

УДК 070.41 : [811.161.2'373.612.2 : 159.942.5]

РОЛЬ МЕТАФОРИ У ФОРМУВАННІ ЕМОЦІЙНОГО НАВАНТАЖЕННЯ В МЕДІАТЕКСТІ (НА ПРИКЛАДАХ ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ РЕГІОНАЛЬНОГО ВИДАННЯ „ЗАПОРІЗЬКА ПРАВДА”)

Шепель А.Д.

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

Стаття розкриває теоретико-практичне осмислення ролі метафори (процесу метафоризації) як лексичного засобу творення емоційного в мас-медіа.

На практичному матеріалі представлено механізм формування емоційного відтінку, тону медіатексту шляхом метафоричного відтворення дійсності.

Ключові слова: метафора, емоційність, почуття, автор, читач, мас-медіа, вплив, конотація, лексичний засіб, значення

Останнім часом простежується доволі швидкісна переорганізація мас-медіа на видання інформаційного типу. Фактаж, на жаль, сьогодні переважає над обґрунтованою аналітикою чи гострою публіцистикою. За таких обставин мовне чуття автора, його ораторська майстерність оволодіти аудиторією, наситити її інформацією нового, оригінального, ще незаскарублого гатунку – залишається відкритим питанням у сучасній журналістиці. Одним із проявів творчої майстерності є вміння використовувати лексичні засоби й знаходити власні засоби як елементи увиразнення змісту, його емоційного навантаження та впливу на читача. Вагоме місце у цій структурі займають метафоричні комбінації, які так чи інакше несуть у собі відтінок новизни авторського бачення предмета (звісно, ми не враховуємо аспект стандартизації висловів, які вже сьогодні є просто усталеними виразами), в тому числі й його емотивної інтенційності. Саме тому, на нашу думку, ця стаття сьогодні є **актуальною**.

Метою дослідження є визначити роль та виявити механізм формування емоційного насичення у матеріалах мас-медіа шляхом вживання метафор.

Відповідно до поставленої мети виникають такі **завдання**:

1. Синтезувати науково-теоретичні розробки з досліджуваної теми;
2. З'ясувати суть концепту метафори;
3. Виявити чинники формування емоційного у процесі метафоризації;
4. Простежити використання метафор у сучасній пресі на прикладі публіцистичних матеріалів регіонального обласного видання „Запорізька Правда” (за 2006 р.).

Цією статтею ми спробуємо розширити спектр дослідження використання лексичних засобів, зокрема метафори, у мові мас-медіа, а також представити метафоризацію як чинник формування емоційного насичення медіатексту.

Постановка проблеми. Своєю загадковістю та неоднозначністю метафора вже протягом багатьох тисячоліть привертає до себе увагу науковців різних галузей, зокрема філософів, літературознавців, соціолінгвістів, дослідників журналістики. Незважаючи на те, що і

сьогодні ця категорія лишається ще не до кінця розкритою, у спадщину ми отримали вагомі, ціннісні дослідницькі напрацювання.

Про функціонування метафори як мовно-мисленнєвого засобу влучно говорив ще О. Потебня. Науковець зазначав: „Необхідність метафори (або метафоричного порівняння) виявляється особливо наочно, у тих випадках, коли нею виражаються складні і незрозумілі ряди думок, збуджених невизначеною безліччю дій, слів та ін.” [7, с. 205]. За таких умов, на нашу думку, метафора, в якій форми вираження уточнюються, а зміст поглиблюється, виступає мовним коректором мовленнєвого аспекту. Свого часу іспанський філософ Хосе Ортега-і-Гассет представив метафору як „...первинний естетичний предмет, осередок прекрасного” [6, с. 491]. Втім і сьогодні таке своєрідне визначення є актуальним і правомірним, зокрема стосовно і мас-медіа, враховуючи сучасний напрямок останніх – говорити коротко і стисло і водночас так, щоб матеріал не лишився непоміченим. Метафора є яскравим виразником функціональних можливостей мови. Завдяки своїм мовотворчим властивостям вона розширює межі світосприйняття.

