

МЕТАФОРА ТА МЕТОНІМІЯ ЯК СПОСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В МЕДІАДИСКУРСІ

Азарова Л. І., студ. гр. ПР-01,

Баранова С. В., к. філол. н., доц. СумДУ

Для створення експресивного ефекту в медіа дискурсі часто використовують образні засоби. Образні засоби мови при цьому називають усі види образного вживання слів, словосполучень та фонем, об'єднуючи усі види переносних найменувань загальним терміном «тропи» [1, 128].

Образні засоби слугують опису та є переважно лексичними. Сюди належать такі тропи переносного вживання слів та виразів, як метафора, метонімія, іронія, гіпербола, літота та ін.

Метафора як різновид тропу – це вживання слова в переносному значенні; словосполучення, яке характеризує дане явище шляхом перенесення на нього ознак, які властиві іншому явищу, яке таким чином замінює його. Використання метафори має свої особливості у рекламних текстах медіадискурсу, які складають особливу мовну сферу літературної мови, з специфічними цілями та мовними засобами. Наведемо приклади назв англomовних компаній, самої продукції в тих випадках, коли вони носять рекламний характер.

Looking into the heart of light. Реклама, в якій метафора *the heart of light* відображає якість ліхтарів.

I can connect nothing with nothing (реклама мобільних телефонів).

The dead tree gives no shelter (реклама газованої води) [2, 21].

Метафора в рекламному тексті покликана передавати більш точно сенс явищ, підкреслити новий та важливий нюанс. У багатьох періодичних виданнях зустрічаються метафори з кольоровим забарвленням, такі як:

...to see red... (to be angry)...*to be in the red...* (to be in financial danger)

...to be green... (to be immature; to be new at something).

...green thumb... (skill at growing plants).

...purple heart... (bravery) [4, 28].

Вважаємо доречним виявити експресивний потенціал ряду наступних метафор у газетному тексті:

...a fruit(not polite)... (a gay person (not polite).

...big banana(not polite)... (boss (not polite).

...the apple of my eye... (my most cherished person).

...chicken... (scared / frightened person).

...dog... (a bad man, ugly woman).

...snail... (physically very slow person) [3, 133].

Метонімія являє собою вживання слова у переносному значенні, словосполучення, в якому одне слово заміщується іншим, як в метафорі, з тією відмінністю від останньої, що це заміщення може бути вироблене лише словом, яке позначає предмет (явище), який знаходиться в тому чи іншому зв'язку з предметом, який позначається заміщуваним словом.

Головна функція метонімічного виразу – активізувати одну когнітивну категорію, співвідносячи її з іншою у рамках однієї моделі, і таким чином виділити її саму чи субмодель, до якої вона належить. Розглянемо приклади:

We need a couple of strong bodies for our team.

There are a lot of good heads in the university.

We need some new faces around here [5, 43].

Очевидно, у всіх трьох реченнях мова йде про людей, але в кожному випадку підкреслюється певний аспект людини. В спортивному контексті першого речення простежується модель *physical strength*, яка пов'язана з категорією *body*; в університетському контексті – модель *intelligence*, яка пов'язана з категорією *head*. Категорія *face* особливо адекватна в контексті знайомства, тому що саме обличчя сприймається в першу чергу при зустрічі з незнайомими людьми.

Отже, експресивність (як результат стилістичної, оцінної та емоційної маркованості слів) в публіцистичних текстах досягається шляхом максимального використання образних мовних засобів, які дозволяють виразити суб'єктивне відношення мовця до змісту чи адресату мови, в наслідок чого оказати вплив на особистість реципієнта.

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. / Ф.С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 344с.
2. Nelson R.P. Articles and Features / R.P. Nelson . – Houghton : Houghton Mifflin School, 1978. – 434 p.
3. The Guardian. – 2012. – Friday, April 4. – 39 p.
4. The Times. – 2011. – No 69393 (Monday, August 4). – 72 p.
5. The London Paper. – 2010. – Wednesday, May 9. – 40 p.

Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів, м. Суми, 21-22 квітня 2014 р. / Відп. за вип. О.М. Сушкова. — Суми : СумДУ, 2014. — С. 3-5.