

socium and, at the same time, mightily affects it. The advertisement discurs as a communicative phenomenon is the subject of studying scientific developments of modern scientists in the aspect of sociolinguistic investigations, however, most of linguists direct their works on Russian texts, while the expressive potential of the modern Ukrainian discurs requires specific studies.

The object of this scientific work studies is the advertisement discurs, and the subject is spoken and overspoken elements, which make the advertisement expressive.

This study is aimed at revealing the markers of expressivity in the modern advertisement discurs. The achievement of the defined purpose envisages the solution of the following problems: to reveal the peculiarities of the modern Ukrainian advertisement discurs; to find out which factors affect advertisement texts transforming them into expressive ones; to present examples of the methods of expressivity, which are used by the Ukrainian advertizers. The expressivity of the Ukrainian advertisement discurs is caused by the fact that the advertisement basic task consists in attracting attention of a potential consumer to a good or service, and this means that any advertisement text should be expressive, possess denotative and conotative features, and have the elements, which specify an advertisement announcement at various spoken levels: phonetic, morphemic, lexical, grammatical, and syntactic. The advertizers use in their texts aliteration and asonans at a phonetic level. Lexical loanwords, which are often written in latin, are the markers of expressivity. The copywriters can intentionally admit spelling errors in advertisement texts, in order to make them specific. The advertisement text expressivity at a lexical level is performed using occasional new growths. The most of such lexems are formed from the name of a advertized good. Slang and jargon elements are often the expressivity markers of advertisement texts, which help to reflect the speech of the modern youth most completely. The advertisement texts gain significance and originality by using tautology, allegory, comparison, parallelism, aliteration, etc. However, metaphoric and artistic means of speech are most often functioning in them. The metaphor can cause associative comparing the advertized good with something else, it creates a great space for the consumer's subconsciousness. The functioning of precedental texts, which are often phraseological units reflecting the culture of the Ukrainian nation, are the expressivity markers in the advertisement discurs. Dictatorial and query sentences and ritorical figures belong to the syntactic means, which help to make the advertisement text emotionally coloured.

An inquiring of about 2000 respondents from 16 to 59 yers old, which we carried out during 2009 – 2015, made it possible to state that just the advertisement text most completely attracts attention and is remembered, which is distinguished by its originality and brightness and is filled with humour. This was proved by 89% of the inquired persons.

Keywords: expressivity, markers of advertisement, advertisement, discourse expressivity, phraseologisms, precedent phenomena

УДК 81'373.612.2

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ У ТЕКСТАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»: ПОШУК ПРОДУКТИВНИХ КОНЦЕПТІВ

**КЕЛІЧАВА Яна Богданівна, викладач кафедри української мови та
культури Національного авіаційного університету (м. Київ)**

Анотація. У статті досліджено явище метафоризації на матеріалах газети «День» та її видань «Екстракт 150», «Екстракт +200». Метафора у виданнях виступає однією з найважливіших засобів інтелектуального оновлення мови, її використання нерідко виявляється вдалим способом для впливу на настрої в суспільстві, коли потрібно «виразити все, сказавши небагато», представити суспільству нові ідеї і одночасно викликати інтерес до своїх виразів.

© Я. Б. Келічава, 2016

Ранжирування метафоричних висловлювань охоплює особливо актуальні для суспільства реалії. Велику частину в метафоричній організації видань займає антропоморфна, соціальна, артефактна, природоморфна метафори, зокрема концепти «Держава / Україна / країна / політична реалія / Газета «День» – організм», «Хвороба», «Анатомія», «Фізіологія», «Війна» та ін.

