

**Н. Козак** –  
студентка спеціальності «журналістика»  
Національного університету  
«Львівська політехніка»  
Науковий керівник: ст. викладач кафедри української мови  
*Голубінка Н.І.*

## **МЕТАФОРА В МОВІ ЖУРНАЛУ «УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ» У 2014-2015 рр.**

Журналістика постала з необхідності поширення значущої для суспільства інформації. Вона довела свою спроможність забезпечувати саморегулювання суспільства, міцно увійшла до механізмів суспільного самоуправління, стала одним з найважливіших суб'єктів соціального управління.

Мову ЗМІ традиційно розглядають як окремий підстиль публіцистичного стилю, хоча існує тенденція до виділення її в окремий функціональний стиль. Визначальною ознакою засобів масової інформації є вдале поєднання логізації викладу із емоційно-експресивним забарвленням, тому мова ЗМІ характеризується доступністю, полемічністю викладу, образністю, експресивністю та афористичністю. Мові ЗМІ притаманні стилістичні риси художнього, офіційно-ділового та наукового стилів. До лексичного фонду ЗМІ входить нейтральна, а також стилістично і функціонально забарвлена лексика, яка вживається з певною метою або для посилення стилістичного ефекту. Так, у публіцистичному стилі художні засоби застосовуються набагато ширше, ніж, наприклад, офіційно-діловому чи науковому.

Сучасні мас-медіа швидко та ефективно доносять інформацію до різних категорій населення, забезпечуючи доступність сприйняття. Одним із популярних видань, де відображено події сучасного буття, є суспільно-політичний журнал «Український тиждень». Він виходить щотижнево, починаючи з 2007 року, та пропонує читачам детальний огляд ключових політичних, економічних та соціальних подій, що відбуваються на території України та в усьому світі. Видання орієнтоване на освічених людей, які цікавляться бізнесом та політикою, а також на викладачів та студентів вищих навчальних закладів країни, держслужбовців і керівників підприємств різної сфери діяльності. Як і в більшості сучасних мас-медіа, «Український тиждень» використовує метафоричну мову як один із найпотужніших засобів впливу на масову свідомість.

Оскільки журналістика, як правило, дуже обмежена просторово-часовими рамками метафорична мова дозволяє стисло і доступно висловити складні ідеї.

Метафора – один із основних тропів поетичного мовлення. У метафорі певні слова та словосполучення розкривають сутність одних явищ та предметів через інші за схожістю чи контрастністю.

У проаналізованих текстах журналу «Український тиждень» засоби увиразнення, зокрема метафора, скоріш належать до винятку, ніж до правила. Образи журналістських статей майже завжди обдумані, штучно створені, представляють собою результат свідомої творчості.

Заголовок – перше, що привертає увагу читача. Метафора часто з'являється в заголовках та підзаголовках статей задля посилення цікавості у реципієнта: «Як компроміс із тоталітарним та колоніальним минулим загнав країну в глухий кут» [Лосєв І., №14, 2013], «Так віщують зорі» [№14, 2013], «Спекотне Мехіко приваблює туристів увесь рік» [Москалець О., №14, 2013].

Основна властивість метафори – образність, орієнтація на адресата, на його здатність не тільки розгадати її, але й оцінити образ, що лежить в основі: «Задекларувати боротьбу з корупцією і розпочати люстрацію було не надто й складно: вогонь по штабах не так зачіпає інтереси мас, як «голодний» бюджет чи нові 30-відсоткові податки» [Крапивенко Д., №51, 2014], «Така система пожирає все здорове, молоде й патріотичне, аби не було розвитку СБУ. Все для того, щоб система на кожному етапі могла натиснути кнопку «стоп» [Малко Р., №51, 2014], «Рішення звичайно застрягали в нескінченних бюрократичних коридорах влади» [Лосєв І., №51, 2014].

Метафору застосовують, щоб глибше усвідомити контрастність та паралелізм: «Тиха паніка задає тон великої політики» [Лазарева А., №46, 2015], «Для мене, принаймні теоретично, людський розум не терпить порожнечі, як не терпить її і природа» [Ворожбит О., № 51, 2014].

Часто метафора покликана створити психологічну напругу читача та передати емоційне забарвлення тексту: «Але страх є. Нехай і не визнаний, загнаний у найглибші закапелки підсвідомості» [Лазарева А., №46, 2015], «Горе засліплює» [Лазарева А., №46, 2015].

Існує багато засобів створення емоційного забарвлення слів та виразів, але найбільш продуктивним вважається асоціативно-образне переосмислення значень, в основі якого лежать тропи. Найголовніша роль, як найпростішому композиційному прийому, належить метафорі. Вона безпомилково сприймається реципієнтами й підсилює образний

сигнал. Креативна сила метафори здатна сумішати несумісне, образно виявляти нові якості об'єкта та створювати нові сенси понять.

### **Список використаних джерел**

1. Грицай І. С. Засоби масової інформації як окремі підстиль публіцистичного стилю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008> (08.06.2014)

2. Журналістика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Журналістика> (20.01.2018)

4. Метафори [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Метафора> (22.10.2017)

3. Метафорично-образні засоби розважально-мистецького характеру, в друкованих мас-медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://referat-ok.com.ua/kulturologiya-ta-mistectvo/metaforichno-obrazni-zasobi-rozvazhalno-mistetskogo-harakteru-v-drukovanih-mas-media>

5. Особливості перекладу метафор у художньому творі Артура Хейлі «Аеропорт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://referat911.ru/Pedagogika/osoblivost-perekladu-metafor-u-hudozhnomu/116583-1980623-place3.html> (23.04.2013)

6. Український тиждень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://journals.ua/business/ukrainskiy-tyzhden/>

**Ю.Курочкіна** –

студентка Харківського національного університету  
імені В.Н.Каразіна

*Науковий керівник: старший викладач кафедри політології,  
кандидат політичних наук Авксент'єв А.О.*

## **ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ НА ГРОМАДСЬКІСТЬ: ЕКСПРЕС-АНАЛІЗ СУДОВОЇ СИСТЕМИ ХАРКІВЩИНИ НА ОСНОВІ МОНІТОРИНГУ ЗМІ ЗА 2017 РІК**

В даному огляді судової системи Харківської області ми проводимо моніторинг семи засобів масової інформації (ЗМІ) Харківщини щодо висвітлення ними основних подій у судовій сфері за 2017 рік. Даний період виявився повним на інформаційні приводи, що прикувало увагу медіа до судових процесів у Харкові та області. В умовах