

Черныш О. Структура языковой личности как основа исследования проявлений индивидуально-авторского стиля журналиста.

Статья посвящена рассмотрению структуры языковой личности как основы исследования проявлений индивидуально-авторского стиля журналиста. Установлено сущность феномена языковой личности, определены основные направления исследований языковой личности, приведены современные подходы трактовки понятия языковой личности, охарактеризованы характерные черты языковой личности как совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений. Рассмотрена структура языковой личности и проанализированы её базовые структурные уровни. Определены возможности проявления индивидуально-авторского стиля на базовых структурных уровнях языковой личности. Обращено внимание на возможность преобладания определенных стилистических средств выразительности в творчестве авторов-журналистов влиятельных женских журналов. Подчеркнута важность изучения лингвокогнитивного и парадигматического структурных уровней в исследовании языковой личности автора-журналиста.

Ключевые слова: языковая личность, языковое сознание, индивидуальный стиль, средства выразительности.

Chernysh O. Linguistic Personality Structure as a Basis of Individual Journalist Style Manifestations Research.

The article deals with the consideration of linguistic personality structure as a basis of individual journalist style manifestations research. The essence of linguistic personality phenomenon is outlined; the main areas of linguistic personality research are stated, current approaches of linguistic personality definitions are given, linguistic personality peculiarities as a set of human abilities and characteristics that lead to text formation and its perception are described. The linguistic personality structure and its basic structural levels are analyzed. The possibilities of individual author's style manifestation on the basic structural levels of linguistic personality are underlined. Possible prevalence of certain stylistic means of expression in the works of influential women's magazines journalists is highlighted. The importance of linguo-cognitive and paradigmatic structural levels research in the journalist linguistic personality study is emphasized.

Key words: linguistic personality, linguistic consciousness; individual style, expressive means.

Світлана Чорна
(Запоріжжя)

УДК 811.112.2'373.612.2(045)

МЕТАФОРИЧНА ОБРАЗНІСТЬ У НІМЕЦЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

У статті з'ясовано особливості метафоричної образності у німецькому публіцистичному тексті. Універсальною рисою преси є пошук нових, свіжих, незатертих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Найважливішим і найбільш поширеним засобом реалізації експресивної функції у публіцистичному тексті є тропи, серед яких особливе місце займає метафора. Для створення оцінного ефекту і образності в газетно-публіцистичному мовленні використовуються саме метафори. Називаючи чи оцінюючи предмет, особу чи явище, метафора висловлює певну думку, містить певну інформацію, яка розрахована на емоційно-чуттєве сприйняття, тому що метафора це завжди образ, який є засобом зображення дійсності з максимальною наочністю

Ключові слова: засоби масової інформації, преса, публіцистичний стиль, тропи, метафора.

Постановка наукової проблеми. Засоби масової інформації — найважливіший чинник формування громадської думки в сучасному суспільстві, що стосується всіх сфер його життя. Частковим синонімом поняття «засоби масової інформації» є термін «преса», як найосновніший, поширений і історично найбільш ранній вид мас-медіа. Функціональними стилями, відповідними мові преси, є публіцистичний та інформаційний функціональні стилі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню публіцистичного функціонального стилю і мови преси надається значна увага у багатьох дослідженнях (роботи Г.Я. Солганика, А.П. Чудінова, О.О. Тертичного, А.М. Баранова, М.М. Володіної, О.М. Вольф, В.Г. Костомарова, І.М. Кобозевої, О.М. Григор'євої, Т.Г. Добросклонской, Т.А. ван Дейка, Дж. Етчисон, Р. Фаулера та ін.

Мета статті – проаналізувати метафоричну образність в німецькому публіцистичному тексті. Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**: уточнити поняття «метафора в публіцистичному тексті»; розглянути специфіку газетно-публіцистичної метафори та її види; проаналізувати особливості метафоричної образності в публіцистичному тексті.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Практично головною, характерною функцією публіцистичного тексту в багатьох сучасних дослідженнях визначається така: розв'язання суспільно-політичних питань, активний вплив на слухача, спонукання його до діяльності; пропаганда певних думок, ідей, переконань [5].