Ключові слова: метафора, публіцистична метафора, концепт, інновація

Усі мовні інновації є результатом творчого мислення людини. Творчість – діяльність, що породжує щось якісно нове, яке відрізняється неповторністю, оригінальністю, технічною або естетичною корисністю. Вважаємо, що однією з таких одиниць є метафора, «свіжа» мовна одиниця, неоднозначна і багатогранна природа якої з плином часу не втрачає актуальності. На відміну від нормативної передачі повідомлень, мова метафорична виступає свого роду мистецтвом, адже «наділена здатністю відтворювати дійсність своїми специфічно стилістичними засобами з метою номінативно-інформаційного та художньо-естетичного впливу» [10, с. 10]. Це мистецтвотворення, вміння знаходити потрібні смисли, накопичувати, систематизувати та підбирати правильно орієнтуючий термін є складним процесом людського пізнання, що уможлиблюється, насамперед, завдяки мовній практиці та необхідності.

Першочергова потреба в підборі загальнозрозумілих форм вираження, які б одночасно відрізнялися свіжістю й новизною, спостерігається в публіцистичних текстах. Саме в них бачимо високий ступінь насиченості ідеями, що підтверджує твердження про те, що «мова публіцистики – це мова і думок, і почуттів». Метафора є результатом цього універсального двостороннього ресурсу в поєднанні раціонального та творчого мислення, який не тільки поповнює лексичний склад мови, а й дає поштовхи для побудови нових парадигм, що формують можливість пізнання та оцінки повідомленого.

Мова преси, зокрема явище метафоризації в ній, не обділене увагою науковців. В межах нашого дослідження особливу увагу становлять праці Дж. Лакоффа та М. Джонсона, В. Маслової, Н. Арутюнової, А. Чудінова, які розглядають поняття як феномен взаємодії мови, мислення й культури та дослідників, які вивчають метафору на основі ЗМІ, а саме: Є. Будаєв, О. Кузьменко, Н. Солодовникова, О. Чадюк, Г. Вальчук, Х. Дацишин, Е. Тихомирова, І. Філатенко, А. Баранов, Т. Космеда та ін.

За аристотелівською концепцією, метафора – це лише «прикраса тексту, звичайне перенесення значення з одного предмета на інший» [1, 8], або ж у риторичних ученнях, це «дещо на кшталт удалого виверту, що ґрунтується на гнучкості слів, як дещо доречне лише в певних випадках, що потребує особливого мистецтва й обережності [9, с. 45]. Але на сьогодні, завдяки розробці багатьох підходів до її тлумачення та тематичного спектру дослідження, метафора розширила свої концептуальні межі. Сформувався новий погляд на поняття в ширшому евристичному контексті, ніж власне мовознавчий. Метафора «пронизує все наше повсякденне життя й проявляється не лише в мові, а й у мисленні й діях, наша звичайна поняттєва система є метафоричною за своєю природою. (...) Метафори як мовне вираження стають можливими саме тому, що вони існують у поняттєвій системі людини» [7, с. 390].

Звичайно, в інтерпретації сучасних дослідників метафора – це процес важкої розумової діяльності. Тому тільки вона може виразити живу, змінну реальність.

Вона «виникає у зв'язку з глибинними особливостями людського мислення» [2, с. 11], «...розширює наше сприйняття світу, створює нові гіпотези. Нові метафори змінюють повсякденну мову, трансформують способи сприйняття й осягнення світу» [8, с. 10]. Метафора з'являється не тому, що потрібна, не тому, що без неї неможливо обійтись, а тому, що притаманна людському мисленню й мові. Людина не сприймає явища в чистому вигляді, а наділяє їх власними властивостями [2, с. 13]. Це вже потім автори «здобувають з неї користь для своєї творчості» [2, с. 12]. Мовець удається до метафори, щоб означити поняття, «які ще не стали здобутком словника і не моделюють реакцію усього загалу людей» [5, с. 276]. Тобто мотивами для створення метафори може бути не тільки гносеологічний пошук, а й бажання по-новому, оригінально репрезентувати, експресивно означити певні поняття [5, с. 277]. Метафора – це «активатор», підсилювач когнітивних процесів.

У дослідженні метафору розглянуто як мовне явище, що має когнітивне підґрунтя і є використанням мовного знака однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої, яке зумовлене асоціаціями за подібністю чи контрастністю. На цій основі виникає уявлення про метафору як про модель вивідного знання: з якогось ще не чітко «додуманого» поняття формується новий концепт за рахунок використання «буквального» значення вираження і супутніх йому асоціацій в когнітивній обробці нового знання при його концептуалізації» [3, с. 4]. Вважаємо, що метафора має великий потенціал, вона завжди відкриває нові можливості до відкриття підходів та визначення когнітивних та культурологічних аспектів в формуванні концептуальної картини світу.