Згідно з визначенням, поданим у Словнику лінгвістичних термінів, „Метафора (гр. *metaphora* – переміщення, віддалення)” – це „вид тропа, що побудований на основі вживання слів або виразів у переносному значенні за подібністю, аналогією, тощо і служить одним із засобів посилення образності й виразності мовлення” [4, с. 125]. Глибше суть цього поняття розкрито у сучасних літературознавчих працях. Автори підручника „Теорія літератури” О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв розглядають метафору як „слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов’язаного з предметом, на який звичайно вказує це слово, рисами подібності” [3, с. 213]. У „Мистецтві слова” А. Ткаченко так витлумачує функцію цього лексичного засобу, яка „...полягає в перенесенні властивостей і ознак когось предмета, явища, аспекту буття на інші за принципом уподібнення/розподібнення” [9, с. 250].

Метафора – це своєрідний процес перетворення певного предмета (референта) за рахунок додаткових властивостей (нових конотацій) іншого (другого), і як результат – перевтілення у дещо іншу форму (образ) існування. Однак метафоризацію не можна ототожнювати з прямим перенесенням ознак чи характеристик. Питання взаємодії референтів у процесі метафоризації доволі наочно описує Х. Ортега-і-Гассет. В основі аналізу філософом творення метафор лежить категоріальна антонімічна пара ідентичності (неідентичності). Учений наголошує на несуттєвості з точки зору реальності тієї подібності, на яку спирається метафора. „Реальна подібність слугує насправді тому, щоб підкреслити реальну несхожість обох предметів” [6, с. 492]. Цей внутрішній контраст метафоричного вислову закладає основу для формування емоційного. У процесі метафоризації відбувається певна переорганізація, глибше – контамінація і, як результат, створюється мовна надбудова. Метафора поєднує, у собі те, що вже відомо світові, є фоновими, базисними знаннями кожної людини. Водночас значення задіяних у метафоризації лексем дещо нівелюється, набуваючи при цьому нових конотацій, що в іншому контексті та за інших умов було б важко уявити. Відтак метафора вимагає як від автора (творця), так, відповідно – на рівні вторинного сприйняття, – читача, подолання бар’єрів щодо переосмислення вже відомого у новому обрисі. „Руйнування прямолінійних оцінок, які зрослися з предметом, і взагалі взаємин створює нове відношення. Особливий вид емоційно-оціночних відношень. Їх різноманітність і складність” [2, с. 487].

Новостворені варіації значення (маємо на увазі метафори) у більшості випадків не можна пояснити з точки зору реальної дійсності. Вони усвідомлюються на рівні переживань, відповідно до переоцінки людиною відомих об’єктів у їх новому амплуа. Отже, метафора – це явище чуттєве, яке, відповідно, насамперед базується на оцінно-емоційному

сприйнятті відтворюваного, вона „...полягає в перенесенні предмета з його реального місця в почуття” [6, с. 495]. Звертає увагу на цю особливість і В. Чабаненко. Науковець зазначає, що метафора „...пов’язана з активною абстрагуючою діяльністю мислення, з розвитком поетичної уяви, фантазії; завдяки їй почуття, емоції людини перетворюються на випереджаючі образи дійсності” [10, с. 222].

Для митця (журналіста) використання засобу метафоризації є можливістю встановити з читачем більш глибокий контакт і водночас переконати його, вплинути на нього. За допомогою однієї виділеної деталі, елемента та їх характеристики (вже метафоризованого образу) автор відтворює предмет чи картину дійсності у відповідному чуттєвому, емоційному світі, що стає основою заданості сприйняття її реципієнтом у такому ж тоні. У цьому випадку можна говорити про виникнення так званого „діалогу”, на який вказує В.Телія: „Такий діалог покликаний змінити систему світосприйняття реципієнта і налаштувати його на занурення у запропонований авторською концепцією світ цінностей і відповідних їм вчинків та діянь (діяльності)” [5, с. 27]. Досягти цієї мети, як зазначає В. Телія, можна шляхом „...передачі того емоційного забарвлення суб’єктивно-оціночного ставлення автора до світу, яке ніби надбудовується над словесно-мовною формою його відтворення і забезпечує усвідомлення сюжету в тій же культурно-ціннісній палітрі...” [5, с. 28], яка характерна й для нього. Таку авторську модальність спостерігаємо у процесі метафоризації, де власне комунікатор обирає аспект концентрації емоційного, підбирає відповідні засоби для формування і відтворення своєї думки, образу, уявлення нового предмета.