Преса сучасної Німеччини носить традиційно національний характер, який відрізняє німецьку пресу від преси, яка видається іншими мовами. Німецька культурна традиція виявляється також у використанні або «обігруванні» цитат з національної літератури, крилатих висловів національного плану, в національному гуморі.

Суттєвою стилеформуючою універсальною властивістю преси є прагнення до стислості, до економії журнально-газетної площі, яке супроводжується своєрідним мовним процесом, який називають мовною економією.

Найважливішим і найбільш поширеним засобом реалізації експресивної функції у публіцистичному тексті, створення в ньому експресивності й образності, є тропи: звороти мови, засновані на вживанні слова (поєднання слів) у переносному значенні і використуванні їх для посилення образотворчості та виразності мовлення. У ряді тропів, вагомим для публіцистичних текстів, особливе місце займає метафора, саме якій властивий експресивний та оціночний потенціал [4].

Слово " метафора " з грецької - *metafora* (*meta* — пере , *pherein* — носити). З часів Аристотеля і протягом довгого часу (аж до XX століття), метафора, тобто «стисле порівняння», сприймалася виключно як естетичне виразний засіб, «прикраса мови» , часом не тільки необов'язкова, а й шкідлива, заплутана, що відводить від основного змісту. Однак на підставі пізніших досліджень робиться висновок про те, що метафора є невід'ємною частиною мови і мислення. Дж. Лакофф у книзі «*Methaphors we live by*» вперше формулює когнітивну теорію метафори, суть якої полягає в тому, що метафора — це спосіб висловити складне через просте . Таким чином, метафора є не лише природним для людини способом відображення дійсності, але й способом її пізнання; вона — не стільки наслідок бажання і вміння «красиво сказати», але і єдиний спосіб висловити багато понять або зв'язок між ними, закріпити їх у мові, а значить і у свідомості, у мовній картині світу, і таким чином передати це знання наступним покоління [4].

Нарешті, ще однією особливістю метафори є здатність відображати найактуальніші процеси в суспільстві. Найбільшою мірою зараз це стосується тих метафор, які використовуються в мові засобів масової інформації, а саме в цьому випадку проявляються такі риси метафоричного перенесення, як емоційність, експресивність, оцінність. «З усіх тропів метафора вирізняється особливою експресивністю. Володіючи необмеженими можливостями в зближенні найрізноманітніших предметів і явищ, по суті, по-новому осмислюючи предмет, метафора здатна розкрити, оголити його внутрішню природу; нерідко метафора як своєрідна мікромодель є вираженням індивідуально - авторського бачення світу» [7, с. 109].

Метафора як лінгвістичний інструмент перенесення відомого на невідоме, освоєння сфери нового в термінах знаного притаманна всім без винятку природним мовам і незмінно наявна в семіотичному просторі будь-якої культури. Слід при цьому звернути увагу на культурну обумовленість кожної метафори , на яку вказував М. Блек : «На відміну від наукового знання система загальноприйнятих асоціацій може містити напівправду і навіть помилкові відомості , але для метафори важлива не істинність цих асоціацій, а їх швидка активація у свідомості. Через це метафора, яка діє в рамках однієї культури , може виявитися абсурдною в іншій » [1, с. 164].

Отже, метафора лежить в основі тих вторинних назв, які , хоча і представлені в кожній мові, мають своєрідну, притаманну тільки даній мові природу. У лінгвістиці метафора належить до явищ, які постійно розвиваються, тому що вона соціальна за своєю суттю. У метафорі

відображаються як особливості міфологічної свідомості даної мовної спільноти, так і специфіка конкретного історичного періоду. У метафоричному перенесенні «відображені дві важливі ознаки, що характеризують природу метафори: по-перше, її креативність, тобто здатність формувати нові поняття і мовні смисли, виходячи з наявних мовних смислів, по-друге, зв'язок з досвідом як індивідуальним, так і досвідом культурно - мовної спільноти, закодованим в лексичних і фразеологічних одиницях мови з його емотивними і культурними конотаціями» [2, с. 67].

