стосовно тієї чи іншої політичної одиниці [2: 189]. Таким чином можна стверджувати, що однією із найважливіших ознак політичної метафори є її прагматичний потенціал. На думку Анісімової А.А. окрім того, що політична метафора вносить до офіційного тексту елемент образності, виконуючи при цьому естетичну функцію, вона привертає та затримує увагу читача, насичує його виразними образами, які ще надовго залишаються в пам'яті, слугує ефективним засобом вираження особистої позиції автора, виконує функцію ущільнення інформації та впливає на асоціативне мислення, виступаючи в якості інструмента впливу та маніпуляції свідомістю та процесом мислення [1: 42].

Проблема визначення метафори є дискусійною і досі. Наразі існують різні підходи до вивчення метафори. Традиційну метафору можна визначити як спосіб пізнання, номінації та мислення, а також як стилістичний засіб. Політична метафора так само може виконувати різні функції, а тому може визначатись відповідно по-різному. Проте головною її відмінністю у порівнянні із традиційною є те, що політична метафора обов'язково стосується політичної сфери життя суспільства, тобто сфери життя «пов'язаної з діяльністю і відносинами індивідів і соціальних спільнот, створених ними політичних інститутів для виявлення інтересів соціальних суб'єктів, а також боротьба за їх реалізацію через посередництво політичної влади у процесі

політичного розвитку» [8: 269]. Політична метафора пов'язана з питаннями напрямку та характеру діяльності держави, політичної сили, партії та інших політичних суб'єктів, спрямованої на досягнення, утримання та реалізацію влади. Важливою ознакою політичної метафори є те, що вона стосується цілей і завдань, що їх ставлять суспільні класи в боротьбі за свої інтереси, а також методів та засобів досягнення цих цілей і завдань.

Тобто до політичної метафори можна віднести:

1. Метафори, авторами яких є суб'єкти політичної сфери: члени органів державної влади, політичні діячі, члени політичних партій та громадських організацій);

2. Метафори, які стосуються політичної тематики, тобто політичних подій, рішень та будь-яких процесів державного управління та боротьби за владу (виборів, реформ, ухвалення законів, призначення на державні посади тощо);

3. Метафори, які вживаються стосовно суб'єктів політичної сфери суспільного життя та відображають особисте або суспільне ставлення до них.

На думку Дацишин Х.П., яка досліджувала метафору в українському політичному дискурсі за матеріалами сучасної періодики, політична метафора - це окремий тип метафори, вона лежить «на перетині індивідуального світосприйняття та загальноприйнятого, колективного інтерпретування політичних процесів, подій, явищ та особистостей» [6: 432]. Автор вважає, що однією із характерних рис політичної метафори є наявність ознаки колективності, тобто використання журналістами статичних, нейтральних в емоційному плані та рецентних, тих, які зберігають емоційно-оцінне навантаження, політичних метафор в якості готових мовних конструкцій. Оскільки індивідуального акту метафоризації не відбувається, політична метафора в такому випадку є результатом колективного світосприйняття.

Необхідно зазначити, що одним із найширших джерел для практичного дослідження застосування політичної метафори є тексти преси. На думку Баранова А.М. розробка та застосування сучасних методів аналізу політичних текстів ЗМІ дозволяють отримати адекватні данні стосовно стану суспільної свідомості, стосовно домінуючих політичних установок відносно актуальних суспільно-політичних проблем [3: 4]. Автор стверджує, що політичний дискурс можна визначити сукупністю тем обговорення і водночас мовними засобами обговорення цих тем, а отже, на формування політичних установок впливає не лише коло тем, а й те, як саме описуються політичні події. Лінгво-статистичний аналіз метафорики політичних текстів, згідно Баранова А.М. дає можливість зробити висновок щодо мовних засобів обговорення політичних тем, а також щодо того, як вони впливають на формування колективних політичних диспозицій громадян. З точки зору впливу, застосування метафор як в усному, так і в писемному мовленні, дозволяє в тій чи іншій мірі впливати на сприйняття людини, на її розуміння тих чи інших соціальних подій та явищ, а також формувати оцінку стосовно них [3: 39].

Отже, однією із особливостей політичної метафори є її прагматичний потенціал, тобто те, із якою метою той чи інший мовний засіб був застосований, яке імпліцитне значення ховається в ньому та яким чином він впливає на репечієнта. До того ж політична метафора дає можливість проаналізувати не лише прагматичний вплив, а й водночас наслідки такого впливу, тобто результат того, як протягом певного проміжку часу були застосовані політичні метафори певної тематики, які повторювались або видозмінювались, проте передавали одну прагматичну ціль. Таким чином політична метафора бере участь у формуванні політичної свідомості суспільства. При цьому політична метафора є і засобом, і відображенням впливу, а отже аналіз політичної метафори може дати відповідь на питання хто, яким чином і з якою метою здійснює політичний вплив, а також яким є ставлення громадян до політичних подій, проблем, діячів тощо.