Метафора допомагає журналісту-професіоналу досягти своєї мети, а саме вплинути на читача, активізувати його свідомість. На нашу думку, метафора є допоміжним чинником реалізації емоційного ефекту інформації в засобах масової комунікації, що задовольняє почуття і сподівання людини. Разом з тим, вона є засобом, який робить можливим імпліцитно передати авторське відчуття читачеві і „загітувати” останнього сприймати описуване відповідно до концепції емоційної інтенції. Зокрема, журналістикознавці, співавтори монографії „Лінгвістика впливу” В. Різун, Н. Нелийвода, В. Корнєєв „використання яскравих метафор” подають у переліку елементів тексту, „які мають великі потенційні можливості щодо впливу на аудиторію...” [8, с. 116].

Варто наголосити, що метафора – це складний прояв мисленнєвого процесу, у результаті якого слова набувають глибокого (згідно з даним контекстом) змісту, а картини дійсності у цьому випадку розкриваються повніше.

Метафора як явище універсальне і специфічне „виникає у силу глибоких особливостей людського мислення... (скорочення. – А. Шепель) не тому, що вона потрібна, а тому, що без неї неможливо обійтися, вона властива людському мисленню і мові як така” [5, с. 11-12]. Завдяки можливості метафоричного змалювання предметів, їх якостей, властивостей розширюються не тільки межі відтворення авторської думки, переживання, але й в цілому збагачується „мовна картина світу”, „...що є історично укладеною в пересічній свідомості певного мовного колективу та відбитою у мові сукупністю уявлень про світ та певним способом концептуалізації дійсності” [1, с. 18].

Спробуємо змалювати процес метафоризації з точки зору формування емоційного у мас-медіа: а) виявлення нових можливостей певного предмета (авторське бачення, світосприйняття) – б) розширення меж його розуміння (процес перенесення, надання йому нових властивостей) – в) його конкретизація з точки зору певної ознаки – г) неординарність і виразність представленої думки (утворення нового предмета) – д) створення емоційного ефекту (авторська інтенція, сугестивність у сприйнятті предмета читачем).

Цей механізм емоційного навантаження чітко простежується у нарисі Г. Кліючки „Життя, помножене на чотири” (газ. „Запорізька Правда”, 13 травня 2006р.), присвяченого Дню матері. Колоритно, чітко і яскраво, глибоко і конкретно журналістка змальовує долю головної героїні Світлани Денисюк, матері чотирьох дітей, чи не одним реченням: „...в її долі фарб було різних – від веселкових до сірих тонів кольору сумного дощу” (газ. „Запорізька Правда”, 13 травня 2006р.). Лексеми „доля” і „фарба” самі по собі не несуть емоційного забарвлення, а їхні значення є далекими одне від одного. Однак у цьому контексті поняття „фарба” виступає у ролі характеристики „доля”. Використана форма множини – фарб – апелює до різноманітності, неоднозначності його сприйняття. Типу: фарба – подія, і кожній події відповідає певна фарба, точніше колір. Оцінної ознаки надає подальше уточнення „від веселкових до сірих тонів кольору сумного дощу”. Веселкові кольори усім відомі, і за стандартом вони є яскравими, радісними, що за шкалою норм (у своєму дослідженні матеріалів мас-медіа спиратимемося на аналіз метафор, що використовує Є. Вольф [Є. Вольф, 5, с. 54]) визначається як добре (мають емоційно позитивний заряд). Протилежними їм є „сірі тони кольору сумного дощу”. Особливо емоційно насиченою є метафора „колір сумного дощу”, тут епіцентром навантаження є лексема „сумного”. Остання як у переносному, так і прямому значенні містить у собі постійні оціночні конотації із негативним забарвленням. Цим самим журналістка створила певний фундамент у подальшому сприйнятті матеріалу. Ця метафора має доволі глибокий зміст, який, на нашу думку, не лише читача пасивним. Водночас, цей метафоричний вираз є чудовим прикладом соціалізації, оскільки такі різні фарби мають місце у житті практично кожної людини. У цьому ж нарисі знаходимо і ще одну цікаву метафору: „Про них вона оповідає легко, світло”. Подана характеристика мовлення („оповідає”) „легко” та особливо „світло” (оціночні прикметники) створює чітко виражений емоційний (позитивний) тон у сприйнятті того, про що власне йде мова (у даному випадку – йдеться про дітей героїні).