Метафора показово засвідчує, як відображаються в суспільній свідомості різні фрагменти картини світу, стан суспільства і зміни, що відбуваються в ньому, тому вона незамінна в журналістських публікаціях. Український також впливовий характер метафори. Г.Я. Солганик вказує, що «специфіка газетно - публіцистичної метафори проявляється в джерелах метафоризації, в механізмі і сутності (напряму) трансформації семантики лексичної одиниці, в характері функціонування і в стилістичному образі, якості метафори» [6, с. 98].

За походженням виділяють два типи метафор:

1. Метафора, найближчий контекст якої не містить багато назв предмета мов, крім неї. Предмет же розуміється імпліцитно з контексту, який і проявляє в метафорі потрібний для цієї ситуації зміст і забезпечує правильне розуміння. Зазвичай це одне слово: з. В. *Damals, Anfang der achtziger Jahre beispielsweise, als Lummer als Innensenator von Berlin bei den Linken als das "Monster von Berlin" und bei den Rechten als "Der Mann fürs Grobe" bekannt wurde und das Leben für ihn noch eine Art Sturmangriff war. ("Der Spiegel")*.

2. Дві або декілька лексичних структур, об'єднуючись, утворюють нове метафоричне значення: з. В. *Hätte Frau Moller nicht ihre ganzen Kräfte wegen eines "Nazi - Schweines" verbraucht, so hätte sie vielleicht noch Kräfte für die heutigen sozialpolitischen Veränderungen, die so dringend anstehen. ("Der Spiegel")*.

У німецькій публіцистиці можна розділити метафори на 2 групи:

1. Метафори, які беруть свій початок з загальнолюдських культурних витоків. Так, у німецькій мові, для позначення ідеї «заробити собі на життя, мати постійний заробіток, місце роботи» використовуються метафори зі словом «хліб». з. В. *Ein sicheres Brot haben, kaum das liebe Brot haben*. Слово «Provinz» у словосполученні nach Provinz schmecken має переносне метафоричне значення «глушина».

2. Метафори, які виникли внаслідок подібності з протіканням психологічного процесу або внаслідок запозичення: з. В. *in einer gesunden Atmosphäre aufwachsen* (вирости в здоровій атмосфері).

У німецькій пресі виділяється група метафор, які обумовлені національно-культурними особливостями народу, який має свою унікальну історію розвитку і свої особливості в інтерпретації культурних традицій, що й відображається в метафоричному фонді.

Наприклад: *etw. j-m spanisch vor* (висловлення виникло в часи імператора Карла V, який був королем Іспанії, впроваджував на німецьких землях іспанські звичаї, які були для німців незвичними і незрозумілими).

Деякі метафори пов'язані з певними звичаями та традиціями: з. В. *Pfingstochse* - про позбавлену смаку людину (Пов'язано з давнім звичаєм розфарбовувати бика в день Трійці).

Разом з тим можна виділити групу метафор, розкриття яких не потребує особливого культурознавчого коментаря:

з. В. *der Kopf der Zeitung* – шапка газети; *ein heisses Eisen* – делікатне діло; *alles aufs Spiel setzen* – поставити все на карту.

Універсальною рисою преси є пошук нових, свіжих, незатертих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Для створення оцінного ефекту і образності в газетно-публіцистичному мовленні використовуються метафори. Наприклад: „Nazi-Schweines“, „politischen Harakiri“, „der Affen-Mann“, „die Nilpferd –Männer“.