Мета нашої розвідки – розглянути функціонування процесу метафоризації в текстах газети «День» та її виданнях «Екстракт 150», «Екстракт +200» як один із найпоширеніших засобів інтелектуального оновлення мови.

При роботі використовувалися **методи** суцільної і спеціальної вибірок, метод метафоричного моделювання. Матеріалом дослідження послужили дані картотеки метафор вищезазначених текстів.

Результати. Проведений у дослідженні аналіз показав високий рівень метафоризації в досліджуваних текстах та різноплановість метафор. Динамічному розвитку публіцистичного стилю сприяє процес створення нових номінацій на базі активізації антропонімів, термінів зі сфери соціального життя людей та їх сприйняття світу, термінів на позначення речей, які створені людиною чи природою.

Найвищим серед показників продуктивності використання метафоризації у газеті є власне прикметник *політична (-ий/і)*. Зустрічаємо в найрізноманітніших метафоричних конструкціях: *політична криза, шахівниця, кухня, температура, бомба, ентропія, зозуля, арена, стайня, політичний компас, спадок, політичні фальцети, трупи, яйця, пристрасті, зомбі, політичне поле, провалля* та ін.

Серед тем найпродуктивнішою для творення є антропоморфна метафора – людина моделює реальність за своєю подобою. Тут аналізуються концепти понятійної сфери «Політична реалія - організм», наприклад: *Держава повинна взяти на себе труд розганяти по всій «кровоносній системі» національного організму ферменти важливих знань (День, 14.08.2009); Адже Україна не перший рік рубає сокирою по одній із власних ніг, намагаючись витравити з себе російську основу, принижуючи російськомовних громадян, примушуючи їх розмовляти на ламаному галицькому наріччі*

(День, 02.01.2010); Росія **наковталася** територій, а ради їм не дає (День, 27.03.2009); І так голосно апелюють, що в цій проліферації децибелів може хруснути **хребет країни** — ніхто й не почує (День, 16.11.2012); Українці — це нація, що її віками витісняли з життя шляхом фізичного знищення... внаслідок чого відбулася **амнезія історичної пам'яті** і якісні втрати самого національного генотипу (День, 04.06.2010); Натомість ця **частина України, глибше травмована совєтизмом, має сильніші контрасти, та при цьому й сильнішу волю вийти з пастки минулого** (День, 15.02.2013) та ін. Як бачимо, такі політичні реалії, як держава / країна / Україна / Росія / газета «День» персоніфікуються, уособлюються з людиною як живою істотою, яка наділена як фізіологічними, так і анатомічними характеристиками.

Соціальна сторона життя людини не менш частотною сферою-джерелом для характеристики яких-небудь процесів чи дій, що проходять в житті індивіда і соціуму в цілому, під нею розуміємо використання фреймів «соціального життя», «процесів у суспільстві», «видів діяльності людини» тощо. Соціальна метафора представлена фреймами: «Війна» **Емоційна атака російських новин на глядача** вкрай потужна Рада, в яких працювали сотні тисяч посланців із пролетарських мас міста і села, ставали ефективним «передавальним пасом» від керівних органів партії до населення (День, 01.08.2014); «Гра» Територіальна рокіровка засвідчує, що у своїй **«шаховій партії»** Сталін з Гітлером розраховували події на кілька ходів вперед (День, 03.10.2009) «Театр»: Тому Україна — останній **плацдарм**, на якому Росія розіграє старий ідеологічний спектакль; Змінює «маски», як хороший артист (День, 30.12.2009); «Спорт» Етап передвиборчих боїв (День, 24.09.2014) «Кухня» Тому не можна винайти її на **політичній кухні** й укинути в суспільство, як це в нас неодноразово робили високопосадовці держкерівники (День, 28.05.2010) та ін.