Глибоким емоційним навантаженням вирізняється метафора, вжита Ж. Матвієнко у портретному нарисі „Маруся”: „Нехай нинішнє покоління, хто ще живий, знає про долю їхніх земляків, яка була обпалена війною” (Ж. Матвієнко, „Маруся”, газ. „Запорізька Правда”, 12 вересня 2006р.). Для більшої наочності виокремимо: „доля, обпалена війною”. Епіцентром метафори є дві лексеми – „обпалена” та „війна”. Сигніфікати цих понять несуть у собі яскраво відчутне негативне забарвлення. У свою чергу вжите автором „обпалена” поряд з „війною” є інтенсифікатором емоційного навантаження метафори, оскільки перша лексема викликає асоціативні ряди, пов’язані із завданням великої шкоди, знищенням. У наступній метафорі емоційна інтенційність виникає на основі умовної подібності – „А весною 44-го перші радянські танки, наче на крилах, влетіли в село...”. Ефект емоційного тут досягається шляхом асоціативного контрасту, використаного на позначення характеристики пересування – „танки”, які, як відомо, мають невелику швидкість пересування, у поєднанні з концептом „влетіли”, що характеризується як велика швидкість. „...дієслова, що позначають повільний рух, зазвичай включають оцінку „-” (погано), а дієслова, що позначають швидкий рух, – оцінку „+” (добре). Вірогідно, у картині світу рух зі швидкістю „+” оцінюється як позитивне, а зі швидкістю „-” як негативне...” [5, с. 56]. Отже, у процесі метафоризації „-” змінюється на „+”. Втім, у цьому випадку важливим є контекст, у якому перебуває метафора. Враховуючи, що це були танки не ворогів, а „радянські”, дана метафора, у такому авторському формулюванні, є позитивно забарвленою. З точки зору реальної дійсності танки летіти не можуть. Використана метафора – це засіб передачі власних переживань, відчуттів автора.

Наочним прикладом використання метафори як засобу нагнітання емоційного навантаження слугують полемічні роздуми В. Семеновського на тему „Чи буде Азов із

рибою...” (газ. „Запорізька Правда”, 1 квітня 2006р.). У тексті особливе місце займають метафоричні утворення: *„Боляче, коли в когорту справжніх вартових дарів моря потрапляють всілякого штибу пройдисвіти...”*, *„То – чиста правда, що бичок споконвіку годував, вдягав, а в наші часи й учив і вчить азвчан виживати...”*, *„І платять, і на „жарьоху” стягуються орачі моря...”* і *„Он на початку дев’яностих років минулого століття так „виорали” море механічними драгами, що бичок взагалі кілька років поспіль не ловився”*. Зокрема, в двох останніх фігурують лексеми, пов’язані з оранням. Усім відомо, що явище орання пов’язане з діяльністю на землі, її обробкою спеціальною технікою; у результаті чого ця територія матиме чи не первинний вигляд – уся рослинність, яка була на ній, буде винищена. Перенести цей процес на водні простори у межах реальності не можливо. Уявити собі процес орання моря, а відповідно, його орачів досить складно. Це все одно, що носити воду у решеті. Власне, така віддаленість понять, задіяних у метафоризації, є одним з аспектів формування високої емоційної насиченості, яка базується на асоціативних рядах та аналогії. Ці дві метафори за своєю суттю корелятивні, вони задають і утримують емоційне навантаження впродовж усього матеріалу, причому друга – *„виорали” море механічними драгами* – є більш емоційно ускладненою. Адже денотат *„виорали”* чітко виражає авторське ставлення до описуваного, і у цьому контексті він набуває негативних конотацій. Отже, метафора не тільки конкретизує уявлення про предмет, а й виражає відповідне емоційне ставлення до її творця. У цьому проявляється особливість метафоризації мовлення у журналістиці, оскільки метафора є тим засобом, який допомагає авторові яскраво і виразно відтворити свою думку, представити не тільки окремий предмет, а, відповідно, в певній мірі й явище, факт, подію у новому баченні, відтак надати відтворюваному певного емотивного відтінку, таким чином репрезентуючи у тексті автора. Поряд із втіленням суб’єктивного це лексичне утворення не втрачає своєї об’єктивності, яка зберігається на рівні первинних значень слів, задіяних у процесі метафоризації.