Метафори в газетно-публіцистичній мові виконують особливу роль: вони використовуються не стільки для образності, скільки для створення емоційного ефекту, позитивного чи негативного: *streitbaren Demokratie, ideologischen Blockaden, flüssige Valuta, Gulag-Infrastruktur*.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок. Отже, називаючи чи оцінюючи предмет, особу чи явище, метафора висловлює певну думку, містить певну інформацію, яка розрахована на емоційно-чуттєве сприйняття, тому що метафора це завжди образ, який є засобом зображення дійсності з максимальною наочністю. Ступінь наочності і конкретності зображення залежить від специфіки тих понять, властивості яких зіштовхуються в єдиному терміні. У функцію метафори входить також підсилення виразності та сили висловлення. Отже, метафора є не лише засобом образного, художнього сприйняття і віддзеркалення реально й об'єктивно існуючої дійсності, але й свідченням певного авторського ставлення й причетності до зображуваного.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блэк М. Метафора / М. Блэк // Сб. Теория метафоры [под ред. Н. Д. Арутюновой]. - М., 1990. - С.153-172.
2. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: [учеб. пособие] / Н.С. Валгина. - М. : Логос, 2001. - 304с.
3. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры / И.М. Кобозева // Вестник МГУ. Сер.9: Филология. — 2001. — №6. — С.132-149.
4. Ковалевская Е.В. Метафора и сравнение в публицистическом тексте (на материале английского языка): автореф. дис.. на соиск. уч.степени кандидата филол. наук: 10.02.04 / Ковалевская Екатерина Витольдовна. — Москва, 2011. — 17с.
5. Мацько Л. І. Українська мова : навчальний посібник для учнів старших класів та абітурієнтів / Л. І. Мацько, О. М. Мацько, О.М. Сидоренко. — Донецьк : БАО, 2003. — 478 с.
6. Солганик Г. Я. О специфике газетно-публицистической метафоры и метафоризации / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура на переломе тысячелетий: рабочие материалы междунар. конф. — М., 2002. — С. 96-100.
7. Тупицина И.Н., Скороходова Е.Ю. Природа метафоры и ее использование в современной российской прессе / И.Н. Тупицына, Е.Ю. Скороходова // Вестник челябинского государственного ун-та. Филология. Искусствоведение. — 2009. — № 22 (160). Вып.33. — С.108—114.

Черная С. Метафорическая образность в немецком публицистическом тексте.

В статье выяснены особенности метафорической образности в немецком публицистическом тексте. Универсальной чертой прессы является поиск новых, свежих, незатертых средств выражения - слов, образов, стилистических приемов. Важнейшим и наиболее распространенным средством реализации экспрессивной функции в публицистическом тексте являются тропы, среди которых особое место занимает метафора. Для создания оценочного эффекта и образности в газетно - публицистической речи используются именно метафоры. Называя или оценивая предмет, лицо или явление, метафора выражает определенное мнение, содержит определенную информацию, которая рассчитана на эмоционально - чувственное восприятие, потому что метафора это всегда образ, который является средством изображения действительности с максимальной наглядностью.

Ключевые слова: *средства массовой информации, пресса, публицистический стиль, тропы, метафора.*

Chorna S. Metaphorical Figurativeness in German Journalism.

The article looks into the peculiarities of metaphorical figurativeness in German journalism. The universal feature of the press is pursuit of new fresh unhackneyed expressive means: words, imagery, stylistic devices. Tropes, and metaphor in particular, are the most important and widespread means of expressiveness in journalism. Metaphors are used in news discourse to create evaluative effect and figurativeness. By naming or evaluating an object, person or fact the metaphor expresses an idea, presents information which appeals to feelings and emotions, as a metaphor is always an image that reflects reality with maximum visuality.

Key words: *mass media, press, journalism, tropes, metaphor.*

Владислава Щербицька
(Дніпропетровськ)

