

особливість, залишаються засобами посилення експресії загального мас-медійного процесу комунікації.

Аналіз формул ввічливості засвідчив те, що вони є варіативними не тільки у межах програм певних телеканалів, але й варіюються у мовленні кожного ведучого. Ведучі спортивних новин постійно намагаються поповнити свій лексичний склад, виразити його.

Отже, засоби діалогізації є основними елементами естетико-етичного самовираження ведучого спортивних новин, а також засвідчують прагнення оглядачів, незважаючи на дистанційну форму спілкування, до створення ілюзії близького контакту із реципієнтами.

## МЕТАФОРА У МОВЛЕННІ ВЕДУЧИХ СПОРТИВНИХ НОВИН

Доп. – Манурін А., ЖТ-52

Наук. кер. – викл. Гаврилук І. Л.

Найефективнішим засобом посилення дієвості мовлення ведучих спортивних новин є метафоризована лексика. Метафори буквально «заполонили» сучасний спортивний телефір.

Естетичність метафоричного мислення досягається шляхом зіставлення відомої інформації із новою, що зумовлює ефект свіжості, незвичайності. Метафора, окрім того, що виконує естетичну функцію, є засобом пізнання, тобто засобом інформування, оскільки дає нове бачення того, що відображається свідомістю людини. Основне функціональне призначення метафори – збагатити уявлення реципієнта про об'єкт інформації.

Особливістю метафоричного мислення науковці називають здатність до конкретизації предметів, явищ, що у реальному бутті не мають назви, інколи навіть не доступні нашій свідомості. Конкретність метафори досягається шляхом поєднання різних об'єктів, а точніше – їх властивостей. Співставляючи об'єкти, метафора водночас їх протиставляє.

Досягається певний ефект контрастності, що, звичайно, посилює, концентрує на ній увагу реципієнта.

Метафора в системі лексичних засобів ведучого спортивних теленовін – це ще й складова його іміджу.

Джерелом дослідження стала картотека метафоричних конструкцій, складена методом довільної вибірки із мовлення ведучих спортивних новин телеканалів “1+1», “Інтер», “ІСТV». Вибір цих ЗМІ обумовлений тим, що вони репрезентують найвищий рейтинг симпатій глядачів.

Виділяємо такі типи метафор, що використовуються у мовленні оглядачів спортивних теленовін:

1. **Генетичні** метафори, тобто ті, які втратили на певному етапі функціонування мови образність. Втрата образності в цій семіотичній групі відбувається внаслідок її постійного вживання, а тому стандартизації. Незважаючи на процес деметафоризації, вони таки виконують емоційно-експресивну функцію, хоч їх заряд образності набагато нижчий, ніж у свіжих авторських метафорах, де образність ще не стерта. “випромінює» авторську індивідуальність, оригінальне бачення дійсності. У мовленні спортивних коментаторів генетичний тип метафоризації є найбільш поширеним. Це зумовлено особливістю спортивного дискурсу – спрямованістю у першу чергу на повідомлення, а вже тоді на певне коментування. До цього типу метафоризованої лексики відносимо такі зафіксовані нами конструкції: *команда провалила сезон; пробили ворота, ювелірна передача; стріляти по воротах; постріл лівою ногою, сухий рахунок; суха нічия; віртуози м'яча; ветерани футболу, гостра ситуація тощо; російський дуєт посів перше місце, пророкують зіркове майбутнє; зіграли всуху; гроза біля воріт минула; реактивний гравець; коридор атаки; м'яч затріпотів у сітці; вістря атаки; плести мереживо атак; читати гру “порвати» суперника; “розписатись» у воротах суперника; приборкати м'яч; “вийти на побачення» з воротарем; команда зламалась.*

2. Особливо велику групу становлять так звані **термінологічні метафори**, які побутують у мовленні самих спортсменів як іманентні елементи лексики.

Ведучі спортивних новин як виразники спортивних подій активно користуються цією групою лексики. Наприклад: *поцілити у молоко* (поцілити повз); *побачити перед собою червоне світло* (червону картку); *рамка* (ворота); *точка* (одинадцять метрів); *брівка* (край поля); *стрічка* (бокова лінія); *свічка* (високий політ м'яча); *парашут* (зависання м'яча в повітрі); *стайня* (гоночні машини однієї команди).

3. Як зазначалося вище, спортивний дискурс – це не дискурс суб'єктивної інформації, а тому найменш поширеною у мовленні спортивних оглядачів є група **індивідуально-авторських метафор**. Наводимо приклади цієї групи лексики: *Нападник німецького "Байєра" щохвилини невтомно дзьобав данських футболістів* («1+1», 17.10.2006); *Фердинанд де Роже ініціював бійку, внаслідок цього обидва півники покинули поле* («Інтер», 25.01.2007); *Підсумкові 1:1 вельми ускладнили їм завдання, зате осічками конкурентів скористалися бельгійці, перемігши футбольного карлика Сан-Марино — 2:1 на його території* («ICTV», 3.12.2006).

У роботі представлено лише незначну частину із зафіксованих нами метафоричних конструкцій. Але вже цей перелік дає уявлення про важливість цього інформаційно-образного засобу.

Особливістю функціонування метафори є ще й те, що реципієнт взагалі не помічає її, настільки вона є іманентною, природною в загальній текстовій структурі. За допомогою метафоричної лексики відбувається переформатування стереотипної, традиційної інформації, а виступи оглядачів телевізійних спортивних програм набувають аксіологічних ознак.