Артефактна політичні реалії подаються через призму речей, які створені людиною: Водночас цей проект наочно демонструє, який низький у нашому суспільстві **поріг знання власної культури** (День, 15.02.2013); Столик у куточку **політичної стайні** Чингісхана (День, 03.12.2015); **Владні крісла** всієї вертикалі влади (День, 22.02.2013); Прикритий інжирним **аркушиком демократії** (День, 01.07.2010); В основі ж своїй — це **дзеркало російських параноїдальних єврофобій** (День, 15.02.2005) та ін.

Природоморфна метафори — реалії розпізнаються через тваринний і рослинний світ живої природи: **Відносини України та Польщі** — це вкрай цікава культурна, моральна, політична парадигма **укорінення Європи на слов'янському ґрунті** (День, 03.01.2010); В результаті вимивання, задушення демократії (при збереженні зовнішніх атрибутів — парламенти, партії, вибори) виникають **держави-хижаки** (predatory states), що формують **хижацьке суспільство** (День, 05.09.2009) та ін.

Також у політичний контекст номінацій вводяться терміни інших сфер, що може підкреслити важливість чи іронічне забарвлення політичної події, особи, явища. Спеціальна термінологія стає невичерпним джерелом для нових метафор, зокрема сфери «Географія» **Колись я казала про «різницю температур» в українському суспільстві. Сьогодні це «атмосферне явище»** набуває більш загрозливих рис — **адже надто велика «різниця температур і тисків»** може зрештою призвести до катастрофи. Це підказує нам **природа утворення смерчів** (День, 10.01.2012); Я запрошую вас жити в

нашій країні, створювати, зміцнювати її разом з нами, поширювати її межі. **Ми — острів, що прагне стати материком** (День, 13.01.2012); «Економіка» Керівництво СРСР займалося тим, що можна назвати **брехнею на експорт** (День, 07.07.2008); У знекультурненому суспільстві культура може бути вимірювана **«ринковими мірками»** (День, 24.11.2006) та ін.

Частина метафоричних виразів газети «День» представлена вживанням колоративів, які виконують стилістичний ефект за допомогою кольорової гами, є ресурсом номінації, апелюють не до інтуїції, а до зору: **По чиїх сім'ях проїхало червоне колесо Жовтневого перевороту** (День, 04.06.2010); **«Чорна книга комунізму» залишається нагромадженням жахів** (День, 27.06.2007); **Ті, хто звик до брехні, «чорного піару», інформаційного кілерства та гебельсівсько-ждановських рецептів пропаганди** (День, 21.01.2005); **Завершити операцію до чергової червоної дати – і завершили: Дніпро був червоний від крові** (День, 23.09.2013); **«Каштанова промова» привернула увагу в Берліні** (День, 03.10.2010); **І дехто цими плямами нашого законодавства користується** (День, 27.11.2010) та ін.

У цілому, простежуємо масу негативних конотацій у взаємовідносинах України та Росії: **Іржаві цвяхи, вбиті у відносини між громадянами нашої країни** (День, 18.09.2014); **Тому Україна — останній плацдарм, на якому Росія розіграє старий ідеологічний спектакль** (День, 30.12.2009); **Швидкісними темпами перетворює Україну «на підсистему російської системи»** (День, 26.10.2012); **Росія всерйоз взялася за Україну і рухає ключовими фігурами на українській політичній шахівниці у потрібному їй напрямі** (День, 10.09.2008) та ін.

Висновки і перспективи. У процесі аналізу метафоричних словосполучень, що функціонують у публіцистичному дискурсі газети «День» виявлено, що найбільш продуктивними є антропоморфна, соціальна, артефактна та природоморфна метафори, які характеризують концептуальні вектори суспільно-політичних, культурологічних проблем, що є вираженням загальних настроїв та змін, які відбуваються в суспільстві. Ці зміни впливають на семантико-стилістичні процеси в мові, вербалізуючи лінгвокреативний потенціал мовних особистостей.