БІБЛЮГРАФІЯ

1. Анисимова А.А. Роль метафоры в структуре политического дискурса / А.А.Анисимова // III Международные Бодуэновские чтения: труды и материалы: в 2 т. / Казан. гос. ун-т. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т.1. – С.42-44.
2. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры. // Анатолий Николаевич Баранов, Караулов Юрий Николаевич // Русская политическая метафора. Материалы к словарю. – М., 1991. – С. 184 – 193.
3. Баранов А.Н., Михайлова О.В., Сатаров Г.А., Шипова Е.А. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики / Баранов А.Н., Михайлова О.В., Сатаров Г.А., Шипова Е.А. – М.: [Фонд ИНДЕМ], 2004. – 94 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.
5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / Илья Романович Гальперин / Изд. 4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
6. Дацишин Х.П. Політична метафора в індивідуальній мовотворчості журналіста / Вісник Львівського Університету. Серія журналістики. – Вип. 25. – 2004. – С. 427- 433.
7. Золина Г. Д. Языковые и жанровые особенности политического текста / Золина Галина Дмитриевна // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – Выпуск № 4. – 2009. Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-i-zhanrovye-osobennosti-politicheskogo-teksta>

8. Політологічний енциклопедичний словник: Навч. посібник для студентів вищ.навч.закладі / Упорядн: В.П.Горбаненко, А.Г.Саприкін. – К.: Генеза, 1997. – 400 с.

9. Чокою Анка-Михаела Роль эмоционально-экспрессивных средств в современном политическом газетном тексте (на материале метафоры и прецедентных языковых единиц): Автореф. дис. канд. филол. н. / Государственный институт русского языка имени А.С.Пушкина. – М., 2007. – 23 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Анастасія Гаврилюк – аспірант, викладач кафедри теорії практики та перекладу англійської мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».

Наукові інтереси: лексикологія, стилістика, політична метафора в англомовних текстах преси.

УДК 1'373.611:001.4

ОСНОВНІ ТЕКСТОУТВОРЮЮЧІ ФУНКЦІЇ СКЛАДНИХ ІМЕННИКІВ – ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ У НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ТЕКСТІ

Юлія ГУНЧЕНКО (Полтава, Україна)

У статті досліджено основні функції складних іменників – економічних термінів у сучасних англомовних науково-популярних економічних текстах, розглянуто їхнє вживання в заголовках газетних статей, наведено приклади.

Ключові слова: економічний дискурс, текстотворюючі функції, складні іменники – економічні терміни, когезія, лексичні повтори, антонімія, компресія тексту.

The article investigates the main functions of compound noun economic terms in modern English scientific-economic texts; the article also reviews their usage in the newspaper titles, gives examples.

Key words: economic discourse, text-forming functions, compound noun economic terms, text cohesion, reiteration, antonymy, text compression.

Висування тексту у якості головного об'єкту не лише філології, а й гуманітарного знання в цілому, обумовлене увагою до людської особистості, до концепції антропоцентризму. У сфері гуманітарних наук актуальними є проблеми впливу тексту на адресата. Оскільки вплив на адресата і взаємодія з адресатом відбувається на текстовій основі, саме текст, як основна форма комунікації, стає головним об'єктом філологічного дослідження.

Будь-який текст є системою знаків і має такі важливі ознаки, як зв'язність, цільність, завершеність, зрозумілість. Текст є повноцінною одиницею спілкування, так як він відповідає двом необхідним умовам: є структурно організованим та інформативним [4: 323].

Хоча текст і виступав об'єктом численних лінгвістичних досліджень, основна увага науковців здебільшого приділялася художнім, чи публіцистичним текстам. Дослідження науково-популярних текстів є не менш актуальним, особливо у наш час, коли постійний розвиток наукових знань знаходить своє відображення у створенні різноманітних словників, посібників, підручників, довідників тощо. На сучасному етапі розвитку науково-технічного прогресу науково-популярний текст набуває величезного значення як вербальний засіб збереження і передачі пізнавального людського досвіду, а також подальшого розвитку наукового знання, а отже заслуговує не на меншу увагу, ніж художній чи публіцистичний текст.

Науково-популярні економічні тексти вже ставали предметом лінгвістичних досліджень. Так, проблема вивчення англомовних текстів економічного характеру знайшла відображення зокрема у роботах Тарасової К.В. (визначення економічного дискурсу) [7], Петушинської К.Г. (англомовна публіцистика як приклад економічного дискурсу) [5], Гумовської І.М. (англійська юридична термінологія в економічних текстах) [2], Артюх В.М. (термінологічні дієслівні об'єктні словосполучення у англомовних економічних текстах) [1], Криворучко І.С. (текст як одиниця бізнес-комунікації) [4], Рибачок С.М. (засоби когезії англійського економічного тексту) [6] та деяких інших. Проте, особливості функціонування складних іменників – економічних термінів у сучасних англомовних науково-популярних економічних текстах не були висвітлені, що і зумовлює напрям нашого дослідження, метою якого є визначення основних функцій досліджуваних термінів у текстах зазначеного типу, а також розгляд їхнього використання, зокрема у заголовках газетних статей.

Обрані нами для дослідження науково-популярні економічні тексти – періодичні видання економічної тематики, вважаються вторинною сферою функціонування економічних термінів [1:13]. Використання термінів у текстах цього типу спрямоване на реалізацію інформативних та освітніх завдань, а також на збереження інтелектуального контакту з читачем [6:14].

Дослідження властивостей складних іменників – економічних термінів у науково-популярних економічних текстах проводилося на матеріалі публікацій таких англомовних