МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему**: МЕТАФОРА В ПОЛЬСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ**

Виконав: студент 2 курсу, гр. 8.0353-пмк
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації «Слов'янські мови та літератури
(переклад включно), перша –польська»
освітньо-професійної програми
«Переклад та міжкультурні комунікації»
_____ Д.С.Шевченко
Керівник_____ доц. Муравін О.В.
Рецензент_____ доц. Курилова Ю.Р.

Запоріжжя 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *філологічний*
Кафедра *слов'янської філології*
Освітній рівень *магістр*
Спеціальність *035 «Філологія»*
Спеціалізація *035.033 «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська»*
Освітня програма *«Переклад та міжкультурні комунікації»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри слов'янської філології
Павленко І. Я.
_____
_«_____» _____202___року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
Шевченка Дмитра Сергійовича

Тема роботи: ***МЕТАФОРА В ПОЛЬСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ***

керівник роботи – *к.філол.н., доц. Муравін О.В.*
затверджені наказом ЗНУ від " 26 " лютого 2024 року № 340-с

2. Строк подання студентом роботи 08.11.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: звіти UNICEF, UNHCR*, публікації в українських та польських медіа, монографії та статті, присвячені аналізованій проблемі.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1) *Теоретичні основи мовної адаптації дітей-біженців;*
2) *Висвітлення питання мовної адаптації українських дітей в українських та польських медіа;*
3) *Аналіз впливу інформації з медіа на процес мовної адаптації.*

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

_____
_____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	*Муравін О.В., доцент*		
2	*Муравін О.В., доцент*		
Вступ, висновки	*Муравін О.В., доцент*		

7. Дата видачі завдання *10.05.2024 р.*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів написання дипломної Роботи	Строк виконання етапів роботи	**Примітка**
1	*Збір та систематизація матеріалу*	*травень-червень 2024 р.*	
2	*Аналіз науково-критичної літератури з обраної проблеми*	*липень 2024 р.*	
3	*Вступ*	*серпень 2024 р.*	
4	*Розділ 1. Теоретичні основи мовної адаптації дітей-біженців.*	*серпень 2024 р.*	
5	*Розділ 2. Висвітлення питання мовної адаптації українських дітей в українських та польських медіа.*	*вересень 2024 р.*	
6	*Висновки*	*листопад 2024 р.*	
7	*Оформлення роботи*	*листопад 2024 р.*	
8	*Захист роботи*	*грудень 2024 р.*	

Студент _____ Д.С.Шевченко
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ О.В.Муравін
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено.
Нормоконтролер _____ І.Л.Мацегора

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи: 82 сторінки, 46 джерел.

ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ: мовні засоби експресивізації в польських медійних текстах.

ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: метафоричні й сленгові прийоми, за допомогою яких здійснюється мовна експресивізація в текстах сучасних польських ЗМІ.

МЕТА РОБОТИ полягає у виявленні та аналізі функцій метафори у польських медіатекстах, визначення її ролі у формуванні суспільних уявлень про політичну реальність, а також встановлення механізмів впливу метафоричних конструкцій на сприйняття політичної інформації.

ЗАВДАННЯ:

- проаналізувати теоретичні основи дослідження метафори, зокрема в аспекті політичного дискурсу, спираючись на праці вітчизняних і зарубіжних дослідників;
- визначити особливості функціонування метафори у політичних текстах як інструменту когнітивного моделювання та маніпуляції;
- дослідити основні метафоричні моделі, використовувані в польському політичному дискурсі, та визначити їхні функції;
- провести аналіз конкретних прикладів метафор та сленгових виразів із польських медіатекстів для виявлення їхнього впливу на сприйняття аудиторії.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ: ідентифікаційний метод для встановлення експресивних одиниць у текстах; описовий метод, що використовується для інвентаризації та характеристики функціонування цих одиниць; контекстний аналіз, який допомагає визначити умови функціонування мовних засобів у конкретному словесному контексті та комунікативній ситуації; метод структурно-семантичного аналізу.

НАУКОВА НОВИЗНА: дослідження полягає у всебічному аналізі метафор у польському політичному дискурсі з урахуванням їхніх когнітивних, комунікативних і маніпулятивних функцій. У роботі вперше систематизовано типові метафоричні моделі, характерні для польських політичних текстів, із акцентом на їхній соціокультурний контекст; досліджено роль метафор у формуванні ідеологічних меж та емоційного впливу на аудиторію в умовах сучасного польського медіапростору; визначено особливості використання метафор як інструменту політичної маніпуляції у текстах, спрямованих на різні аудиторії.

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ: Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення методик аналізу політичного дискурсу, зокрема в галузі лінгвістики, політології та медіакомунікації. Знання про механізми

використання метафор у політичних текстах може бути корисним для журналістів, політологів і медіааналітиків, які прагнуть краще розуміти, як мова впливає на суспільне сприйняття політичних подій і постатей. Окрім того, результати дослідження можуть бути корисними у навчальному процесі для підготовки фахівців у галузі політичної комунікації, медіа - та інформаційної грамотності.

МЕТАФОРА, ПОЛІТИЧНА МЕТАФОРА, МОВНИЙ ДИСКУРС, ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС, ЕКСПРЕСИВНІСТЬ, АДАПТАЦІЯ, УКРАЇНСЬКІ МЕДІА, ПОЛЬСЬКІ МЕДІА, МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ, ЄВРОМЕТАФОРА, ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ, МЕДІАПРОСТІР.

ABSTRACT

The text of the master's thesis is 82 pages and is based on 46 sources.

OBJECT OF RESEARCH: languages means expressions in Polish media texts.
SUBJECT OF RESEARCH: metaphorical slang come for more help some is happening language expressivization in daily texts Polish snakes.
PURPOSE OF THE WORK: lies in the revealed and analysis functions Polish metaphors media texts , designation roles in molding cohabiting statement about politics reality , as well as installation mechanisms inject metaphorical design for springing political information .
TASKS :

- analyze theoretical basics research metaphors in aspect political discourse, spiraling into practice domestic and foreign investigators ;
- to determine features functioning metaphors in political texts as a tool cognitive modeling and manipulation ;
- to investigate main metaphorical models , translated into Polish political discourse , meaning theirs functions ;
- conduct analysis specific applications of metaphors and slang from Polish media texts for identification in the middle of nowhere audiences .

RESEARCH METHODS: Identification method for installation expressive one in the texts; descriptive method for inventory and performance characteristics; contextual analysis of what helps to determine minds functioning languages benefits in a specific verbal and communicative context situations; method of structural- semantic analysis .
SCIENTIFIC NOVELTY: research pleases everyone analysis of metaphors in Polish political discourses with cognitive , communicative and manipulative functions At the robot first time systematized typical metaphorical models typical for Polish political texts , with an emphasis on their sociocultural context; the role of metaphors in molding was investigated ideological between and emotional flow into the audience 's minds contemporary polish media space ; designated features of metaphors as a tool political manipulations in texts straightened out audiences .
PRACTICAL MEANING: Results research You can use wikis for more detailed analysis techniques political discourse, in linguistics, political science and media communications . Knowledge about mechanisms The use of metaphors in political texts can be useful for journalists , political scientists and media analysts. In addition , the results research may be brown for the beginner preparation processes speciality political communications , media- and information literacy .

METAPHOR, POLITICAL METAPHOR, MOVIE DISCOURSE, POLITICAL DISCOURSE, EXPRESSIVENESS, ADAPTATION, UKRAINIAN MEDIA, POLISH MEDIA, INTERCULTURAL COMMUNICATION, EUROMETAPHOR, INFORMATION FLOW, MEDIA.

ЗМІСТ

ВСТУП……... 8

РОЗДІЛ 1
ПОЛІТИЧНА МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ …….. 12
1.1 Метафора як засіб мовної комунікації…….…..... 12
1.2 Семантичні розряди політичної метафори…….……. 21
1.3 Метафорічність у політичному дискурсі……...……..... 28
Висновки до розділу 1……... 28

РОЗДІЛ 2
МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ У ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ…… 35
2.1 Експресівні тропи публіцистичних текстів (метафора)…….. 35
2.2 Єврометафора в українському та польському мовленні ЗМІ…….. 53
2.3 Сленгова лексика у медіапросторі Польщі……... 66
Висновки до розділу 2……... 73

ВИСНОВКИ……..... 74
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ……. 78

ВСТУП

Метафора є одним із найпотужніших мовних засобів, що здатен формувати уявлення та впливати на сприйняття реальності. У політичному дискурсі метафора відіграє особливу роль, адже вона не лише прикрашає мову, а й структурує політичну аргументацію, сприяє емоційному залученню аудиторії та слугує інструментом маніпуляції.

Політичні тексти, зокрема у медійному просторі, часто будуються на основі метафоричних образів, які допомагають створювати чіткі уявлення про політичних лідерів, партії, події та ідеї. У польських політичних текстах метафори активно використовуються для конструювання політичної реальності, впливаючи на суспільну свідомість та визначаючи рамки політичного дискурсу.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що сучасний політичний дискурс характеризується високим рівнем експресивності та прагненням до впливу на масову свідомість. У добу постправди й політичної поляризації метафора стає не лише художнім прийомом, а й інструментом, що структурує політичні повідомлення та формує суспільні настрої. Польський політичний дискурс, як частина загальноєвропейського контексту, демонструє широкий спектр метафор, які відображають соціальні, культурні та політичні реалії країни. Їх аналіз дозволяє глибше зрозуміти, як саме за допомогою мови формується політична комунікація та ідеологічні наративи.

Дослідження метафор у польських політичних текстах має також прикладне значення. Воно сприяє кращому розумінню механізмів маніпуляції у медійному просторі, підвищує рівень критичного мислення та комунікативної компетентності. Це особливо важливо для фахівців у галузі лінгвістики, політології та медіа, адже знання про функціонування метафор у політичному дискурсі дозволяє ефективніше аналізувати та інтерпретувати сучасні медіатексти.

До проблематики мовної експресивності певною мірою зверталися лінгвісти А. Вежбицька, Т. Скубалянка, Р. Ґжеґорчикова, С. Ґраб'яс, Г. Зґулкова, Ш. Баллі, Я. Зіма, О. Потебня, В. Русанівський, М. Пилинський, С. Єрмоленко, Л. Шевченко, В. Чабаненко, Н. Бойко, Н. Дорогович, І. Арнольд, В. Шаховський, В. Виноградов, В. Телія та ін.

Наукові напрацювання зазначених дослідників формують теоретичну основу цього дослідження. Велика кількість мовознавчих праць, присвячених проблемі експресивності, підкреслює широту можливостей аналізу цього феномена. У цій кваліфікаційній роботі акцент зроблено на дослідженні експресивних засобів польськомовних медіа, як результатів мисленнєво-мовленнєвої діяльності, створених для конкретних медійних текстів. Робота ґрунтується на аналізі мовних засобів, що дозволило відтворити загальну картину функціонування польської мови у сучасних періодичних медійних виданнях.

Мета дослідження полягає у виявленні та аналізі функцій метафори у польських медіатекстах, визначення її ролі у формуванні суспільних уявлень про політичну реальність, а також встановлення механізмів впливу метафоричних конструкцій на сприйняття політичної інформації.

Поставлена мета обумовила виконання наступних **завдань**:

- проаналізувати теоретичні основи дослідження метафори, зокрема в аспекті політичного дискурсу, спираючись на праці вітчизняних і зарубіжних дослідників;

- визначити особливості функціонування метафори у політичних текстах як інструменту когнітивного моделювання та маніпуляції;

- дослідити основні метафоричні моделі, використовувані в польському політичному дискурсі, та визначити їхні функції;

- провести аналіз конкретних прикладів метафор та сленгових виразів із польських медіатекстів для виявлення їхнього впливу на сприйняття аудиторії.

Об'єкт дослідження – мовні засоби експресивізації в польських медійних текстах.

Предмет дослідження – метафоричні й сленгові прийоми, за допомогою яких здійснюється мовна експресивізація в текстах сучасних польських ЗМІ.

Мета, завдання та особливості об’єкта дослідження зумовили вибір основних **методів**: ідентифікаційного методу для встановлення експресивних одиниць у текстах; описового методу, що використовується для інвентаризації та характеристики функціонування цих одиниць; контекстного аналізу, який допомагає визначити умови функціонування мовних засобів у конкретному словесному контексті та комунікативній ситуації; структурно-семантичного аналізу, спрямованого на вивчення трансформацій мовних одиниць на рівнях структури та значення; морфологічного аналізу з використанням ономасіологічного підходу, що дозволяє виявити мотивацію створення експресивних мовних засобів через встановлення аналогій між ними та відповідними ономасіологічними структурами польської мови; семантичного аналізу для розкриття конотативних значень у семантичній структурі експресивних одиниць; лінгвокогнітивного аналізу для опису механізмів утворення когнітивної метафори.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що метафора у польських політичних текстах виконує не лише естетичну та когнітивну функцію, а й є потужним інструментом маніпуляції, впливаючи на сприйняття політичної інформації аудиторією шляхом структурування дискурсу, підсилення емоційного забарвлення текстів та формування ідеологічних рамок, які відображають соціокультурний контекст Польщі.

Наукова новизна дослідження полягає у всебічному аналізі метафор у польському політичному дискурсі з урахуванням їхніх когнітивних, комунікативних і маніпулятивних функцій. У роботі вперше систематизовано типові метафоричні моделі, характерні для польських політичних текстів, із

акцентом на їхній соціокультурний контекст; досліджено роль метафор у формуванні ідеологічних меж та емоційного впливу на аудиторію в умовах сучасного польського медіапростору; визначено особливості використання метафор як інструменту політичної маніпуляції у текстах, спрямованих на різні аудиторії.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення методик аналізу політичного дискурсу, зокрема в галузі лінгвістики, політології та медіакомунікації. Знання про механізми використання метафор у політичних текстах може бути корисним для журналістів, політологів і медіааналітиків, які прагнуть краще розуміти, як мова впливає на суспільне сприйняття політичних подій і постатей. Окрім того, результати дослідження можуть бути корисними у навчальному процесі для підготовки фахівців у галузі політичної комунікації, медіа- та інформаційної грамотності.

Структура роботи. Кваліфікаційнедослідження складається зі вступу, двох розділів з підрозділами до них, висновків, загального висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1
ПОЛІТИЧНА МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Метафора як засіб мовної комунікації

У сучасному інформаційному середовищі засоби мовної комунікації відіграють важливу роль у формуванні світоглядних орієнтирів сучасної людини. Вони мають історичне значення, виступаючи потужним чинником впливу на суспільну свідомість. Мовлення засобів масової інформації, як особливий різновид національної мови, зазнає постійної еволюції, яка тісно пов'язана з трансформаціями етнічної ідентичності та свідомості. Цей процес відбувається під впливом суспільно-політичних змін, що визначають характер та зміст комунікації.