УДК 81-13

«РОДИНА» ЯК КЛЮЧОВИЙ БЛОК СПОГАДІВ У ЖІНОЧИХ РОМАНАХ

У статті розглянуто ключовий блок спогадів у жіночих та чоловічих сучасних автобіографічних творах. Виявляється вплив гендерного чинника на тематичне розгалуження спогадів у чоловічих та жіночих романах. Встановлено, що до основних спогадів можна віднести спогади про родину взагалі. Також розглянуто складові основної теми. Саме ці складові виявляють гендерний фактор у тексті. Гендер проявляється у тому, скільки спогадів у автобіографіях присвячено тому чи іншому члену родини. З'ясовано основні схожі та відмінні підтеми в спільній темі (для чоловіків та жінок) як засобів реалізації гендеру в художньому творі. Виявлено, що жінка перше місце в спогадах про родину відводить чоловікові, а чоловік більше акцентує на згадках про батьків. Аналіз було проведено на матеріалі восьми англійських автобіографічних творів, виданих на початку ХХІ століття. Авторка остаточно не розв'язує питання, чому саме так розподіляються спогади у чоловіків та жінок, але надає припущення з цього приводу.

Ключові слова: гендер, сім'я, автобіографія, матір, батько.

Постановка наукової проблеми. Останніми десятиріччями гендерний вимір у лінгвістиці стає все більш важливим в оцінці процесів суспільного функціонування та розвитку суспільства. Поняття «гендер» увійшло до сучасної лінгвістичної науки у другій половині минулого століття. Протягом останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується у вітчизняному (О.Л. Бессонова, О.Л. Козачишина, А.П. Мартинюк, К.В. Піщикова, О.М. Холод, О.І. Горошко та ін.) і в російському (А.В. Кириліна, В.В. Потапов та ін.) мовознавстві.

Існує спектр робіт, які торкаються різноманітних аспектів взаємодії між людьми, між мовою та гендером. До них відносяться дослідження особливостей комунікативної поведінки поліцейських (чоловіків і жінок) (McElhinny 1995), комунікативних стратегій представників чоловічого і жіночого населення в Інтернеті (Hering 1995) і т.д. У вітчизняній лінгвістиці досліджуються гендерні маркери мовної поведінки політичних діячів (Таліна 2003), вербальне поведінка чоловіків і жінок в неофіційній комунікативній ситуації (Мартинюк, Землянський 1996), гендерна номінативна специфіка поетичного тексту (Бабенкова 2001), вербалізація емоцій у художній прозі (Баженова 1999), комунікативна взаємодія чоловіків і жінок в сім'ї (Стернин 1999).

Особливості тематичного розгалуження спогадів у тексті в гендерному аспекті є, на нашу думку, найменш висвітленим питанням у гендерних дослідженнях. Більш того, гендерне маркування автобіографічного тексту взагалі не вивчалось. Це і визначило **актуальність** нашого дослідження. Наша робота присвячена аналізу та порівнянню тематичного блоку «сім'я» в романах, які постають певною репрезентацією гендеру в автобіографічному творі ХХІ століття. **Мета** цього дослідження – виявлення головних спільних та відмінних підтем у спільній темі (для чоловіків та жінок) як засобів реалізації гендеру в художньому творі. Нашим завданням є виявлення в автобіографічних творах тематичних блоків спогадів та встановлення гендерної зумовленості їхнього вживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ступінь вивченості автобіографії в західній науці вище, ніж у вітчизняному літературознавстві. Проте, в працях Б.М. Ейхенбаума, М.М. Бахтіна, Л.Я. Гінзбург, А.Г. Тартаковського, В. Кардін, В.С. Барахова, В.П. Трикова, М.С. Уварової, С.О. Машинського, А. Урбана, Є.П. Гречаної, Н.А. Ніколіної та інших дослідників визначається специфіка автобіографічного листа, що є істотним внеском у розвиток теорії жанру. В Україні на сьогоднішній день не опубліковано жодної монографії з теорії автобіографічного жанру, проте наші вчені протягом багатьох років плідно вивчають мемуарно-автобіографічну прозу в цілому, не завжди вдаючись до жорсткого термінологічного розмежування її жанрових різновидів. Скрупульозно аналізують окремі автобіографічні твори фахівці з зарубіжної літератури: Н.С. Шрейдер, Д.Л. Чавчанідзе, Н.Я. Д'яконова, Ю.М. Зарецький. Однак ці дослідження нечисленні і, як правило, обмежені рамками творчості окремо взятих пісателів. Важливе значення для розуміння сутності автобіографії мають роботи,