Спостерігаємо низьку активність оптимістичних метафоричних конструкцій, пошук яких може стати предметом подальших наукових розвідок.

Список літератури

1. Аристотель. Поетика / Аристотель. – К. : Мистецтво, 1967. – 134 с.
2. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое / В. Г. Гак ; [под ред. В. Н. Телия] // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 11-26.
3. Гелия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспресивно-оценочная функция / В. Н. Гелия // Метафора в языке и тексте. – М., 1988. С. 26-52.
4. Дацишин Х. П. Конотативний аспект функціонування метафори в політичному дискурсі / Х. П. Дацишин // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. журналістика. – 2001. – Вип. 22. – С. 437–446.
5. Єщенко Т. Метафора: від структурного аналізу до функціонально-когнітивного / Тетяна Єщенко // Лінгвістичні студії: [зб. наук. праць / укл. А. П. Загнітко]. – Вип. 5. – Донецьк : ДонНУ, 1999. – С. 276–278.
6. Космеда Т. А. Мовна гра в парадигмі інтерпретативної лінгвістики. Граматика оцінки. Граматична іграма (теоретичне осмислення дискурсивної практики) / Т. А. Космеда, О. В. Халіман. – Дрогобич: Коло, 2013. – 228 с.

7. Лакофф Дж, Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры: сборник [пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз.]. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387–415.

8. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры / Эрл Маккормак // Теория метафоры: сборник [пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой ; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М.: Прогресс, 1990. – С. 385–386.

9. Ричардс А. Философия риторики / А. Ричардс // Теория метафоры [общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44–67.

10. Черевченко О. М. Лінгвістичні аспекти аналізу поетичного тексту: неокласичні виміри: монографія / О. М. Черевченко. – Умань, 2012. с. 235

References

1. Aristotel'. (1967), *Poetika* [Poetica], Mistectvo, Kiev, Ukraine.

2. Gak V. G. (1988), "Metaphor: the universal and the specific", *Metafora: universal'noe i specificheskoe*, *Metafora v jazyke i tekste*, pp. 11-26.

3. Gelija V. N. (1988) "Metaphor as a semantic model of production and its expressive and evaluation function", *Metafora kak model' smysloproizvodstva i ee ekspresivno-ocenochnaja funkcija*, *Metafora v jazyke i tekste*, pp. 26-52.

4. Datsyshyn Kh. P. (2001), "Connotative aspects of metaphors in political discourse", *Konotatyvnyj aspekt funktsionuvannia metafory v politychnomu dyskursi*, *Visn. L'viv. un-tu. Ser. Zhurnalistyka*, vol. 22, pp. 437-446.

5. Yeschenko T. (1999), "Metaphor, from structural analysis to functional and cognitive", *Metafora: vid strukturnoho analizu do funktsional'no-kohnityvnoho*, *Linhvistychni studii*, vol. 5, pp. 276-278.

6. Kosmeda T. A. and Khaliman O. V. (2013), *Movna hra v paradyhmi interpretatyvnoi linhvistyky. Hramatyka otsinky. Hramatychna ihrema (teoretychne osmyslennia dyskursyvnoi praktyky)* [Language game interpretative paradigm of linguistics. Grammar evaluation. Grammatical ihrema (theoretical understanding of discursive practices)], Kolo, Drohobych, Ukraine.

7. Lakoff Dzh. and Dzhonson M. (1990), "Metaphors We Live By", *Metafory, kotorymi my zhivem*, *Teoriya metafory*, pp. 387-415.

8. Makkormak Je. (1990), "Cognitive theory of metaphor", *Kognitivnaja teoriya metafory*, *Teoriya metafory*, Progress, Moskva, RU, pp. 385-386.

9. Richards A. (1990), "The philosophy of rhetoric", *Filosofija ritoriki*, *Teoriya metafory*, Progress, Moskva, RU, pp. 44-67.

10. Cherevchenko O. M. (2012), *Linhvistychni aspekty analizu poetychnoho tekstu: neoklasychni vymiry*, [Linguistic aspects of the analysis of the poetic text: neoclassical dimensions], Uman', Ukraine.