Мова сучасних масмедіа не лише віддзеркалює соціальне життя, а й формує уявлення про національну культуру та ідентичність країни в глобальному контексті. Сучасний медійний дискурс насичений метафоричними конструкціями, які мають свої корені в культурних архетипах [2, с. 31]. Ці метафори виконують багатофункціональну роль: вони слугують інструментом інтерпретації подій, підсилюють емоційний вплив повідомлень, а також формують стилістичну палітру мовлення. Таким чином, мова засобів масової інформації виступає не лише засобом комунікації, але є й важливим соціокультурним феноменом, що відображає динаміку суспільних процесів і сприяє їх усвідомленню.

Метафора – це мовний вираз, у якому одне явище або поняття описується через інше за схожістю чи асоціацією. У комунікативному процесі будь-яке осмислене мовленнєве висловлення має на меті вплинути на реципієнта та спонукати його до певної реакції [4, с. 15]. У повсякденному спілкуванні ця мета

часто залишається неусвідомленою для мовця, проте у контексті публічного дискурсу, незалежно від його форми – усної чи писемної, – впливовий характер висловлювання не лише чітко усвідомлюється, а й навмисно формується мовцем. Це зумовлює вибір стратегій, мовленнєвих засобів і стилістичних прийомів, які сприяють ефективній передачі змісту, викликають емоційний відгук або стимулюють когнітивну активність реципієнтів. Таким чином, публічний дискурс є цілеспрямованим інструментом комунікативної взаємодії, орієнтованим на досягнення конкретних результатів у процесі соціальної взаємодії.

Метафора завжди була об'єктом підвищеного інтересу дослідників через свою багатогранність і неоднозначність. Її розглядали як мовний і когнітивний феномен, відхилення від мовної норми, стилістичний засіб, що збагачує мову, а також як фундаментальний розумовий механізм, що лежить в основі людського мислення.

Сучасні дослідження зосереджують увагу на класифікації основних типів і моделей метафор, дослідженні специфічних функцій метафори в політичному дискурсі, аналізі механізмів створення та сприйняття метафоричних образів у політичних текстах.

Метафора як явище стала об'єктом досліджень багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних учених, серед яких: Дж. Лакофф, М. Блек, Е. МакКормак та ін. [8, с. 4]. Питання використання метафори в публіцистичному стилі було розглянуто у працях науковців: Я. Келічава, П. Мельник, Л. Одинецької та ін. Аналіз стратегій та засобів мовного впливу в медійному дискурсі здійснювали дослідники А. Акопова, Т. Стасюк, В. Лойко, Л. Чік та ін. [2; 12]

Перш ніж заглибитися у вивчення поняття метафори в межах лінгвістичних досліджень, варто звернутися до її етимології. Поняття метафори стало предметом численних дискусій упродовж усієї історії розвитку лінгвістичної науки. Однак це явище привертало увагу й представників інших

галузей знань. Можна впевнено сказати, що метафоричне мислення значно вплинуло на формування мови та культури загалом. Саме тому метафора знаходить широке трактування не лише в межах лінгвістики, але й у філософії, психології, літературознавстві. Аналізу цього явища присвячували свої праці видатні мислителі, серед яких Арістотель, Гегель, Е. Кассірер, Х. Ортега-і-Гассет, Ж.-Ж. Руссо та багато інших.

Зокрема, Аристотель розглядав метафору як звичайне перенесення слова «<...> зі зміною значення: з роду на вид, з виду на рід, з одного виду на інший або на основі аналогії» [3, с. 45]. Це визначення свідчить, що метафора виникає шляхом перенесення властивостей, тому її можна розглядати як своєрідне скорочене порівняння: відбувається заміщення одного поняття іншим висловлюванням. Варто підкреслити, що метафора передбачає саме «перенесення <…> за аналогією», яке базується на подібності, схожості чи асоціативних зв'язках. Тобто, за Аристотелем метафору можна розглядати як «перенесення значення з одного предмета на інший» або, за словами Ричардса, як «своєрідний вдалий прийом, що спирається на гнучкість слів і доречний лише за певних умов, вимагаючи особливого мистецтва та обережності» [3, с. 47].

Метафора є результатом несвідомої (або підсвідомої) діяльності людського мозку, що, як стверджував Ф. Ніцше, зумовлено інстинктами та потребами людини [5]. Неможливість людської свідомості повною мірою охопити та осмислити певні ідеї чи явища реальності стала ключовим стимулом для створення словесних образів. На думку В. Маслової, метафора виникає не лише для того, щоб передати наші думки іншим, відшукавши відповідне ім'я. Вона необхідна, насамперед, для нас самих: без неї ми не можемо осмислити низку особливо складних для розуміння понять [6, с. 22].

Сучасні дослідження та розробка численних підходів до аналізу метафори значно розширили її концептуальні межі. Вона перестала бути виключно

лінгвістичним явищем і отримала нове трактування в ширшому, евристичному контексті.

Згідно з поглядами Дж. Лакоффа та М. Джонсона, метафора пронизує не тільки мову, але й наше повсякденне мислення та діяльність. Наша звичайна понятєва система, яка визначає наші думки та дії, має метафоричну природу. Поняття, що керують нашим мисленням, не обмежуються лише інтелектуальною сферою, вони також впливають на повсякденну діяльність, включаючи навіть найпростіші, буденні аспекти. Ці поняття організовують нашу сприйнятливу реальність, способи взаємодії з навколишнім світом та з іншими людьми [9, с. 33].

Отже, понятєва система відіграє ключову роль у формуванні повсякденної реальності. Вона має метафоричний характер, і саме через метафори здійснюються процеси мислення, повсякденного досвіду та поведінки. Таким чином, можна стверджувати, що концептуальна система людини організована та визначена через метафори. Подібну думку поділяють також Дж. Маккормак та Х. Ортега-і-Гассет, які розглядають метафору як інструмент мислення та пізнавального процесу, що об'єднує мозок, розум та культуру [15, с. 87].

Термін «концептуальна метафора» був вперше введений Дж. Лакоффом та М. Джонсом [4]. Вони трактують це як процес сприйняття одного концепту або концептуальної сфери через призму іншого. Дослідження в галузі когнітивної лінгвістики останніх років показують, що всі метафори є концептуальними [10, с. 15].

Як стилістичний засіб метафора виконує образну та функціональну роль у мовленні. Вона використовується для переосмислення знайомих понять під час найменування елементів навколишнього світу. Метафора допомагає заповнювати лексичні прогалини або надає можливість більш глибоко охарактеризувати та зрозуміти відомі об'єкти. Цей феномен притаманний усім

мовам і періодам, він охоплює різні аспекти мови і проявляється у всіх її функціональних варіантах [22].

Основою теорії концептуальної метафори є уявлення про метафору як мовний феномен, що відображає процес пізнання світу. Метафоричні моделі є частиною концептуальної системи людини і слугують певними схемами, через які людина мислить і діє. Відповідно до цієї теорії, концептуальна метафора є способом розуміти одну сферу через іншу, що ґрунтується на взаємодії між структурами знань (фреймами та сценаріями) двох концептуальних доменів: джерела (source domain) та цілі (target domain) [8].

Когнітивний потенціал метафори полягає в тому, що сфера-джерело є основою, на яку проєктуються ознаки та характеристики іншої сфери (сфера-мішень). Метафорична проекція відбувається не тільки між окремими елементами двох структур знань, але й між цілими структурами концептуальних доменів. Гіпотеза інваріантності (Invariance Hypothesis), запропонована вченими, полягає у тому, що під час метафоричної проекції частина структури сфери-джерела зберігається і в сфері-мішені. Ця властивість дозволяє виникнення метафоричних наслідків (entailments), які хоча й не виражені експліцитно, але виводяться в результаті фреймового аналізу [17, с. 51].

Це положення узгоджується з теорією інтеракції, розробленою А. Річардсоном та М. Блеком. Основна суть цієї теорії полягає в тому, що метафора має позначуване, яке може бути виражене іншими засобами (образними). Завдяки уподібненню, метафора відкриває нові несподівані характеристики об'єкта, які залишаються прихованими для прямого спостереження. Головна перевага теорії інтеракції полягає в її динамічному підході до розгляду метафори, а не як механічної суми [1, с. 23].

А. Ченкі виділяє кілька особливостей концептуальної метафори:

1) метафора є «мостом» між знайомим і незнайомим, між очевидним і неочевидним;

2) сфери, що пов'язані метафорою, є асиметричними та нерівними: фізичні події не є абстракціями;

3) метафори можуть бути парадоксальними, оскільки вони одночасно стверджують і заперечують щось;

4) метафори можуть функціонувати на різних рівнях конкретності [7, с. 44].

В. К. Харченко розрізняє різні функції метафор, такі як: номінативна, інформативна, мнемонічна, евристична, пояснювальна, стилетвірна, текстотвірна, жанроутворювальна, кодувальна, конспірувальна, емоційно-оцінна, етична, аутосугестивна, ігрова та ритуальна.

При когнітивному підході метафора розглядається як спосіб мислення, тому когнітивна функція метафори є однією з основних. Метафори відображають аналогові можливості людського мислення, вони вже закладені в інтелектуальній системі людини та є схемами, через які людина здійснює свою мисленнєву та соціальну діяльність. У мовленні засобів масової інформації концептуальна метафора реалізує свій експресивний потенціал, сприяючи пропаганді різних політичних ідей та поглядів. Таке використання метафор відповідає специфіці мови ЗМІ, де основним завданням є вплив на аудиторію та формування поглядів. У мові ЗМІ функціонують різні типи метафор:

- *антропоморфна метафора:* донорною зоною є концептосфера «людина». Різновидами антропоморфної метафори є:
    - соціоморфна метафора: моделює світ за подібністю до різних сфер суспільного життя;
    - мілітарна метафора: зображає дійсність за аналогією до війни [5, с. 66].

Також існують кримінально-правова, релігійно-міфологічна, торгово-економічна, науково-освітня, суспільно-економічного устрою та родинності;

- *природоморфна метафора:* донорною зоною є концептосфера «природа», зокрема тварини та рослини. Природоморфна метафора поділяється на:

  - зооморфну: донорною зоною є концепт «тварина»;
  - фітоморфну: донорною зоною є концепт «рослина»;
  - ландшафтну: моделює дійсність за аналогією до елементів певної місцевості;

- *артефактна метафора:* донорною зоною є концептосфера «предмети». У межах цього різновиду виділяють:

  - архітектурну;
  - метафору механізму [4, с. 53].

Процес метафоризації полягає в порівнянні та зіставленні різних сутностей, що дозволяє виявити спільні характеристики і, в результаті, по-новому побачити вже знайомі об'єкти. Як зазначав Ш. Баллі: «Метафора – це не що інше, як порівняння, в якому розум, під впливом тенденції зближення абстрактного поняття та конкретного предмета, поєднує їх в одному слові» [11, с. 72]. Завдяки метафорі ми можемо виокремити важкодоступні абстрактні поняття, надавши їм більш чітке визначення, а також побачити одні речі замість інших. Ці властивості надають метафорі статус мовного феномену, здатного не тільки відтворювати, але й створювати реальність, виступаючи її словесною формулою [22].

Поштовхом до утворення метафори є потреба людини точніше відтворити в своїй свідомості «абстрактний» концепт, як уже наявний, так і потенційно новий. Більше того, метафора є «основним способом створення нових концептів у мовній картині світу», оскільки процес метафоризації передбачає перетворення концептуальних структур, сформованих на основі досвіду взаємодії людини з навколишнім середовищем [10, с. 72].

М. Романюха вважає, що метафора є важливою складовою майже всіх типів дискурсів, незалежно від їх типології (політичний, медичний, інституційний, педагогічний, постмодерністський, феміністський тощо). Однак в кожному з цих дискурсів сукупність функцій метафори має свої особливості, залежно від характеристик актуального дискурсу [26, с. 220]. У засобах масової інформації різні метафори виконують різні функціональні ролі. Використання журналістами концептуальних метафор допомагає впливати на сприйняття людьми різних явищ і подій, формувати їх світогляд, структурувати мислення, а також сприяти прогнозуванню альтернативних рішень суспільно-політичних проблем.

Використання метафор для характеристики суспільно-політичних подій є важливим інструментом у мовному дискурсі. Оскільки політичні процеси швидко змінюються, метафори допомагають журналістам та публіцистам донести складні політичні реалії до ширшої аудиторії, спрощуючи абстрактні чи складні концепти. Через метафоризацію політиків та політичних подій, медіа створюють певні образи, які формують сприйняття громадськості.

Метафори дозволяють журналістам не тільки зобразити політику як динамічний процес, а й використовувати образи, що резонують з певними соціальними чи культурними уявленнями. Наприклад, політику можуть зображати через мілітарні метафори, які асоціюють політичну боротьбу з війною, або через спортивні метафори, що відображають конкуренцію між політичними лідерами.

Таким чином, метафори стають потужним засобом не лише для осмислення політичних процесів, але й для формування громадської думки та впливу на суспільне сприйняття. Вони дозволяють виділити ключові характеристики, оцінки або ризики, приховані в політичних подіях, а також маніпулювати емоціями та стереотипами, що є важливими для медіа-політичного контексту.

Згідно з поглядами Джорджа Лакоффа та Хосе Ортеги-і-Гассета, ключову роль у політичних метафорах відіграє евристична функція, що дозволяє осмислювати політичну реальність, яка постійно змінюється. Крім того, метафора, зокрема політична, виступає як інструмент для створення нових асоціативних зв'язків, що підкреслюють певні неявні характеристики суб'єкта та усувають інші (за Максом Блеком). Отже, політична метафора виконує інтеракційну функцію, сприяючи формуванню ідеологічних наративів [9, с. 83].

Наковиця Л. Одинецька [16; 17] стверджує, що кожен суспільно-політичний процес у будь-якій країні супроводжується створенням і функціонуванням нових метафор, які зображують політиків і політику в різних образах. Найбільш продуктивним різновидом концептуальних метафор у засобах масової інформації, на її думку, є соціоморфні метафори, де світ відображається як модель соціальних відносин у суспільстві, як людська соціальна діяльність. Одним із найбільш активно метафоризованих об'єктів є загальновідомі прізвища політичних і суспільних діячів. У сучасному медіамовленні, зокрема в контексті відомих політичних подій, спостерігається тенденція до маніпуляції іменем і прізвищем чинного президента. Виявляється експліцитне та імпліцитне використання цього антропоніма з елементами іронії та негативної оцінки, що стосується як самого імені, так і лексем, похідних від нього.

Таким чином, метафора є потужним інструментом у мовному дискурсі, зокрема в медіа, де її використання має значний вплив на формування сприйняття реальності та суспільної думки. Метафори не лише роблять мову яскравішою та емоційно виразнішою, але й виконують важливі функції, зокрема евристичну (допомагаючи зрозуміти складні явища), а також маніпулятивну (впливаючи на свідомість аудиторії).