Майстерність автора оперувати словом (його значенням), а точніше творити, простежується у метафорах А. Васильєва, зокрема: *„Іхали мовчки, а в голові пульсувало питання: чи й справді ми були у діда Дмитра в гостях, чи то нам привиділося?”* (А. Васильєв, „Чортове” блюдо”, газ. „Запорізька Правда”, 1 серпня 2006р.). У результаті взаємодії слів *питання* і *пульсувало* „питання”, що належить до ряду абстрактних явищ, набуває фізичного вираження, властивості перебувати у стані сильно вираженої дії. За новоствореним змістом це вже питання, яке вимагає нагальної відповіді, надмірне бажання дізнатися про що-небудь, питання, яке постійно тривожить автора (пульсувати – бути у постійному ритмічному русі). Наданням такої характеристики „питанню” автор показує важливість розв’язання його. Під час творення метафори відбувається трансформація – своєрідне поєднання лексем на рівні змісту. У результаті такого їх співіснування виникає нове, більш глибоке значення. Дещо інше підґрунтя творення глибинного має метафора *„Саме блюдо заховалося поміж невисоких пагорбів...”* – „блюдо”, у розумінні певної місцини, за своїми природними даними не має здатності до фізичної діяльності. Це метафоричне утворення являє собою виразне відтворення явища навколишнього середовища шляхом абстрагування. Отже, використану автором лексему „заховалося” можна розуміти тільки на почуттєвому рівні. Такі ж абстрактні картини дійсності, активним джерелом яких є фантазії та уява журналіста, спостерігаємо і у наступних метафоричних висловах з яскраво вираженою антропологічною спрямованістю: *„Сонечко вже майже торкнулося горизонту...”*; *„...сонечко геть впало на горизонт, і його промені ковзали лінійне верхівками пагорбів”*; *„...місяць визирнув з-за хмаринки, залив блюдо, наче молоком, хоч бери його та сьорбай”*, *„Конка подекуди виривається з тисняви крутих*

берегів, розливається широкими плесами, шелестить високими очеретами”, „...дзюрчить і петляє колісь повноводна Конка”.

Особливе психологічне навантаження мають метафори у замальовці Г. Кліковки „Прочитайте про себе в малих оченятах” (газ. „Запорізька Правда”, 1 червня 2006р.). Складові лексеми метафоричної комбінації *„Тому, прогнозуючи майбутнє, треба частіше читати дитячі очі”* не є емоційно забарвленими від природи, і їх дескриптиви не несуть у собі постійної оцінки. Отже, значення цієї метафори лежить значно глибше. І тільки на почуттєвому рівні автор передає свої переживання щодо знедолених дітей, які нікому не потрібні. Глибина змісту метафоричного виразу *„На жаль, шлях до досконалості встелений колючками, а пелюстки троянд падають під ноги далеко не кожному”* проявляється на рівні образності, що базується на характеристиках і властивостях троянди. Відповідно до норм картини світу „колючки” мають негативну оцінку, вони можуть завдати фізичного болю, а отже, на чуттєвому рівні – це перешкоди, бар’єри та інші утруднення. Водночас пелюстки викликають приємні відчуття. Згідно з цим контекстом оцінка „–” переважає над „+”. Вибудована на такому контрасті авторська думка несе емоційно негативне забарвлення.

Уміння знаходити те, що далеко приховано за оболонкою розуміння об’єктів, відтворено у метафорі з публіцистичного матеріалу І. Науменко „Рубен Хошабо та інші асирійці”: *„На території Ассирії виникли інші держави, а вітри історії розсіяли колісь могутній народ по різних країнах”* (І. Науменко, газ. „Запорізька Правда”, 13 липня 2006р.) Це метафоричне утворення дає можливість показати невидиме, те, що навряд чи можна зустріти у реальному житті (однак тут треба пам’ятати, що це не заважає змальовувати реальні події, явища, факти, а навпаки, допомагає конкретизувати деталі описуваного, надавати йому яскравості, витонченості у його характеристиці), те, що знаходиться у підсвідомому, асоціативному, а відтак – це формування нового емоційного навантаження контексту. Підтвердженням цього є слухна думка дослідника рівнів експресивності слова В. Чабаненка, який вказує, що „психологічним стимулом творення метафори є естетичний ідеал автора, а психологічним стимулом її сприйняття – естетична потреба читача. Письменникові вона дає творче (мовотворче) задоволення, а читачеві – пізнавальне, духовно-моральне” [10, с. 222].