Аннотация. В статье исследовано явление метафоризации на материалах газеты «День» и ее изданий «Экстракт 150», «Экстракт +200». Метафора в изданиях выступает одним из важнейших средств интеллектуального обновления языка, его использования нередко оказывается удачным способом для влияния на настроения в обществе, когда нужно «выразить все, сказав немного», представить обществу новые идеи и одновременно вызвать интерес к своим выражениям.

Ранжирования метафорических высказываний охватывает особенно актуальны для общества реалии. Большую часть в метафорической организации изданий занимает антропоморфная, социальная, артефактная, природоморфная метафоры, в частности концепты «Государство / Украина / страна / политическая реалья / Газета « День » - организм», «Болезнь», «Анатомия», «Физиология», «Война» и др.

Ключевые слова: метафора, публицистическая метафора, концепт, інновація

Abstract. Journalistic texts require commonly known forms of expression that would be distinguished simultaneously for their freshness and originality. The language of press is the language of ideas, thoughts and emotions. A metaphor is a result of this universal resource that combines both rational and creative thinking, which not only amplifies the lexical structure of a language, but also stimulates the construction of new paradigms.

The phenomenon of metaphors in mass-media language is not deprived of its attention among academics. Within the boundaries of this research, significant attention is placed on the works of G. Lakoff and M. Johnson, V. Maslova, N. Arutyunova, A. Chudinov, O. Chadyuk, G. Valchuk, C. Datsyshyn, I. Filatenko, A. Baranov, T. Kosmeda and others.

The study aims to search for productive concepts of metaphorical expression within the margins of the newspaper "Day". Research methods included simultaneous mappings, sampling, and metaphorical simulations. The material for the study was gathered from data of metaphor libraries of aforementioned texts. The analysis showed a high frequency of the use of metaphorical expressions and their diversity. The statement ranges cover particularly relevant realities for the society, including the creation of new nominations based on activation: anthroponymy; terms from the realm of human social life and their perception of the world; terms to refer to things created by man or nature, and others. A significant part of the metaphorical organization of publications hold metaphors, which regard such aspects as human, society, things, nature, and color. Several examples include the concepts of "State / Ukraine / country / political reality / Newspaper "Day"- the body", "Disease", "Anatomy", "Physiology", "War" etc. These concepts are expressions of general attitudes and changes taking place in the society, and they influence the semantic-stylistic processes in language, verbalizing the potential for creative linguistic identities.

Observation include an increased activity of Russian-Ukrainian relations, evaluation of social processes and behaviors that are expressed using negative connotations, and low activity of optimistic metaphorical structures, the search of which may become the subject of further scientific research.

Key words: metaphor, journalistic metaphor, concept, innovation

УДК 811.161.2'367.335

СКЛАДНОПІДРЯДНІ РЕЧЕННЯ З ПІДРЯДНИМИ ОЗНАЧАЛЬНИМИ ТА З'ЯСУВАЛЬНИМИ У СХІДНОПОДІЛЬСЬКИХ ГОВІРКАХ

СЬОМІНА Ольга Ігорівна, аспірантка Уманського державного педагогічного університету імена Павла Тичини (м. Умань)

Анотація. Статтю присвячено вивченню особливостей складнопідрядних речень у східноpodільських говірках, зокрема складнопідрядних із підрядними означальними та підрядними з'ясувальними реченнями. Зауважено, що діалектні особливості української мови активно вивчалися на фонетичному, лексичному і морфологічному рівнях. Діалектний синтаксис у науковій літературі не представлений системно, що відкриває широкі можливості для вивчення синтаксичного рівня української діалектної мови. Джерелом дослідження обрано діалектні тексти, зібрані в говірках Східного Поділля. У статті розглянуто групи складнопідрядні означальні речення та складнопідрядні речення з підрядними з'ясувальними, для чого вивчено класифікацію підрядних з'ясувальних речень різними мовознавцями. Визначено, що найбільш поширеними у східноpodільських говірках

© О. І. Сьоміна, 2016