Один з основних ефектів, до яких призводить використання метафор у ЗМІ, – це створення певної мовної картини світу, яка допомагає потенційній

аудиторії зрозуміти та інтерпретувати складні суспільно-політичні реалії через образи, знайомі з інших контекстів. Водночас метафора може бути використана для маніпуляції свідомістю. Це досягається через асоціації з негативними чи нейтральними образами, які у підсумку створюють певне ставлення до політичних фігур чи подій. Отже, роль метафор у ЗМІ полягає не лише у збагаченні мови, а й у формуванні певної світоглядної позиції, яку можуть підтримувати або оскаржувати медіаповідомлення [21].

1.2. Семантичні розряди політичної метафори

Політична метафора є потужним інструментом у політичному дискурсі, що використовується для формування образів, спрощення складних політичних явищ і стимулювання емоційних реакцій в аудиторії. Метафора як явище мовної творчості здатна впливати на формування суспільних уявлень, оцінок та прийняття політичних рішень. Оскільки метафора є багатозначним і динамічним мовним засобом, важливим є вивчення її семантичних розрядів, що дозволяє точніше визначити функціональні та комунікативні можливості політичної метафори.

Метафора є мовним процесом, що полягає у перенесенні значення з одного поля досвіду на інше. Вона функціонує як когнітивний механізм, за допомогою якого людина перетворює абстрактні або складні явища на більш зрозумілі й доступні для сприйняття. У політичному контексті метафора здатна не лише передавати інформацію, а й маніпулювати емоціями, підсвідомо формувати думки й оцінки, створювати політичні образи [24, с. 22].

Дослідження семантичних розрядів політичних метафор є активною сферою лінгвістичних та когнітивних досліджень, і кілька сучасних науковців зробили вагомий внесок у це питання. Ось кілька науковців та їхні праці, які досліджують семантичні розряди в політичних метафорах:

Серед науковців, які досліджували явище семантичних розрдів в політичних метафорах можна виділити: Дж. Лакофа та М. Джонсона («Metaphors We Live By», 1980), І. Алістера («Political Language and Metaphor: Interpreting and Changing the World», 2008), С. Тьорна та І. Блом («Metaphor and Discourse: New Perspectives», 2008), Вільяма Л. Сміта («Political Metaphor in American Political Discourse», 2011), Крістофера Р. Харта («Discourse, War, and Terrorism: A Critical Discourse Analysis of the War on Terror», 2010) та ін.

Серед українських дослідників, які працюють над питанням семантичних розрядів політичних метафор, можна виділити: О. Мовчан «Метафора в політичному дискурсі», О. Соколова «Політична метафора як когнітивний феномен», І. Кравченко «Політична метафора як когнітивний феномен», Л. Вакуленко «Метафора у політичному тексті: теоретичні засади і практичні аспекти», Ю. Кирилову «Метафори як засіб створення політичної реальності», Т. Романову «Мова політики: метафори у політичних текстах» та ін.

Лакоф та Джонсон першими почали вивчати концептуальні метафори і їх ролі в людському мисленні. Вони розглядали метафори не лише як мовні одиниці, а як важливі елементи структурування нашого досвіду. У контексті політики, вони обговорюють метафори, які допомагають розуміти соціальні та політичні процеси [5, с. 78].

Ів Алістер досліджував роль метафор у політичному дискурсі і, зокрема, формування семантичних розрядів через політичну мову. Він аналізував, як метафори використовуються для створення образів і маніпуляцій у політичному контексті, а також як семантичні розряди можуть бути використані для підтримки певних ідеологічних наративів [25, с. 66].

Книга Стефана Тьорн та Ірени Блом аналізує метафори в різних типах дискурсів, включаючи політичний. Автори досліджують, як семантичні розряди політичних метафор формуються в умовах дискурсивних змін і соціальних

контекстів. Вони підкреслюють важливість когнітивних і соціальних механізмів при формуванні політичних метафор [9, с. 45].

Вільям Л. Сміт у своїй роботі вивчає метафори в американському політичному дискурсі, фокусуючись на тому, як політики формулюють свої послання через метафори. Він розглядає, як семантичні розряди можуть бути розбиті на тематичні групи, які використовуються для маніпулювання громадською думкою [13, с. 125].

Крістофер Харт досліджує використання метафор у зв'язку з війною і тероризмом, аналізуючи, як політичні метафори створюють певні семантичні розряди, що мають вплив на громадську думку та політичні рішення. Він вивчає, як метафори впливають на сприйняття політичних подій [17, с. 29].

Олена Мовчан досліджує роль метафор у політичному дискурсі української мови, зокрема з точки зору когнітивної лінгвістики. Вона аналізує семантичні розряди політичних метафор і їхню функцію у створенні політичних образів, а також у маніпулюванні громадською думкою [8, с. 52].

Олександр Соколов у своїй роботі розглядає механізми функціонування політичних метафор, зокрема в українському контексті, і досліджує, як семантичні розряди формуються через метафоричне представлення політичних явищ та процесів [21, с. 76].

Ірина Кравченко досліджує функції метафор у політичному мовленні України, акцентуючи увагу на семантичних групах та категоріях, що утворюються навколо політичних концептів, таких як «влада», «держава», «війна» тощо [19, с. 23].

Лариса Вакуленко аналізує, як метафори будуються в політичних текстах, і зокрема, як сформовані семантичні розряди допомагають політикам створювати ефективні наративи. Вона також досліджує вплив культурних і соціальних факторів на метафоричні конструкції [28, с. 49].

Юлія Кирилова досліджує використання метафор у політичному дискурсі, зокрема їх вплив на формування суспільної думки та політичних наративів. Вона також розглядає різні семантичні розряди, що використовуються у політичних текстах, зокрема на прикладі українських політичних реалій [18, с. 89].

Тетяна Романова зосереджується на дослідженні метафор у політичних текстах та їхній семантичній організації. Вона аналізує, як політики формують різні концепти через метафори і які семантичні розряди виникають у таких текстах [5, с. 44].

Ці науковці активно досліджують політичні метафори в українському контексті, зокрема з точки зору їх семантики та функцій у створенні політичних образів. Їхні праці дають можливість глибше розуміти механізми впливу політичних метафор на громадську думку та політичну ситуацію.

Згідно з теорією когнітивної лінгвістики, метафора є відображенням структури нашого мислення. Лакоф та Джонсон у своїй праці «Метафори, якими ми живемо» визначають метафору як спосіб структурування досвіду через концептуальні матриці, де поняття з однієї області знань (джерело) переноситься в іншу (ціль). У політиці ці переноси є важливим інструментом для створення політичних образів.

Лінгвістичний аспект політичних метафор пов'язаний із закономірностями побудови мовних одиниць, що створюють і структурують образи. Семантичні розряди політичних метафор виникають через групування схожих метафор, які передають подібні значення та функції. Для цього використовується семантична категоризація, де метафори групуються за спільними тематичними або функціональними ознаками.

Одним із основних принципів є категоризація метафор за їхнім семантичним полем. Наприклад, метафори, що стосуються політичної влади, можуть бути об'єднані в окремий семантичний розряд «влада та контроль». Метафори, пов'язані з економічними процесами, можуть становити розряд

«економіка і ресурси». Кожен із таких розрядів містить певні семантичні компоненти, які виражають конкретні концепти і допомагають відобразити політичні процеси через перенесення значень із інших областей досвіду [20, с. 129].

Дослідження лінгвістичних аспектів політичної метафори, зокрема, розглядає метафори як лексико-семантичні одиниці, що утворюють цілу систему, що надає можливість для маніпулювання політичними уявленнями. Важливою характеристикою є варіативність використання метафор у різних контекстах, що дозволяє політикам адаптувати свою риторику в залежності від змін політичної ситуації.

Політичні метафори тісно пов'язані з культурними та соціальними уявленнями, оскільки вони не можуть існувати поза культурним контекстом. Тож семантичні розряди політичних метафор часто формуються на основі соціальних стереотипів, історичних уявлень і культурних традицій. Наприклад, метафори, що пов'язують політику з природними явищами (буря, землетрус), можуть мати глибоке коріння в народних традиціях і культурних образах, що існують в суспільстві.

Політичні метафори також можуть відображати соціально-політичні структури та ідеології. Вони можуть бути засобом підтримки певних ідеологічних наративів або виклику соціальних рухів, що, в свою чергу, впливає на їхню семантичну структуру. Тому важливо враховувати соціокультурні аспекти при аналізі семантичних розрядів політичних метафор, оскільки різні культурні групи можуть інтерпретувати однакові метафори по-різному.

Політичні метафори можна класифікувати за різними критеріями, залежно від того, яку роль вони відіграють у формуванні політичних повідомлень [11, с. 29]. Одним із підходів є виокремлення семантичних розрядів, до яких можна віднести:

- *метафори влади та контролю:* цей розряд використовується для зображення процесів контролю, підпорядкування, боротьби за домінування та авторитету. Метафори влади зазвичай описують політичні процеси через військові, шахові, бійцівські образи (наприклад, «захоплення влади», «сила аргументів», «політичний удар» тощо);

- *метафори подорожі та шляху:* цей тип метафор базується на уявленнях про політичний процес як про рух, подорож, шлях до мети. Політики часто використовують метафору «шляху» для опису прогресу або регресу в країні («ми на правильному шляху», «ціль на горизонті»);

- *метафори природних явищ:* політичні явища часто порівнюються з природними процесами, такими як стихії, ріки, гори, землетруси, що створюють асоціації з природною силою або непередбачуваністю політичних подій («буря протестів», «переломний момент», «підняти хвилю»);

- *метафори війни та конфлікту:* війна є одним із найбільш поширених концептів у політичній метафоричній системі. Тут політика розглядається як поле битви, де відбувається боротьба за вплив, ресурси або підтримку громадськості. Політичні дебати описуються як «битви», а вибори як «битва за голоси» чи «війна за підтримку»;

- *метафори економіки та бізнесу:* цей тип метафор відображає політику через економічні або бізнес-процеси. Політичні рішення можуть бути представлені як «інвестиції в майбутнє», «економічна стабільність», а політичні лідери – як «керівники компаній» або «менеджери держави»;

- *метафори соціальних відносин:* вони орієнтуються на аналіз політики через соціальні взаємодії та стосунки між різними групами в суспільстві. Метафори «сім'ї», «спільноти», «братства» часто використовуються для ідеалізації або демонізації певних соціальних структур [29; 30].

Однак політична метафора не лише передає інформацію, вона також виконує низку функцій у політичному дискурсі:

- когнітивну: метафори допомагають пояснити складні політичні процеси, полегшуючи розуміння складних тем і ідей;

- емоційну: за допомогою метафор політики можуть викликати у аудиторії певні емоції: страх, надію, гнів або захоплення;

- маніпулятивну: метафори можуть використовуватись для прихованої маніпуляції думками та переконаннями аудиторії. Вони дозволяють контролювати сприйняття подій або політичних осіб;

- ідеологічну: метафори стають частиною політичної пропаганди, допомагаючи формувати або підтримувати певну ідеологічну позицію [16, с. 56-57].

Таким чином, семантичні розряди політичної метафори є важливим інструментом у створенні політичного дискурсу. Вони допомагають спростити складні соціальні та політичні питання, залучають емоційну складову аудиторії та мають значний маніпулятивний потенціал. Розуміння семантичних розрядів політичної метафори дозволяє краще аналізувати політичні стратегії, підвищує рівень політичної грамотності громадян та дає змогу відстежувати зміни в політичних процесах через зміну метафоричних образів.

1.3. Метафорічність у політичному дискурсі

Метафора як стилістичний прийом відіграє ключову роль у політичному дискурсі, зокрема в промовах політичних лідерів, спрямованих до громадськості та міжнародних організацій. Вона може значною мірою впливати на сприйняття складних або навіть трагічних ситуацій, допомагаючи прийняти рішення, сформувати певні образи тощо. Використання метафори в офіційних, інколи дуже формальних текстах, дозволяє яскравіше уявити реалії життя, краще зрозуміти суть подій, а також переосмислити їх. Метафора може також вводити в текст терміни, що не належать до політичної тематики, щоб через їх зіставлення пояснити певні явища, що робить цей засіб комунікації потужним інструментом впливу [30, с. 92].

Метафора завжди була об’єктом досліджень як українських, так і міжнародних вчених, зокрема В. Бутом, В. Вовком, О. Воробйовою, А. Гоутлі, С. Єрмоленко, Ю. Карауловим, А. Тараненком, Н. Фейрклоу та ін. Політичну метафору як важливий інструмент впливу на слухачів досліджували такі фахівці, як Х. Дацишин, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Дж. Чартеріс-Блек тощо. Також інтерес до метафоричного потенціалу політичних виступів проявляли лінгвісти О. Тищенко, А. Худолій, В. Чернявська. Вивчення перекладу політичної метафори стало предметом дослідження Т. Новікової, І. Самаріної, Я. Тікан та ін.

Дослідники стверджують, що основою метафори є лінгво-креативна асоціація, яка має двосторонню спрямованість: як на оточуючий світ, так і на ресурси мови. В. Чабаненко зазначає, що звичайне порівняння не завжди задовольняє мовця (автора), тому він звертається до метафори. Кожна метафора, як експресивний мовний засіб, є складною конструкцією, що базується на асоціаціях за аналогією та різноманітних конотативних значеннях. Створення

метафор – це не лише пошук образності, але й встановлення подібностей між реальними предметами та явищами [33, с. 58].

Г. Стейн виокремлює вісім напрямків дослідження метафори:

- мовна метафора в граматичній системі мови;
- мовна метафора в тексті;
- концептуальна метафора в граматичній системі мови;
- концептуальна метафора в тексті;
- мовна метафора як результат мовної поведінки, що включає збереження, здобуття чи втрату стійкого значення;
- психологічний аспект мовної метафори у процесі відтворення та сприйняття мови, досвід індивіда у конкретній мовній ситуації;
- концептуальна метафора в процесі та як результат мовної поведінки;
- психологічний аспект концептуальної метафори у процесі відтворення та сприйняття мови, що відображає досвід індивіда у конкретній мовній ситуації [20, с. 153].

Перетин різних напрямків дослідження метафори призводить до формування тривимірної моделі цього лінгвістичного явища. Комплексне дослідження метафори охоплює лінгвістичний, концептуальний та комунікативний аспекти. Лінгвістичний підхід поділяє метафору на пряму та непряму. Пряма метафора вирізняється тим, що концептуальне джерело в тексті подається безпосередньо, при цьому прямі концептуальні структури інтегруються, але зберігають свою автономність.