Висновки. Отже, як бачимо, метафора є особливим засобом мовотворення, у якому зосереджуються як інтереси автора, так і реципієнта. Якщо перший прагне вплинути на читача, емоційно вразити, збентежити, то останній зацікавлений у такій поведінці журналіста, адже умовою цих стосунків є нове бачення, нова думка. У проаналізованих нами матеріалах ми виявили кілька властивостей (чинників) метафори як засобу формування аспекту емоційного:

1. Розширення емоційної палітри сприйняття предмета, явища за рахунок утворення нових (додаткових) конотацій. Тут виокремлюємо конкретизацію та увиразнення предмета;
2. Формування більш глибокого змісту щодо описуваного шляхом посилення емоційного навантаження; метафора розширює систему уявлень про картини світу.
3. Психологічне розвантаження читача. Розкриваючи нагальні суспільні питання, автор є виразником думки (почуттєво-емоційного спектру) окремого читача. Звідси соціалізація: через життя однієї людини автор робить узагальнення більш широкої аудиторії.

Список літератури

1. Антонюк М.О. Метафора та її роль у мовній картині світу // Мовні і концептуальні картини світу. 36. наук. пр. №7. – К.: КНУ. – 2002. – С. 15-19.

2. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи / Сост. С.Бочаров и В. Кожин. – М.: Худож. Лит., 1986. – 543с.
3. Галич О., Назарець В., Васильев Є. Теорія літератури: Підручник / За наук. ред. Олександра Галича. – К.: Либідь, 2001. – 488с.
4. Ганич Д., Олійник І. Словник лінгвістичних термінів. – К.: Головне видавництво видавничого об'єднання „Вища школа”, 1985. – 360с.
5. Метафора в языке и тексте / Отв. ред. д. филологич. наук В.Н.Телия. – М.: Наука, 1988. – 176с.
6. Ортега-и-Гассет Х. „Дегуманизация искусства” и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. Сборник / Пер. с исп. – М.: Радуга, 1991. – (Антология литературно-эстетической мысли). – 639с.
7. Потебня А.А. Теоретическая поэтика / Сост., вступ. ст., коммент. А.Б.Муратова. – М.: Высш. шк., 1990. – 344с. – (Классика литературной науки).
8. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. – 148с.
9. Ткаченко А. Мистецтво слова (Вступ до літературознавства): Підручник для гуманітаріїв. – К.: Правда Ярославичів, 1997. – 448с.
10. Чабаненко В.А. Стилїстика експресивних засобів української мови: Монографія. – Запоріжжя: ЗДУ, 2002. – 351с.

Шепель А. Д. РОЛЬ МЕТАФОРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ НАГРУЗКИ В МЕДИАТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРАХ ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ „ЗАПОРІЗЬКА ПРАВДА”)

Статья раскрывает теоретико-практическое осмысление роли метафоры (процесса метафоризации) как лексического средства создания эмоционального в масс-медиа. На практическом материале представлен механизм формирования эмоционального оттенка, тона медиатекста путем метафорического отображения действительности.

Ключевые слова: метафора, эмоциональность, чувства, автор, читатель, масс-медиа, влияние, лексические средства, значение

Shepel A. THE ROLE OF METAPHOR IN EMOTIONAL LOADING FORMATION IN MEDIA TEXT (EXAMPLES FROM THE ARTICLES OF LOCAL PAPER „ZAPORIZKA PRAVDA”)

The article focuses on the theoretical and practical study of the role of metaphor as lexical means of creating emotional loading in mass media. The material of the research serves to show the mechanism of forming emotional shades of meaning or tone in media text by means of metaphorical reproduction of reality.

Key words: metaphor, emotional loading, feeling, author, reader, mass media, influence, connotation, lexical means, meaning

Поступила до редакції 26.02.2007 р.