Ключовим етапом у розумінні метафори як когнітивного феномену стала теорія, яку сформулювали Джордж Лакофф і Марк Джонсон у своїй праці «Метафори, якими ми живемо». Вони стверджують, що між мовою, метафорами та мисленням існує тісний зв’язок, і ми думаємо метафорами. Підтримуючи цю ідею, Дж. Чартеріс-Блек зазначає, що метафора активізує несвідомі емоційні

асоціації через мову, впливаючи на наші цінності та переконання, перенісши позитивні або негативні асоціації в метафоричну сферу. Він додає, що метафорична мова є більш переконливою, оскільки вона впливає не тільки на інтелект, але й на емоції слухача [4, с. 78].

Ідея про метафоричність людського мислення була розроблена значно раніше, і робота Дж. Лакоффа і М. Джонсона стала лише етапом втілення цих теоретичних пошуків.

Робота М. Осборна і Д. Енінгера під назвою «Метафора в публічній промові» сприяла визнанню метафори як особливої категорії мислення. У подальших дослідженнях М. Осборн зосередився на архетипних метафорах у риторичній політичній лінгвістиці. Оцінюючи взаємини політика з електоратом, він дійшов висновку, що в кожній політичній промові присутні архетипні метафори, при цьому час, культура та географічний контекст не мають суттєвого значення в цих випадках [1, с. 68].

Наступна праця Дж. Лакоффа «Метафора і війна: система метафор для виправдання війни у Затоці» стала важливим етапом розвитку досліджень політичної метафори. Лакофф стверджує, що метафори не лише присутні в мові, а й пронизують наше мислення та дії. Він також відзначає існування неусвідомленої системи метафор, через яку ми сприймаємо політичну реальність. Метафора стає потужним інструментом для конструювання реальності та впливу на політичні події: «Не існує способу уникнути метафоризації мислення, особливо у складних випадках – таких, як проблеми політики» [23, с. 91], – пише Дж. Лакофф.

Українська дослідниця Г. Шиманович підкреслює важливу номінативну роль метафори в когнітивному процесі: «У сучасній лінгвістиці метафора сприймається, передусім, як когнітивний феномен, потужний інструмент мислення, основний засіб пізнання та концептуалізації дійсності» [14, с. 48]. За її думкою, метафора є не стільки мовним явищем, скільки смислоутворюючим,

концептуальним елементом. Вона відіграє важливу роль у пізнанні дійсності, в ідентифікації нових об'єктів, створенні художніх образів і формуванні нових значень. Метафора базується на фонових знаннях людини про навколишній світ і на попередньо засвоєних концептуальних та категоріальних знаннях.

Процес створення мовної метафори ґрунтується на здатності людини встановлювати асоціативні зв'язки між предметами реального світу та поняттями, які їх описують. Метафоризація може виникати на основі різноманітних ознак об'єктів, таких як колір, форма, об’єм, призначення, розташування у просторі і часі тощо. Функціональні можливості метафори надзвичайно широкі.

С.Ю. Гуцол виокремлює такі основні функції метафори:

- Номінативну – метафора надає індивідуальні назви, що дозволяє уникнути абстрактності та конкретизувати об'єкти або явища.

- Експресивну – метафора апелює до уяви слухача чи читача, сприяючи емоційному сприйняттю та глибшому залученню до повідомлення.

- Сугестивну – метафора має здатність впливати на інтуїцію адресата, формуючи підсвідомі асоціації та посилюючи ефект переконливості.

- Когнітивну – метафора визначає спосіб мислення про світ, допомагаючи створювати уявлення про конкретні об’єкти чи категорії, а також спрощує складні концепти [32, с. 73-74].

Ці функції особливо важливі в політичних зверненнях, де метафора стає потужним інструментом впливу на громадську думку, формуючи сприйняття політичних реалій та стимулюючи певні емоційні реакції. Розглянемо детальніше, як саме метафора виконує ці функції в політичних контекстах.

Метафоричність у політичному дискурсі – це важливий елемент мови, який використовують політики для того, щоб донести свої ідеї до широкої аудиторії. Метафори дозволяють виражати складні та абстрактні концепти за допомогою знайомих образів, що робить політичні повідомлення більш

доступними та зрозумілими. У політичному контексті метафори можуть виконувати різні функції: маніпулювати емоціями, спрощувати складні питання, створювати певні наративи та впливати на суспільну думку.

Метафори в політичному дискурсі можуть бути різних типів. Наприклад, концептуальні метафори допомагають виразити абстрактні ідеї через більш конкретні поняття, як у метафорі «політика як війна», де політичні процеси зображуються як боротьба за владу. Емоційні метафори часто використовуються для маніпулювання емоціями громадськості, наприклад, «серце нації» або «вогонь на полі бою». Також є метафори, що стосуються стану країни, наприклад, «держава на краю прірви», що вказує на кризову ситуацію, або «політика як подорож», де вибори порівнюються з новими можливостями [30, с. 149].

Метафори виконують важливі функції в політичному дискурсі. Вони допомагають політикам спростити складні ідеї, зробити їх зрозумілими для більшості людей і одночасно створюють емоційний зв'язок із виборцями. Це важливо в процесі політичних кампаній, де кожне слово та образ можуть вплинути на настрій і думки громадськості. Метафори також дозволяють формувати певний наратив або образ для того, щоб переконати аудиторію у правильності своїх переконань чи планів.

У політичному дискурсі метафори часто використовуються як інструмент риторики. Вони дозволяють створити образи, які привертають увагу та легко запам'ятовуються. Це можуть бути метафори «міст до майбутнього» для позначення реформ або «політична арена», яка підкреслює конкурентний аспект політики. Метафори також дають змогу сформулювати ситуацію таким чином, щоб аудиторія сприймала її в позитивному чи негативному світлі, в залежності від контексту [2, с. 90].

Однак метафори в політичному дискурсі можуть бути не лише інструментом для досягнення позитивного ефекту. Вони також можуть

маніпулювати суспільною думкою, спрощуючи складні питання або навіть перекручуючи реальність. Використання метафор може допомогти політикам приховати негативні аспекти ситуації або створити не зовсім об'єктивний образ певної події чи явища.

Відзначимо, що метафори можуть варіюватися залежно від культурних і політичних особливостей кожної країни. У певних країнах одні метафори можуть мати глибоке культурне значення, тоді як в інших вони можуть бути не зовсім зрозумілими. Тому вивчення метафор у політичному дискурсі вимагає уваги до контексту та специфіки національних і культурних особливостей.

Загалом, метафори у політичному дискурсі – це потужний інструмент, який допомагає створювати образи, маніпулювати емоціями та думками громадськості, а також спрощувати складні політичні питання. Водночас важливо критично ставитися до метафор, адже вони можуть служити і як інструмент маніпуляцій, якщо використовуються для приховування або спотворення важливих аспектів реальності.

Висновки до розділу 1

Отже, політична метафора є важливим інструментом мовної комунікації, що дозволяє не лише передавати складні політичні ідеї в доступній формі, а й впливати на сприйняття політичних подій та процесів. Метафори використовуються для створення образів, які сприяють кращому розумінню абстрактних політичних концептів, полегшують їх сприйняття та роблять їх більш конкретними для широкої аудиторії. Оскільки метафори здатні активізувати різні когнітивні схеми, вони активно використовуються для формування політичних образів, що впливають на громадську думку.

Крім того, політична метафора часто має маніпулятивний характер, що дозволяє політикам та медіа активно впливати на емоційний стан аудиторії та

формувати у неї певні оцінки політичних подій і осіб. Через метафори, що сприймаються як узагальнені або емоційно забарвлені образи (наприклад, «війна за владу», «лікування держави»), можна керувати громадськими настроями, підвищуючи рівень політичної мобілізації або навпаки – створюючи образи небезпеки або кризовості. Метафора таким чином стає інструментом як когнітивного, так і емоційного впливу на аудиторію.

Таким чином, політичні метафори відіграють ключову роль у мовній комунікації, допомагаючи не лише пояснювати складні явища, але й здійснювати вплив на політичні настрої і оцінки. Вони активно використовуються для досягнення політичних цілей, як у сфері масових медіа, так і в риториці політиків, і є невід'ємною частиною сучасного політичного дискурсу.

РОЗДІЛ 2
МОВНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ У ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

2.1. Експресівні тропи публіцистичних текстів (метафора)

У сучасному новинному дискурсі спостерігається виражена тенденція до підвищеної емоційності, оціночності, експресивності та постійного пошуку нових способів їх передачі. Журналісти, прагнучи реалізувати свої задуми, намагаються привернути увагу читачів до окремих фактів, явищ чи проблем, створюючи необхідну атмосферу сприйняття та зацікавленості. Вони балансують між логічним викладом і емоційною складовою, подають чіткі оцінки та закладають їх у свідомість аудиторії, формуючи певне ставлення до піднятої теми та стимулюючи аудиторію до конкретних дій.

Публіцистичні тексти, орієнтовані на реальний світ, характеризуються прагматичністю, актуальністю, відповідальністю та надійністю. Це унікальний тип соціального дискурсу, який спрямований на передачу інформації від автора до читача, виходячи за межі тексту, з метою об’єктивного та достовірного відображення позалінгвістичних подій [8]. Характерна образність, естетичність і специфічність у відображенні реальної дійсності роблять публіцистичні тексти цінним матеріалом для досліджень і об’єктом ретельного аналізу.

Експресивність публіцистичних текстів польських ЗМІ досягається завдяки застосуванню різноманітних тропеїчних засобів польської мови. Ці структури, які є зображальними засобами, традиційно досліджуються переважно в контексті художнього дискурсу. Саме в художніх текстах розкривається найбільша різноманітність тропів та їх модифікацій, що виконують текстотворчу функцію, зумовлену естетичним характером побудови думки [16, с. 84].

У сучасних польських медіа експресивні тропи виступають як інструменти для створення образності, підсилення аргументів автора та впливу на громадську думку. У польському медіадискурсі експресивні тропи найчастіше зустрічаються у вигляді метафор, метонімії, гіпербол, епітетів та іронії, які:

- створюють емоційний зв'язок із читачем, формуючи довіру до позиції автора;

- передають ставлення автора до явищ, висвітлюючи їх із певної точки зору;

- завдяки образності роблять текст зрозумілішим і більш привабливим для аудиторії;

- використовуються для прихованого впливу на думку читачів, підсилюючи емоційний контекст [19; 20].

Аналіз публіцистичних текстів сучасних польських медіа демонструє різноманітність стилістичних засобів. Особливо помітним є використання тропів у політичних і соціальних публікаціях. Наприклад, у політичній публіцистиці дуже помітними є ***метафори***, що відображають конфлікти чи динамічні зміни в політичному середовищі. Наприклад, ***«Polska jako tonący statek»*** *(українською – «Польща як корабель, що тоне»)* – метафора, що зображає країну як корабель, який перебуває на межі катастрофи. Таке уявлення часто використовується в контексті економічних чи політичних криз. Цей образ було зафіксовано в публікаціях на сайтах *Newsweek Polska* (24 вересня 2024) та *Wpolityce.pl* (18 жовтня 2024) у контексті критики уряду через нестабільну економічну політику.

Або: «Polityczna arena» (політична арена) – метафора, що порівнює політичну сцену з гладіаторськими боями, де головними героями є політичні лідери. Це підкреслює агресивний характер дебатів та боротьбу за владу. Такі образи часто з'являються в аналітичних статтях на порталі *Gazeta Wyborcza* під час виборчих кампаній (публікації за 29 вересня, 4 жовтня та 12 жовтня 2023 року).

Чи приклад: ***«Choroba system»*** (Хвора система) – у політичному дискурсі часто використовується метафора «хвороба» для опису корупції або системних проблем в уряді. Наприклад, вирази на кшталт «państwo zarażone korupcją» (держава, інфікована корупцією) використовуються для критики інституцій у статтях *Rzeczpospolita* (8 та 13 серпня 2024).

Тобто, ці метафори показують, як журналісти використовують художні засоби для створення яскравих образів, що привертають увагу аудиторії та впливають на їх сприйняття політичних подій.

Як бачимо, формування метафор супроводжується появою комплексу емоційних і оцінних нашарувань у структурі лексичного значення, які тісно пов’язані зі сприйняттям явищ чи ситуацій, що описуються. Метафора не лише розкриває певний аспект об’єкта чи явища, але й відображає його в аксіологічному ракурсі [25, с. 119].

Тобто метафора виникає як результат «усвідомленої помилки в таксономії об’єктів», а її дія базується на категоріальному зсуві [7]. У процесі створення метафори завжди присутній елемент, який не відповідає змісту решти висловлювання. Через це метафора, інтерпретована буквально, може сприйматися як «нелогічний вислів» (пол. wypowiedź nonsensowna) [11, с. 28].

У сучасних польських ЗМІ часто використовуються метафори, що звертаються до різних концептуальних сфер, таких як: гра, театр, війна, спорт, хвороба, кухня, навчання, транспортний засіб, торгівля, природа, магія та цирк. Наведемо приклади кількох найпопулярніших у Польщі видань, де такі метафори активно використовуються:

- «Gazeta Wyborcza» у своїх політичних статтях часто використовує метафори театру та війни. Наприклад: «teatr polityczny» (укр. «політичний театр») або «wojna na słowa» (укр. «словесна війна») часто з'являються в заголовках і текстах, аналізуючи конфлікти між партіями;

- **«Rzeczpospolita»** широко використовує метафори хвороби й торгівлі, наприклад, «choroba systemu» (укр. «захворювання системи») для опису політичних чи економічних криз і «rynek w ogniu» (укр. «ринок у вогні») – для нестабільності фінансового ринку;

- **«Newsweek Polska»** – цей журнал здебільшого використовує метафори гри, спорту та навчання. Вирази типу «gra o władzę» (укр. «гра на виживання») або «nauka na błędach» (укр. «вчимося на помилках») часто зустрічаються в аналітичних статтях, які обговорюють політичні стратегії чи суспільні тенденції;

- **«Wpolityce.pl»** – онлайн-видання, що часто послуговується метафорами транспортних засобів та природи для опису соціальних чи політичних рухів, наприклад, «rozpędzona machina zmian» (укр. «прискорений механізм змін») або «burza w szklance wody» (укр. «буря у склянці води»);

- **«Polityka»** – видання, відоме критичними аналітичними матеріалами, звертається до метафор магії та цирку для критики політиків, їхніх рішень чи суспільних явищ. Наприклад, часто вживаними у виданні є метафори «magia obietnic» (укр. «магія обіцянок») або «cyrk polityczny» (укр. «політичний цирк»).

Далі для глибшого аналізу вважаємо за доцільне дослідити, як метафори у публіцистичних текстах польських ЗМІ відображають певні соціальні, політичні та економічні реалії, які концептуальні моделі вони відтворюють і яким чином вони впливають на формування громадської думки в польському суспільстві.

Розпочнемо з метафор на позначення війни. Вони є важливим «інструментом» для польських ЗМІ, оскільки дозволяють ефективно передавати складні соціально-політичні ситуації через емоційно заряджені образи. Враховуючи історичний досвід Польщі, **метафори війни**, як-от «wojna ideologiczna» (ідеологічна війна) чи «front polityczny» (політичний фронт), активно використовуються для опису політичних конфліктів, виборчих змагань і боротьби за вплив. Окрім того, через повномасштабне вторгнення рф в Україну метафора війни стала особливо актуальною для підкреслення зовнішньої

політики Польщі, її підтримки України та протистояння росії, де образи типу «front wschodni» (східний фронт) допомагають пояснити складні міжнародні процеси. Вона також застосовується для опису економічних та соціальних криз, що додає драматизму та стимулює емоційну реакцію громадськості.

Метафора війни активізує сферу протистоянь, воєнних конфліктів і суперечок, використовуючи її для експресивного позначення ситуацій у газетах і журналах, де основою є конфлікт поглядів та інтересів. У процесі створення метафори війни часто застосовуються терміни, що стосуються збройних протистоянь, такі як: *війна, бій, баталія*, які вказують на параметри ситуації (тривалість, ступінь загострення проблеми). Зокрема, лексема «війна» вживається для позначення «гострого зіткнення сторін з протилежними інтересами та поглядами» [13, с. 98].

Наприклад: заголовок «**Wojny na onkologii»** (Онкологічні війни): *Po jednej stronie frontu trzy sale chorych, po drugiej cztery. Dyżurka pielęgniarek to ziemia niczyja. Kolejne bitwy obserwują przerażeni rodzice chorych na raka* [GW 2012, nr 9, s. 12]. Метафора війни в цьому контексті описує сукупність тривалих конфліктних подій, де існують дві протилежні сили, які змагаються в конкретній сфері суспільного життя. У цьому прикладі онкологія зображена як медична галузь, в якій триває боротьба за пацієнтів. Метафора утворюється через використання воєнної лексики, зокрема виразів *dwie strony frontu*, *ziemia niczyja*, *bitwy (два боки фронту, нічийна земля, бої)*. Лексема «бій» означає «інтенсивне та вичерпне збройне протистояння», тому метафора бою вказує на одиничну, конкретну ситуацію.

Або ще приклад: заголовок «**Bój gazowy»** (Газова битва): *Polacy skapitulowali w negocjacjach w sprawie importu gazu z Rosji i podpisali niekorzystny dla siebie aneks umowy* [GW 2001, nr 2, s. 1]. Лексема «баталія» у воєнній лексиці позначає «багатоетапну битву, яка стає вирішальною у процесі війни» та в переносному значенні – «інтенсивні дії, спрямовані на досягнення визначених

цілей» [27]. Тому баталія, як метафоротвірний елемент, створює переносне значення «інтенсивні дії, що стають вирішальними для досягнення цілей». Наприклад, метафора *Batalia o sędziów* вживається у заголовку статті про вибори судді Верховного Суду США. Кандидатів на цю посаду пропонує президент США, однак вибір має зробити парламент. У парламенті відбувається конфлікт між партією республіканців та консервативними силами, кожна з яких прагне затвердити свого кандидата: *Nie zdążył jeszcze pył bitewny po kampanii prezydenckiej, a na amerykańskiej scenie politycznej zyskuje się kolejna, również zacięta batalia […] James Dobson, jeden z najbardziej wpływowych przywódców prawicy w USA zapowiedział, że wyda wojnę demokratycznym kongresmanom, którzy będą próbowali blokować nominację. – Następną bitwą, która nas czeka, będzie nominacja następcy Rehnquista* [Rz 2005, nr 4, s. 6].

Як видно з контексту, баталією називаються вибори судді, які матимуть вирішальне значення для здобуття впливової позиції політичних сил у країні. Схожою є метафора у наступному фрагменті: *Po miażdżącym zwycięstwie Mitta Romneza w New Hampshire Republikanie szykują się do trzeciej, może już ostatniej batalii w wojnie o nominację partii na wybory prezydenckie* [GW 2012, nr 9, s. 8]. У цьому випадку визначення партії для участі у виборах також є «баталією» у війні.

Метафора війни активно використовувалася в польських ЗМІ в період пандемії COVID-19, де вона мала не лише мовний, а й культурний вимір. Відповідно до аналізу, проведеного на базі польських медіа, у часи пандемії з'явились численні вирази, що відображають войовничу метафорику: «atak», «broń», «wróg», «pierwsza linia frontu» (атакувати, зброя, ворог, перша лінія фронту), що підкреслювали серйозність і екстреність ситуації. Таке використання воєнної метафори не є новим у медіадискурсі. У контексті різних епідемій, як поширення вірусу Ебола, вона теж часто використовувалася різними медіа. У цьому випадку хворобу часто порівнюють з ворожим нападом,

де медики виступають як «герої на передовій», які намагаються захистити населення.

В умовах пандемії воєнна метафора допомогла створити сильний образ боротьби, мобілізуючи суспільство і підкреслюючи значення медичних працівників. Водночас, вона забезпечила драматичний контекст для висвітлення кризових ситуацій і реакцій влади, що в свою чергу допомагало зміцнити емоційну відповідь громадян.

Метафори, пов'язані з військовою зброєю, активно використовується для зображення економічних та політичних ситуацій, надаючи їм експресивного забарвлення. Метафора «Pistolet gazowy przy skroni» (Газовий пістолет біля скроні), описує високі ціни на природний газ, які Польща змушена була платити російському «Газпрому». Використання образу пістолета, спрямованого на скроню, викликає асоціації з загрозою для життя та відсутністю вибору, як у ситуації, коли людина погоджується виконати вимогу під прицілом пістолета.

Або ще приклад: «Największą bronią Kremla – tak jak każdego totalitarnego reżimu – jest strach» [Onet, 2024, nr 3, s. 5] (Найбільша зброя Кремля, як і будь-якого тоталітарного режиму, – це страх) – у цьому реченні, «największą bronią» (найбільша зброя) використовується метафора для позначення впливу страху як потужного інструменту маніпуляції та контролю, що застосовує росія в контексті агресії проти України. Тут страх не є фізичною зброєю, але має таку ж потужну, руйнівну дію, як і реальна зброя. Метафора акцентує увагу на психологічному аспекті війни та на важливості єдності і солідарності як відповіді на цей психологічний тиск. Вона відображає стратегію Кремля, спрямовану на підкорення сусідніх держав через створення атмосфери страху, а не тільки через військову силу.

Тепер розглянемо **метафори хвороби**. У сучасних публіцистичних текстах польських ЗМІ вони часто використовуються для опису соціальних, політичних та економічних проблем, що допомагає підкреслити їхній масштаб

або серйозність. Хвороба в таких контекстах часто метафоризує кризу в суспільстві або державі, наприклад, через терміни як «хвороба демократії», «заражена корупцією влада» чи «епідемія популізму». Ці метафори допомагають створити яскраві образи, що роблять проблеми більш зрозумілими та емоційно зарядженими для читача, водночас вказуючи на необхідність лікування або кардинальних змін. Вони також часто використовуються для закликів до соціальних або політичних реформ, підкреслюючи, що без вжиття термінових заходів ситуація може погіршитися.

Метафори, що використовують лексеми-назви хвороб та медичних методів лікування, стають потужними засобами для вираження емоційного та концептуального напруження в текстах. Вони не лише передають інформацію, але й акцентують увагу на певних аспектах ситуацій. Наприклад, у метафорі «*Deklaracja berlińska to przykład intelektualnej amnezji»* («Берлінська декларація – це приклад інтелектуальної амнезії»), амнезія – втрата пам'яті, переноситься на ситуацію з підписанням Берлінської декларації. Автор статті таким чином підкреслює, що декларація відходить від основних політичних та економічних принципів Європейського Союзу, занурюючись у гуманістичні ідеї, які є відходом від початкових цілей створення об'єднання. Таким чином, використання метафори амнезії вказує на забуття або ігнорування первинних ідеалів Євросоюзу, що трактуються як «втрата пам'яті» щодо засадничих принципів об'єднання.

Або: *«Choroba psychiczna jako wojna»* (Психічна хвороба як війна). У цій метафорі психічні захворювання описуються через призму війни, де особа «бореться» з хворобою. Фрази на кшталт «walczyć z depresją» (боротися з депресією) або «toczy walkę z lękiem» (вести боротьбу з тривогою) підкреслюють уявлення про хворобу, як ворога. Ця метафора може мати як позитивні, так і негативні наслідки: вона мотивує людей до активної боротьби з

проблемою, але також може створити відчуття провини, якщо не вдається «перемогти» хворобу.

Інша фраза *«Choroba psychiczna jako infekcja»* (Психічна хвороба як інфекція) порівнює психічні захворювання з інфекцією, де «розповсюдження» хвороби або «зараження» інших негативними емоціями є нормою. Така метафора припускає, що психічні захворювання є зовнішніми силами, що вторгаються в людину і завдають шкоди. Вона поглиблює стигматизацію та ізоляцію, створюючи уявлення про психічні розлади як про щось ненормальне, чого треба остерігатися.

Наступна метафора хвороби акцентує увагу на різноманітних проблемах у різних сферах життя суспільства, включаючи політику, фінанси та правоохоронні органи. Однією з основних функцій такої метафори є виконання імпресивної ролі – передача оцінки ситуації та формування відповідного ставлення у сприймача. Як, наприклад, у виразі *«AIDS polityki» (Політика в сфері СНІДу)*. У цьому контексті СНІД, як вірусне захворювання, яке неможливо вилікувати, символізує серйозну загрозу для людського життя. У метафоричному значенні СНІД ототожнюється з «небезпекою» або «загрозою». Такий заголовок попереджає читача про небезпеку, яка нависла над політичним життям, однак точніше роз'яснення цієї загрози можна отримати, звернувшись до ширшого контексту: *«W XXI wieku największym zagrożeniem dla bezpieczeństwa świata będą państwa upadłe. W przeszłości najbardziej przerażające były agresywne imperia, takie jak nazistowskie Niemcy czy Związek Radziecki. Teraz, w XXI wieku, cywilizowany świat boi się krajów, które istnieją tylko na mapach, ponieważ ich struktury społeczne, gospodarcze i polityczne zostały zniszczone. Są to tak zwane „państwa dysfunkcyjne", które stanowią największe wyzwanie dla globalnego bezpieczeństwa» (У XXI столітті найбільшу загрозу для безпеки світу становитимуть держави, що впали. У минулому найбільше лякали агресивні імперії, як нацистська Німеччина чи Радянський Союз. Тепер, у XXI столітті,*

цивілізований світ боїться країн, які існують лише на картах, оскільки їхні соціальні, економічні та політичні структури зруйновані. Це так звані «нефункціональні держави», які є найбільшим викликом для світової безпеки). Таким чином, метафора «AIDS polityki» відображає проблему країн, які, попри свою колишню важливість на світовій арені, були зруйновані через історичні процеси.

Метафора грипу часто використовується для опису економічних явищ. Наприклад, заголовок: «*Banki odporne na grypę»* (Банки, стійкі до грипу): *«Choć strefa euro pogrążona jest w kryzysie, nasz system bankowy trzyma się dzielnie (...). Polski system bankowy nie uległ «europejskiej grypie» i pomimo faktu, że 65% aktywów sektora należy do banków zagranicznych, okazał się - przynajmniej na razie - odporny na grypę»* [W 2012, nr 6, s. 63]. Порівняння кризи з грипом виправдане через те, що грип є інфекційним захворюванням, яке може вразити будь-яку людину. Так само і фінансова криза може «заражати» банки. Однак польська банківська система в даному випадку порівнюється зі здоровою людиною, яка має міцний імунітет і тому не зазнала впливу хвороби, як і криза не торкнулася банків. Ключовими тут є поняття *«стійкість»* і *«надійність фінансової стабільності»*.

Метафора хвороби гангрени використовувалася польськими ЗМІ для опису злочинності в місті Люблін: «*Gangrena w Lublinie»* [W 2003, nr 25, s. 32] (Гангрена в Любліні). Тут злочинність порівнюється з хворобою, яка повільно руйнує організм (суспільство), що є єдиною функціональною структурою. Метафора гангрени вказує на процес «повільного відмирання» частини суспільства через злочинність, що поступово знищує його. Інший приклад – метафора онкозахворювання, використана в контексті: «*Wycieliśmy raka, jakim były WSI»* [DRz 2014, nr 5, s. 25] (Ми знищили рак, яким був WSI). У цій метафорі хвороба раку символізує злоякісну пухлину, яка, розвиваючись, призводить до серйозних наслідків, а в даному випадку – до ліквідації

Військової інформаційної служби (WSI). Метафора підкреслює, що діяльність цього органу безпеки була сприйнята як серйозна загроза для стабільності військово-політичного життя країни, що й спричинило його ліквідацію.

Досить популярними у публіцистичних текстах польських ЗМІ є **метафора гри**. Вона часто використовується для зображення політичних, економічних або соціальних процесів, підкреслюючи елемент змагання, стратегічних ходів та ризику. Політики часто представлені як «гравці», а вибори або реформи – як «ігри», у яких визначаються правила, ставки та наслідки. Такі метафори допомагають зобразити політичні події як динамічний процес, де важливе вміння правильно приймати рішення та прогнозувати ходи опонентів. Вони також можуть служити для підкреслення невизначеності або «гри на межі», де кожен крок може призвести до великої перемоги чи поразки. Метафора гри у такий спосіб часто вносить елемент драматизму та конкурентної напруги в журналістські роздуми.

Наприклад, частим явищем у цьому контексті є використання дієслів для створення динамічних метафор, наприклад, у висловлюванні: *«Czy SLD rozbroi minę budżetową za pomocą młotka?»* [W 2003, nr 35, s. 36] (Чи знешкодить СЛД бюджетну міну за допомогою молотка?), де метафора «rozbroić minę» (знешкодити міну) означає «унікнути фінансових проблем», що відображає можливість або неможливість вирішення ситуації з бюджетним дефіцитом. Метафора тут вказує на два варіанти розвитку подій: успішне вирішення або вибухову, катастрофічну ситуацію.

Або наприклад, метафора: *«Gilotyna budżetowa»* [W 2023, nr 22, s. 8] (бюджетна «гільйотина»). Тут використовується образ гільйотини, яка історично асоціюється з покаранням через відрубання голови. У метафоричному контексті цей образ набуває значення «зменшення бюджетних видатків», що підкреслює жорсткість та необхідність таких заходів. В одному з контекстів статті зазначено: *«Wydatki budżetowe będą musiały być obcięte o jedną czwartą. Nie da się*

także uniknąć obniżenia płac i świadczeń społecznych» [W 2023, nr 22, s. 12] (Бюджетні видатки доведеться скоротити на чверть. Урізання зарплат і соціальних виплат також неминучі).

Тобто, кваліфікуючи конкретну поведінку як гру, автор створює певний образ ситуації, в якому читач має сприймати подію. Так, важлива подія на рівні держави або міжнародної спільноти може бути представлена через метафору гри, що позначає її як розвагу, несуттєву чи непродуктивну діяльність. Це виглядає як ситуація з фіктивним характером, що, ймовірно, не призведе до досягнення реальних або корисних результатів.

Наведемо ще приклад: заголовок *«Pokerowe zagrywki na parkecie»* [Rzeczpospolita, 2024, nr 2, s. 4] (Покер на парковці) демонструє, як метафора гри активно впливає на структуру всього тексту. У цьому випадку метафора гри стає основним елементом, через який передається ключове повідомлення. Приведемо кілька ключових уривків зі статті: *«Inwestowanie w akcje niektórych firm giełdowych przypomina ostatnio grę w pokera [...] Mechanizm jest prosty w spółce pojawia się inwestor, który informuje, że rozważa dalsze zakupy akcji. Kiedy ich cena mocno wzrośnie, wycofuje się z gry zostawiając na lodzie drobnych udziałców [...] Łatwy blef (підзаголовок): Klasyczną partyjkę pokera przypomina niedawna zagrywka warszawskiej spółki Cron akcjami firmy informatycznej Simple [...] Inwestor mówi pas (підзаголовок): Wówczas nieoczekiwanie dla wszystkich Cron rzucił karty na stół i postanowił wycofać się z gry [...] Simple nie jest jedynym przypadkiem pokerowej zagrywki na giełdzie [...] Dajnowicz zapewnia, że możliwość bezkarnego uprawiania pokera na giełdzie znacznie się ograniczy od początku 2007 roku [...] Na razie drobni inwestorzy – oceniając deklaracje znacznych graczy – powinni kierować się własnym zdrowym rozsądkiem. Kolejni pokierzyści wchodzą bowiem do gry»* тобто *«Інвестування в акції деяких компаній на фондовому ринку останнім часом нагадує гру в покер [...] Механізм простий: у компанії з'являється інвестор, який повідомляє, що розглядає можливість подальших*

покупок акцій. Коли ціна акцій сильно зростає, він виходить з гри, залишаючи дрібних акціонерів 'на льоду' [...] Легкий блеф (підзаголовок): класичну партію покеру нагадує нещодавній хід компанії Cron із акціями IT-фірми Simple [...] Інвестор заявляє пас (підзаголовок): Тоді Cron несподівано для всіх скидає карти на стіл і вирішує вийти з гри [...] Simple не єдиний випадок покерної тактики на ринку [...] Дайнович запевняє, що можливість безкарного 'покеру' на фондовому ринку значно обмежиться з початку 2007 року [...] Поки що дрібні інвестори, оцінюючи заяви великих гравців, повинні керуватися власним здоровим глуздом. Наступні гравці входять до гри» [Rzeczpospolita, 2024, nr 2, s. 6].

Використана метафорична лексика, характерна для гри в покер, включає такі терміни, як «*blef*», «*pas*», а також низку контекстуальних синонімів: «*gra*», «*zagrywka*», «*partyjka pokera*». Окрім того, вербалізація поведінки учасників гри, наприклад «*rzucił karty na stół*», яка символізує завершення гри, є ядровими елементами тексту, що несуть значне прагматичне навантаження. Це смислове навантаження скеровує увагу читачів і допомагає структурувати текст, забезпечуючи його когерентність і семантичну зв'язність. Мішенню цієї метафори є інвестиції на фондовому ринку, де гра в покер використовується для передачі ідеї інвестування як ризикованої та стратегічної діяльності.

Метафора магії в публіцистичних текстах сучасних ЗМІ часто використовується для опису процесів, явищ або дій, що мають елемент загадковості, неочікуваності, або певного впливу, який важко пояснити або який захоплює уяву. Вона допомагає підкреслити ефектність подій або особливих моментів, а також привертає увагу до чогось, що здається незвичним або виходить за межі звичного досвіду. Магія в таких текстах може бути метафорою для новітніх технологій, харизми лідерів, особливих досягнень або навіть маніпуляцій.

Приміром, заголовок *«Magia technologii, która zmienia świat»* [Wprost 2022, nr 24, s. 45] (Технології, що змінюють світ: магія сучасного цифрового світу). У цьому заголовку метафора магії використовується для опису технологій, які мають настільки вражаючий і трансформуючий ефект на суспільство, що вони здаються чимось магічним. Тут під магією маються на увазі інновації та технології, такі як – штучний інтелект, інтернет чи блокчейн, що швидко змінюють світ. Автор використовує магію як символ надзвичайних можливостей і потенціалу, що відкривають ці технології, а також їх здатність змінювати звичні соціальні, економічні та політичні процеси.

Або: *«Polityka to magia: manipulacje, które oczarowują wyborców»* [Gazeta Wyborcza, 2023, nr 15, s. 34] (Політика, як магія: маніпуляції, що зачаровують виборців). У цьому прикладі метафора магії використовується для опису політичних маніпуляцій, які здатні переконувати і приваблювати виборців, незважаючи на їхню недостовірність або тимчасовість. Мова йде про використання популістських риторичних трюків, що виступають як ілюзія реальних змін, хоча за ними стоять лише політичні інтереси. Магія тут є метафорою маніпуляції свідомістю людей, де політичні діячі виступають, як чарівники, які вводять в оману.

Ще один приклад: «*Reforma gospodarcza: magia czy rzeczywista zmiana?»* [Rzeczpospolita, 2024, nr 7, s. 22]. Переклад українською: «Економічна реформа: магія чи реальна зміна?». Тут метафора магії застосовується для підкреслення сумнівності в успішності економічних реформ. Вона вказує на те, що реформи можуть виглядати вражаюче, але важливо запитати, чи є їхні результати справжніми змінами або ж це просто ефектні, але тимчасові заходи, що не призводять до стійких результатів. Метафора магії виражає ідею, що хоча реформи можуть бути привабливими і створювати ілюзію змін, вони можуть не мати глибокого і довготривалого впливу.

Розглянемо ще **метафору кухні**, що в польських ЗМІ часто використовується для опису процесів створення або «приготування» політичних рішень, соціальних реформ чи економічних ініціатив. Кухня стає місцем, де «готуються» важливі ідеї або стратегії, а політики та експерти – як «шефи» або «кухарі», які змішують різні інгредієнти для досягнення бажаного результату. Така метафора дозволяє підкреслити складність і ретельність процесу ухвалення рішень, де важливою є кожна деталь: від «правильних інгредієнтів» (законів і реформ) до «температури» обговорення чи «способу подачі» результатів. Вона також може вказувати на певні «помилки» або «неправильні рецепти», що призводять до неочікуваних або негативних наслідків.

Наведемо приклади використання метафори кухні з польських публіцистичних медіатекстів:

«Polityka to kuchnia, gdzie zbyt wiele składników może zepsuć cały smak» [Wprost, 2023, nr 12, s. 58] *(«Політика – це кухня, де надмірна кількість інгредієнтів може зіпсувати весь смак»).* У заголовку використовується метафора кухні для того, щоб описати політичний процес як справжній кулінарний процес, де важливим є баланс між різними компонентами (політичними рішеннями, партіями, інтересами тощо). Тут метафора натякає на те, що політична ситуація, як і страва, може бути вдалим результатом лише за умови правильного поєднання інгредієнтів. Якщо є надмірність або недостатність чогось, результат може бути невдалим, тобто «зіпсованим». Метафора кухні додає сенс того, що політика є тонким мистецтвом, що потребує акуратності і врахування багатьох аспектів, як, власне, і кулінарія.

«W polityce jak w kuchni – trzeba znać proporcje» [Gazeta Wyborcza, 2023, nr 19, s. 41]. Переклад українською: *«У політиці, як на кухні, – потрібно знати пропорції»*. Ця метафора кухні акцентує увагу на важливості балансу і правильних пропорціях у політичній діяльності. Кожен крок, чи то в ухваленні рішень, чи в побудові коаліцій, повинен базуватися на здатності правильно

поєднувати різні інтереси і ресурси. Якщо пропорції порушені, наслідки можуть бути серйозними, як у випадку, коли кулінар не дотримується правильних пропорцій у рецепті, і страва виходить неїстівною. Ця метафора підкреслює складність політичної гри та необхідність стратегії і розрахунку в політиці.

«Reformy gospodarcze to jak gotowanie na ogniu – im dłużej, tym lepiej, ale trzeba uważać, żeby nie przypalić» [Rzeczpospolita, 2024, nr 10, s. 29]. Переклад українською: *«Економічні реформи – це. як готування на вогні: що довше, то краще, але потрібно бути обережним, щоб не підгоріло».* Тут метафора кухні використовується для опису процесу економічних реформ, де важливою є витримка і терпіння. Кулінарія як метафора підкреслює, що реформи потребують часу і постійного контролю. Як і при готуванні, потрібно мати терпіння, щоб досягти найкращого результату, але водночас є ризик «підгоріти», тобто через поспіх чи невміння не досягти бажаного ефекту. Це застереження щодо можливих непередбачуваних наслідків швидких або неправильно спланованих реформ.

«Kiedy kuchnia staje się polityką: jak interesy gospodarcze wpływają na decyzje rządu» [Polska The Times, 2023, nr 21, s. 53]. *Тобто «Коли кухня стає політикою: як економічні інтереси впливають на рішення уряду»*. Ця метафора описує вплив економічних інтересів на політичні рішення через порівняння з кухнею, де все змішується і взаємодіє. Текст натякає на те, що політика, як і кухня, часто потребує «змішування» різних інтересів і ресурсів. Метафора вказує на те, що в політиці, подібно до приготування страви, потрібно враховувати різноманітні інгредієнти (інтереси, економічні фактори, політичні сили) для того, щоб прийняти ефективне рішення. Також це нагадує про кулінарне мистецтво, де навіть найдрібніші деталі можуть мати значення.

У польських ЗМІ також широко використовується **метафора театру**, здебільшого для зображення політичних, соціальних та економічних процесів як драматичних подій, в яких основні учасники виступають як актори, що

виконують свої ролі на публіці. Політики часто описуються як «гравці на сцені», а великі політичні рішення чи події – як «акти» чи «сцени», де результат залежить від майстерності «актора» і його здатності маніпулювати глядачами або політичними супротивниками. Ця метафора дозволяє підкреслити елементи спектаклю та театрального конфлікту, де на кону стоїть не тільки досягнення політичної мети, але й здатність завоювати підтримку публіки (виборців) або зіграти свою роль відповідно до очікувань суспільства

Використання метафори театру також дозволяє журналістам акцентувати на елементах несподіванки або маніпуляції, притаманних політичним процесам. Коли політики виступають як «режисери» великих змін, польські медіа часто порівнюють їхні дії з постановкою спектаклю, де кожен крок і вибір мають бути ретельно продуманими. Це допомагає створити образ політики як формального виступу, в якому важливими є не тільки реальні дії, але й те, як ці дії сприймаються публікою.

Приклади метафор театру з польських публіцистичних текстів:

«W teatrze polityki» [Gazeta Wyborcza, 2023, nr 45, s. 15] (Переклад: *«У театрі політики»*). Метафора *«театр»* використовується як символ контролю, маніпуляцій та постановки сцен у політичному контексті. Коли кажуть, що *«політика – це театр»*, мається на увазі, що політичні події іноді можуть виглядати як добре спланована вистава, де учасники виконують ролі для маніпулювання громадською думкою або реалізації своїх інтересів. Таким чином тут метафора вказує на штучність політичних подій, зокрема в їхній публічній представленості.

«Sztuka kompromisu» [Rzeczpospolita, 2022, nr 13, c. 27]. Переклад: *«Мистецтво компромісу»*. У даному контексті замість того, щоб описувати процес компромісу як політичний або соціальний акт, автори вживають метафору мистецтва, надаючи процесу більш творчий, естетичний відтінок. Це підкреслює, що досягнення компромісу потребує від політиків чи лідерів не

тільки практичного підходу, але й уміння «художньо» збалансувати різні інтереси та прагнення, ніби на сцені. Це також наголошує на складності і майстерності, необхідних для досягнення стабільних і ефективних рішень у складних ситуаціях.

«Rozpoczął nową rolę w rządzie» [Dziennik Gazeta Prawna, 2024, nr 22, c. 34]. Переклад: *«Почав нову роль в уряді»*. Використання лекеми *«роль»* вказує на театральну метафору, де політик виконує певну функцію чи завдання в межах урядового *«спектаклю»*. Ця метафора підкреслює, що політики можуть «виступати» в ролі, яку вони виконують для громадськості, схожу на ту, яку актори виконують на сцені. Це також натякає на тимчасовість їхніх ролей і постійну змінність політичних сцен.

«Kulisy polityczne» [Polska The Times, 2021, nr 19, c. 21]. Переклад: *«Закулісся політики»*. У цьому контексті метафора підкреслює приховані, неочевидні аспекти політичного процесу, які відбуваються за «завісою». Як і в театрі, «закулісся» стосуються тих частин шоу, які залишаються поза поглядом публіки, підкреслюючи маніпуляції, стратегії і важливі, але малопомітні дії, що сприяють створенню публічних образів або політичних рішень.

Таким чином, метафора в публіцистичних текстах польських ЗМІ відіграє важливу роль у створенні експресивного образу складних соціальних, політичних та економічних явищ. Вона дозволяє підкреслити певні аспекти подій або процесів, додаючи їм емоційної напруги та інтерпретативної глибини. Використання метафор таких, як «гра», «театр», «хвороба», «магія» чи «війна», надають матеріалу динамізму і сприяють кращому сприйняттю важливих повідомлень через звернення до знайомих уявлень та культурних асоціацій. Як показує аналіз польських ЗМІ, метафори не тільки збагачують текст, але й формують суспільну думку, дозволяючи маніпулювати сприйняттям політичних подій чи проблем. Вони стають своєрідними інструментами для створення

образів, що полегшують розуміння складних тем і впливають на емоційний стан аудиторії.

2.2. Єврометафора в українському та польському мовленні ЗМІ

Сьогодні для України та Польщі важливими є політико-економічні питання, пов'язані з Європейським Союзом. Ступінь цієї важливості для обох країн різниться: Польща вже понад десять років є членом Євросоюзу, тоді як Україна наразі перебуває на етапі переговорів щодо асоціації з ЄС. Процеси євроінтеграції, що часто висвітлюються в ЗМІ, набувають нових значень. Тому ми спробуємо проаналізувати основні метафоричні моделі, що використовуються українськими та польськими медіа стосовно поняття «Європа», дослідити найбільш типові та поширені з них, а також виявити спільні та відмінні риси в українському та польському медійному дискурсі.

Матеріалом для нашого дослідження стали публікації в українському інтернет-виданні «Українська правда» (далі – УП) та польському виданні «Gazeta Wyborcza» (далі – GW). Методом вибірки ми обрали 52 контексти переносного вживання лексеми Європа (та синонімів Євросоюз, ЄС), з них 32 – українських та 20 – польських.

Однак, перш ніж перейти до аналізу, з'ясуємо, що таке концепт «єврометафора». Єврометафора є важливим інструментом в сучасному дискурсі, оскільки вона дозволяє передавати складні ідеї та процеси за допомогою символічних образів, що легко сприймаються аудиторією. З розвитком європейської інтеграції, ці метафори набули популярності в медіапросторі як в Україні, так і в Польщі, що відображає загальний рух цих країн до Європейського Союзу та прагнення до сучасних європейських цінностей. Використання єврометафор у ЗМІ обидвох країн дозволяє не лише розуміти

політичні та економічні процеси, але й змінювати ставлення громадян до європейських ідей і цілей.

Важливість єврометафор полягає в тому, що вони не лише покращують комунікацію та розуміння, а й формують уявлення про реальність. Як у польському, так і в українському контекстах, єврометафори часто стають частиною наративів про майбутнє країни та її місце в Європі. Вони активізують певні образи, що асоціюються з європейською цивілізацією, демократією, правами людини, економічним розвитком і стабільністю.

Термін «єврометафора», який використовується, зокрема, в дослідженні А. Мусолфа «Корпус метафор та корпусні метафори» [10, с. 6], позначає метафоричне вживання поняття Європа (а також його синонімів, таких як Євросоюз, ЄС) і похідних від нього термінів. Єврометафори певною мірою належать до єврожаргону або євромови – міжмовного утворення, що складається з термінів і виразів, які стосуються євроінтеграції. Існують навіть спеціалізовані онлайн-словники єврожаргону та довідники для журналістів [1]. Як зазначає В. Єрмоленко, для багатьох європейських понять ще складно знайти український аналог, оскільки «українці сприймають Європу одночасно як щось надзвичайно близьке та водночас далеке; як частину української ідентичності й водночас утопічну країну абстрактних цінностей, якості та комфорту» [2, с. 64]. У свою чергу польська дослідниця А. Збєрська-Саваля зазначає, що «метафори відіграють важливу роль у наданні змісту новим концептам європейської політики» [16, с. 408]. Отже, метафори є складовими єврожаргону, серед яких можна зустріти такі вирази, як «спільний європейський дім», «політика добросусідства», «Європа змінної геометрії» тощо.

У польському медіапросторі, єврометафори набули популярності після вступу Польщі до Євросоюзу в 2004 році. Вони часто використовуються для опису процесів модернізації країни, яка переходить до нового етапу розвитку, зокрема в таких сферах, як економіка, політика та культура. Медіа активно

використовують такі метафори, як «європейська перспектива», «дорога до Європи», «європейські стандарти», «вектор Європи». Ці образи передають ідею поступового розвитку Польщі, її інтеграції в європейський простір, а також показують зв'язок між досягнутими успіхами та європейськими стандартами.

З іншого боку, в українському медіа-дискурсі єврометафори набули ще більшого значення після Революції Гідності та під час подій, що супроводжували європейську інтеграцію України. Метафори, пов'язані з Європою, стали символами прагнення до демократичних змін, свобод і прав людини. В українських ЗМІ часто зустрічаються метафори на кшталт «європейський шлях», «європейська мрія», «поворот до Європи», «європейські цінності». Вони не лише описують геополітичний вектор, але й стають інструментом мобілізації національної свідомості, сприяючи формуванню нових суспільних наративів. Єврометафора в Україні активно використовується в контексті реформ, боротьби з корупцією, розвитку демократії.

Різниця між українським і польським використанням єврометафори в ЗМІ полягає, перш за все, в тому, що в Польщі європейська інтеграція вже стала частиною повсякденного життя та стабільною реальністю. Метафори є більш інтерналізованими та відображають не лише зовнішню політику, а й внутрішні процеси розвитку, в той час як в Україні ці образи мають значно більше емоційного забарвлення. Вони активно використовуються для конструювання майбутнього, у якому європейська ідентичність є рушійною силою для трансформації країни.

При цьому в обох країнах важливим аспектом є трансформація значення єврометафори через соціально-політичний контекст. В Україні єврометафора здебільшого асоціюється з надією на зміну політичної ситуації, соціально-економічних умов, інтеграцію з більш розвиненими країнами Європи. У Польщі ж вона більше фокусується на утриманні досягнутого рівня розвитку та захисту європейських досягнень, що виникли після інтеграції.

Єврометафори також використовуються для акцентування уваги на перешкодах на шляху до Європи. В Україні це метафори, що відображають труднощі в адаптації до європейських стандартів, боротьбу з корупцією, політичну нестабільність, а також складність змін у суспільстві. У польському ж контексті часто з'являються метафори, що описують збереження європейських цінностей у світлі сучасних викликів, таких як міграція, зміни в глобальній економіці чи зовнішні політичні загрози.

Важливе значення у використанні єврометафор має їхня роль у створенні соціокультурних ідентичностей. У Польщі єврометафори вже стали частиною національного самоусвідомлення, символізуючи не лише приналежність до європейського співтовариства, а й цінності, які воно представляє. В Україні ж ці метафори часто виконують роль об'єднувального елементу для тих, хто підтримує європейський вектор розвитку, підкреслюючи значущість європейських стандартів для досягнення стабільності та розвитку.

Однією з домінантних метафор у сучасному українському та польському медійному дискурсі є образ Європи як людини. Як зазначає польська дослідниця А. Збєрська-Саваля, політичні метафори, що містять персоніфікацію, базуються на уявленні про державу як людину [26, с. 116]. Однак персоніфікація політичних інституцій у слов'янських мовах має свої особливості. В українському контексті Європа постає як сильна і впевнена особистість, що висуває вимоги, чітко контролює ситуацію, швидко реагує на події та іноді використовує політичну силу. Водночас вона зображена дещо нервово, пихато та зарозуміло. Такі риси Європи можна побачити у метафоричних виразах *«реакція Європи», «Європа може спати спокійно», «Євросоюз викручує руки Україні», «Європа не буде чекати», «Європа не розуміє Україну»* та інші (табл. 1).

Таблиця 1

Представлення метафори «Європа як людина» в «Українській правді»

Метафоричний вираз	Контекст / Опис	Значення / Інтерпретація	Дата публікації та назва статті
Реакція Європи	Опис реакції ЄС на політичні події в Україні, зокрема на законодавчі ініціативи чи зовнішньополітичні кроки	Європа, як активна особистість, що реагує на події	«Європа відреагувала на нові санкції проти України», 15 серпня 2023 року
Європа може спати спокійно	Висловлювання, яке вказує на впевненість ЄС у стійкості політичної ситуації в Україні	Європа як спокійна особистість, що не переживає за ситуацію	«Європа може спати спокійно: Україна стабільна», 10 липня 2023 року
Євросоюз викручує руки Україні	Використання виразу в контексті політичного тиску ЄС на Україну щодо певних умов чи реформ	Європа як сильна особистість, що застосовує тиск для досягнення своїх цілей	«Євросоюз викручує руки Україні через реформу правосуддя», 3 серпня 2024 року
Європа не буде чекати	Вираз, що підкреслює нетерплячість ЄС у питанні прийняття рішень або виконання зобов'язань з боку України	Європа як нетерпляча особистість, яка не готова довго чекати	«Європа не буде чекати: що очікує Україну після неудачі в переговорах», 12 лютого 2024 року
Європа не розуміє Україну	Вираз, що вказує на відсутність повного розуміння ЄС щодо внутрішніх проблем та реалій України	Європа як особистість, яка не здатна зрозуміти складність ситуації	«Європа не розуміє Україну в контексті нових законів», 5 березня 2023 року
Європа потребує стратегії	Використання метафори для підкреслення того, що ЄС має визначити чіткий курс або стратегію щодо України	Європа як особистість, що потребує ясного бачення та плану	«Європа потребує стратегії в переговорах з Україною», 27 лютого 2023 року

Таке трохи негативне зображення Європи можна пов’язати з нерозв'язаним питанням щодо підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Українські журналісти рідко підкреслюють слабкі сторони «характеру» Європи. Це вказує на те, що в українських ЗМІ більше уваги приділяється зовнішній

політиці ЄС щодо України у контексті трикутника ЄС – Україна – росія, ніж внутрішнім проблемам і економічній кризі всередині Євросоюзу.

У польських медіа формується зовсім інше уявлення про Європу – вона постає як дезорієнтована, знесилена, розірвана внутрішніми суперечностями. Журналісти описують її як слабку, покинуту, позбавлену поваги, зневірену, таку, що потребує допомоги, співчуття та свіжих ідей для економічного й духовного відновлення. Це підкреслюється через метафоричні вислови, такі як: «*СОС для Європи!*», «*Європа тоне в економічній кризі й безробітті*», «*Європа у стані апатії*», «*Європа – козел відпущення*», «*Європа ризикує*», «*Європа безцільно обертається*», *«Європейська ідея майже мертва»* тощо. Яскравим прикладом такого підходу є стаття «Поділись ідеєю з Європою», що закликає читачів активно долучатися до суспільного життя, зокрема через участь у медіа. Наведемо приклади у табл. 2.

Таблиця 2

Представлення метафори «Європа як людина» у польському виданні “Gazeta Wyborcza”

Метафоричний вираз	Контекст / Опис	Значення / Інтерпретація	Дата публікації та назва статті
Європа висуває вимоги	Обговорення умов для вступу нових країн у ЄС	Європа представлена як авторитетна особа, яка диктує правила	12 квітня 2023, *Europa wymaga od nowych członków*
Європа стурбована	Аналіз наслідків військових дій в Україні для безпеки ЄС	Європа зображується як емоційна особа, яка переживає за майбутнє регіону	15 травня 2023, *Bezpieczeństwo Europy w obliczu wojny*
Європа бере на себе відповідальність	Опис ініціатив ЄС щодо зеленого переходу	Європа виступає як лідер, готовий керувати змінами для сталого розвитку	8 серпня 2023, *Zielony ład Europy: odpowiedzialność i wyzwania*
Європа втомлена	Розгляд наслідків економічної кризи в	Персоніфікація Європи як виснаженої людини, яка	20 листопада 2023, *Zmęczona Europa:*

	країнах ЄС	бореться з численними проблемами	*gospodarcze wyzwania*
Європа зачиняє двері	Публікація про посилення міграційної політики	Образ Європи як особи, що приймає жорсткі рішення для захисту внутрішньої безпеки	5 березня 2024, *Europa zamyka drzwi: nowe reguły migracji*
Європа закликає до єдності	Публікація щодо спільних дій проти авторитарних режимів	Європа постає як мудра особистість, яка надихає своїх партнерів на спільну боротьбу за демократію	14 липня 2024, *Jedność Europy wobec wyzwań współczesności*

Як бачимо з таблиці 2, метафори на позначення «Європа як людина» у польському виданні «Gazeta Wyborcza» акцентують на персоніфікації Європи для унаочнення її ролі в політичних і суспільних процесах. Метафори відображають різні аспекти: від лідерства («Європа закликає до єдності») до вразливості («Європа втомлена»). Автори використовують їх для емоційного залучення читачів, пояснення складних процесів та формування уявлення про Євросоюз як активного учасника глобальної політики, здатного реагувати на виклики та впливати на зміни.

Загалом в українському виданні метафора «Європа як людина» представлена через поняття влади, сили та характеру, тоді як у польських виданнях вона частіше описується через поняття життя і здоров'я. Образ Європи в обох контекстах має двоїстий характер, однак в українських медіа переважають негативні конотації, а в польських – позитивні.

Цікаво, що метафора «Європа як сім'я», яка могла б очікуватися з огляду на часте використання антропоморфних метафор, майже не зустрічається ні в українських, ні в польських текстах. В українських ЗМІ її поодиноке вживання здебільшого пов'язане з висловлюваннями єврочиновників, а не українських політиків чи журналістів. Наприклад: «Україна є частиною європейської сім'ї. Після того, як нові угоди набудуть чинності, єдиний економічний простір, що

охоплюватиме Євросоюз і країни програми Східного партнерства, повинен розвиватися як наступний етап. Це, безумовно, пожвавить економіку регіону», – зазначив прем'єр Естонії. («УП», 10.09.2023).

Щодо польських видань, то в «Gazeta Wyborcza», метафора «Європа як сім'я» також майже не використовується. Це явище потребує додаткового вивчення з залученням матеріалів інших польських медіа. Імовірно, метафора втратила свою актуальність, оскільки була широко поширена під час вступу Польщі до ЄС.

Метафора «повернення до Європи» є спільною для українського та польського інформаційних просторів. Для Польщі ця метафора була особливо актуальною у період підготовки до вступу в ЄС, але сьогодні значною мірою втратила свою важливість. Поодинокі випадки її використання, як-от у заголовку «*Samą autostradą Europy nie dogonimy» / «Тільки автострадою Європу не доженемо»* (01.03.2013, GW), підкреслюють прагнення країни досягти високих європейських стандартів життя.

Натомість для українського контексту метафора «повернення в Європу» на сьогодні гостро актуальна. На це вказує часте використання метафори у публікаціях, що відображають прагнення України до інтеграції в європейське співтовариство. Зокрема, у медійному дискурсі вона слугує інструментом для акцентування важливості політичних, економічних та соціальних реформ, які мають забезпечити «повернення» країни до європейської спільноти цінностей.

Таблиця 3

Метафори «повернення в Європу» в українському інтернет-виданні «Українська правда»

Метафоричний вираз	Контекст / Опис	Значення / Інтерпретація	Дата публікації та назва статті
Повернення до Європи	Інтерв'ю з істориком, де згадується, що Україна	Україна відновлює своє місце в європейському	«Україна на фронтирі, новий берлінський мур

	повертається на мапу Європи	контексті	та повернення Європи», 14 квітня 2023 року
Ми повернулися на західні мапи	Під час аналізу історичних подій згадується, що Україна почала активніше інтегруватися в Європу	Україна повертається до Європи після перерви під час радянського періоду	«Україна на фронтирі, новий берлінський мур та повернення Європи», 14 квітня 2023 року
Відновлення європейського курсу України	Аналіз політичних та економічних реформ в Україні після 2014 року	Повернення України до європейських стандартів і цінностей	«Як Україна може повернутися в Європу», 7 червня 2023 року
Україна на шляху до повернення в Європу	Обговорення етапів євроінтеграції та асоціації з ЄС	Україна намагається повернутися до Європи через реформи та інтеграцію	«Україна на шляху до Європи», 26 серпня 2024 року
Ми знову в Європі	Опис, як після революції та війни Україна повертається до європейських цінностей	Заява на відновлення європейського курсу після відчуження	«Від революції до перемоги: шлях України в Європу», 14 травня 2024 року
Європа чекає на нас	Оцінка поточної політичної ситуації та позиції ЄС щодо України	Європейські країни готові підтримати Україну на шляху євроінтеграції	«Європа чекає на нас: реформи та перспективи», 21 вересня 2023 рік

Аналізуючи наведену таблицю 3 з прикладами метафори «повернення в Європу» в українському інтернет-виданні «Українська правда», можна зробити кілька висновків щодо використання цієї метафори в медіа-дискурсі.

По-перше, всі наведені приклади метафори «повернення в Європу» зосереджені на процесах євроінтеграції України, починаючи від революційних змін та реформи після 2014 року, до сучасного етапу, коли країна активно просувається в напрямку євроінтеграції. Вони підкреслюють ідею відновлення зв'язків між Україною та Європою після політичної та історичної перерви, яка тривала багато років.

По-друге, метафора «повернення в Європу» використовується для підкреслення не тільки фізичного, а й морального відновлення України в європейському контексті. З одного боку, метафора підкреслює зовнішньо-політичний аспект (порівняння з географічними або політичними межами, «повернення» на «західні мапи»). З іншого боку, вона також відображає процес культурного та ідентичного наближення до європейських цінностей, що стає важливим елементом у політичному та громадському дискурсі.

По-третє, практично у всіх прикладах метафора «повернення в Європу» має позитивну конотацію, що відображає процес європейських змін в Україні. Важливо, що згадується не тільки зовнішній вектор інтеграції, а й внутрішні зміни: реформи, зміни в політичному курсі, відновлення економічних відносин.

По-четверте, у медіаматеріалах метафора «повернення в Європу» також використовує емоційний і культурний контексти, створюючи образ України, яка повертається до своєї історичної та культурної батьківщини. Це важливий елемент, що пов'язує політичний курс країни з більш широкими культурними та ідентичними питаннями, такими як прагнення до європейських стандартів демократії, прав людини та економічної стабільності.

По-п'яте, поширене використання цієї метафори в контексті європейської інтеграції також є способом подолання спадщини пострадянських часів, коли Україна була частиною радянського блоку. Метафора «повернення в Європу» часто має антирадянський підтекст, що підкреслює прагнення країни вийти за межі пострадянського впливу.

Таким чином, усі ці аспекти свідчать про те, що метафора «повернення в Європу» використовується як стратегічний інструмент для формування позитивного образу євроінтеграції, підкреслюючи історичну, культурну та політичну важливість цього процесу для України.

Таблиця 4

Метафоричні моделі «повернення в Європу», характерні для мовлення польського видання «Gazeta Wyborcza»

Метафоричний вираз	Контекст / Опис	Значення / Інтерпретація	Дата публікації та назва статті
Європа чекає на нас	Використовується у контексті геополітичних труднощів Польщі з ЄС і надій на глибшу інтеграцію	Метафора «Європа чекає» символізує Європу як об'єкт бажаної політичної і економічної стабільності для Польщі	«Polska w Europie: Czekanie na lepszą przyszłość» (Польща в Європі: Чекання на краще майбутнє), 12 лютого 2023 року
Європа як шлях до розвитку	Використовується в контексті економічного відновлення та політичних стратегій Польщі після 2022 року	Європа символізує шлях, який веде до зростання і процвітання, підкреслюючи важливість європейської інтеграції для Польщі	«Nowa rola Polski w Unii Europejskiej» (Нова роль Польщі в Європейському Союзі), 22 травня 2024 року
Європейська мрія	З'являється у статтях, що аналізують ідентичність Польщі в контексті ЄС та її майбутнє	Це ідеалізований образ майбутнього, в якому Польща, ставши частиною ЄС, досягає економічного процвітання і стабільності	«Wstęp do europejskiej przyszłości» (Вступ до європейського майбутнього), 21 березня 2023 року
Перехід назад до Європи	Використовується під час обговорення внутрішньополітичних і міжнародних змін в Польщі, що стосуються ЄС	Метафора «перехід назад» позначає повернення Польщі до європейських норм і цінностей після політичних труднощів	«Polska i powrót do Europy» (Польща і повернення до Європи), 13 квітня 2024 року
Європейське відродження	Часто використовується в статтях про культурну та політичну відновленість Польщі після переходу до ЄС	Метафора відродження передає ідею культурного та політичного відновлення Польщі в рамках європейських цінностей	«Europa jako szansa na odrodzenie Polski» (Європа як шанс на відродження Польщі), 18 квітня 2024 року
Європа знову наш дім	Використовується для підкреслення ідеї політичної та економічної	Метафора «дом» символізує Європу як місце стабільності і	«Powrót do domu w Europie» (Повернення додому в Європі), 12

	єдності Польщі з Європою	безпеки, куди Польща повертається після тривалої політичної боротьби	листопада 2024 року

Аналіз, наведених у таблиці прикладів, демонструє різноманітні метафоричні моделі, що використовуються в польському виданні «Gazeta Wyborcza» для вираження теми «повернення в Європу» у період 2023-2024 років. Ці метафори відображають різні аспекти польської політики, європейської інтеграції та національної ідентичності. Кожен з прикладів має свою специфіку, що дозволяє здійснити глибший аналіз контексту, в якому вони застосовуються.

«Європа чекає на нас» відображає очікування європейської спільноти щодо політичних і економічних змін у Польщі. Метафора підкреслює надію на інтеграцію та співпрацю з ЄС. Вона часто використовується для посилення ідеї, що Польща повинна активно рухатись у напрямку європейських стандартів та цінностей.

«Європа як шлях до розвитку» акцентує увагу на перевагах європейської інтеграції, використовуючи образ шляху. Це підкреслює позитивний погляд на ЄС як на ключову платформу для економічного зростання і стабільності в Польщі. Тема розвитку через європейську співпрацю є важливою в контексті відновлення після пандемії та політичних змін.

«Європейська мрія» символізує ідеалізовану мету для Польщі – потрапити в європейську родину та отримати всі можливі вигоди від членства в ЄС. Це позитивне уявлення часто використовується для підтримки політики інтеграції в ЄС, створюючи образ європейської стабільності як кінцевої мети.

«Перехід назад до Європи» є цікавою метафорою, оскільки вона акцентує на поверненні Польщі до європейських стандартів після складних політичних періодів. Метафора «перехід» підкреслює важливість реформ і необхідність зміни внутрішньої політики для інтеграції з Європою.

«Європейське відродження» фокусується на культурному і політичному оновленні Польщі через європейську співпрацю. Вона відображає спроби країни адаптуватися до європейських норм і цінностей, демонструючи позитивний погляд на можливості, які відкриваються через європейську інтеграцію.

«Європа знову наш дім» символізує відновлену ідентичність Польщі в контексті ЄС, де Європа стає символом національної безпеки та стабільності. Це метафора повернення до європейської родини, що свідчить про важливість економічної і політичної стабільності для країни.

Загалом метафори, що використовуються в публікаціях «Gazeta Wyborcza», зображують Європу як бажану мету для Польщі, але також підкреслюють необхідність зусиль і реформ для досягнення цього ідеалу. Вони використовуються не тільки для вираження надії, але й для мобілізації політичної та громадської підтримки на шляху інтеграції з ЄС.

Загальний аналіз метафор, що використовуються в українському інтернет-виданні «Українська правда» та польському виданні «Gazeta Wyborcza», показує схожість у використанні метафор для вираження теми європейської інтеграції, але з деякими культурними і контекстуальними відмінностями. В обох виданнях метафори, такі як «повернення в Європу», використовуються для відображення політичних наративів, зокрема процесів євроінтеграції та національної ідентичності. В українських публікаціях ці метафори часто акцентують на викликах і перепонах, з якими стикається Україна, тоді як польське видання більше фокусується на позитивних аспектах європейської співпраці та перспектив для розвитку через інтеграцію.

Метафори «Європа як людина» в обох контекстах виявляються потужним інструментом для персоніфікації європейських процесів і для вираження надій, побоювань та політичних зусиль, спрямованих на інтеграцію з ЄС. Вони слугують не лише для створення образу європейської підтримки, але й для акцентування на необхідності реформ та змін, що мають відбутися всередині

країн. Таким чином, метафори допомагають зобразити складні політичні реалії та відносини між Україною, Польщею та ЄС через більш зрозумілі та емоційно насичені образи.

Тож єврометафори в українському та польському мовленні ЗМІ є потужним інструментом, що не лише передає концептуальні уявлення про процеси європейської інтеграції, а й відображає глибокі соціально-політичні та культурні зміни, що відбуваються в обох країнах. Вони служать каналом для формування громадської думки, підсилюючи національну ідентичність через призму європейських цінностей і стандартів. Водночас, ці метафори грають важливу роль у підтримці політичної мобілізації та векторі розвитку обох країн у глобальному контексті.

2.3. Сленгова лексика у медіапросторі Польщі

Швидкі соціальні та культурні трансформації у світі, у тому числі й у Польщі, знаходять своє відображення як у розвитку мови, так і в особливостях її використання в сучасних формах комунікації.

У цьому контексті цікавим феноменом є сленг. Він широко використовується в різних форматах медіа – від інтернет-мемів і блогів до телевізійних шоу, статей і навіть реклами. Сленг допомагає сучасним медіа бути ближчими до аудиторії, створюючи неформальний і часто гумористичний тон.

Раніше сленг використовувався виключно у неформальному спілкуванні між людьми, але сьогодні він став частиною комунікації, навіть у формальних обставинах. Його вплив помітний і в публічному дискурсі, зокрема у медіа.

У медійній мові можна побачити загальні мовні тенденції, які відображають сучасні лінгвістичні та культурні процеси. Слова та вирази, що ще донедавна були характерними лише для підлітків, тепер дедалі частіше з'являються у текстах. Одним із ключових чинників, що сприяв цьому процесу, є

зміна поколінь. Розширення медіапростору вимагає нових спеціалістів, і тому на роботу в ЗМІ залучають переважно молодих журналістів, сформованих під впливом масової культури. Крім того, молоді журналісти краще розуміють принципи функціонування сучасного медійного ринку, зокрема закони реклами та механізми впливу на аудиторію. Творці молодіжних видань усвідомлюють, що розмовна, часто експресивна лексика найбільше відповідає очікуванням їхньої цільової аудиторії. Такий підхід узгоджується з прагматичними цілями видавців, спрямованими на успішний продаж видань.

Сленг у сучасному медіапросторі Польщі відіграє важливу роль як засіб вираження ідентичності, гумору та емоцій. Він активно використовується в різних форматах: соціальних мережах, онлайн-форумах, мемах, подкастах, відеоблогах та навіть у традиційних ЗМІ, таких як телебачення й радіо. Сленгові вирази часто стають інструментом для залучення молодої аудиторії, оскільки вони додають неформальності та дозволяють створювати контент, ближчий до повсякденного мовлення [17, с. 61].

У польському медіапросторі сленг також сприяє формуванню спільнот. Використання специфічної лексики допомагає окремим групам ідентифікувати себе та взаємодіяти всередині цих спільнот. Наприклад, сленг широко використовується у тематичних групах, присвячених музиці, іграм, політиці чи культурі.

Цікавим аспектом є адаптація сленгу до різних соціальних та політичних контекстів. У Польщі, як і в багатьох інших країнах, сленг часто використовується для висміювання політичних подій або соціальних явищ. Це може бути як засобом критики, так і способом зняття напруги через гумор.

З огляду на тему нашого дослідження, зупинимося на сленгу, що використовується для висміювання політичних подій або соціальних явищ. Для прикладу, розглянемо використання сленгу у виданнях «Gazeta Wyborcza» та

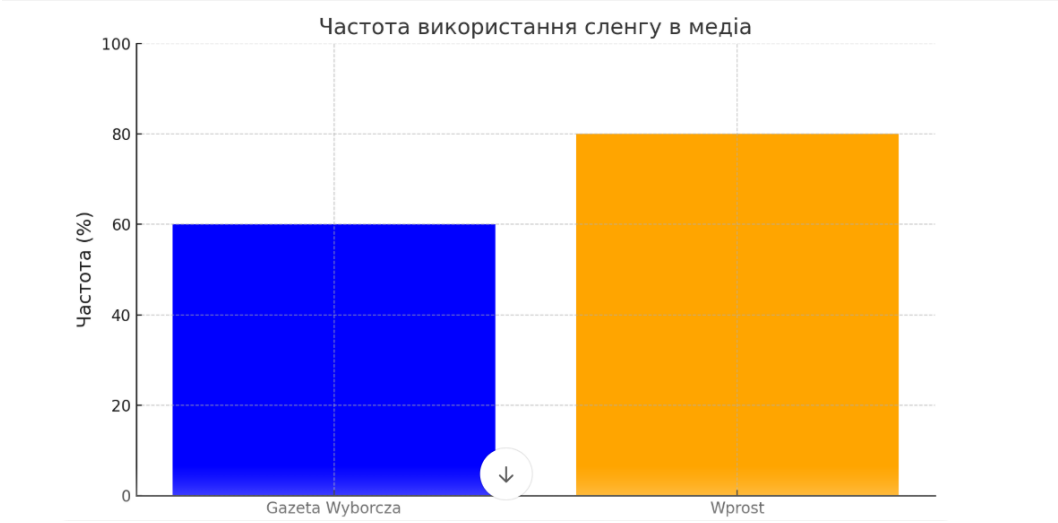
«Wprost». Ці два медіа представляють різні підходи до створення контенту і мають значний вплив на суспільну думку в Польщі.

У виданні «Gazeta Wyborcza», яке має ліберальний ухил, сленг часто застосовується для критики консервативних політиків і рішень. Наприклад, термін *«pisior»*, що походить від абревіатури правлячої партії «Prawo i Sprawiedliwość» (PiS), використовується в текстах і коментарях для позначення прихильників цієї партії з певною іронією або навіть зневагою. У статтях і редакційних колонках слово може зустрічатися в цитатах або у вигляді прямої мови, щоб підкреслити ставлення частини суспільства до політики PiS.

Видання «Gazeta Wyborcza» переважно дотримується формального стилю, але може вдаватися до молодіжного сленгу у статтях, що стосуються культури, музики чи соціальних змін. Відтак, сленг з'являється у цитатах або прямих мовленнях героїв статей, щоб зберегти автентичність мови; у блогах або авторських колонках журналісти використовувють сленг для створення більш неформального контакту з читачем.

У виданні «Wprost», яке відоме своєю більш таблоїдною подачею новин, часто використовуються сленгові вирази для гумористичного опису політичних скандалів. Наприклад, термін *«koryto+»* (дослівно «корито+») є іронічним відсиланням до соціальних програм уряду PiS, таких як «Rodzina 500+», і використовується для опису ситуацій, де політики отримують особисту вигоду. Цей термін підкреслює іронію в тому, що соціальні програми іноді служать не стільки суспільним інтересам, скільки укоріненню влади.

Порівняємо частоту використання сленгу в обох медіа (див. діагр. 1):



Діаг. 1: Частота використання сленгу в польських виданнях «Gazeta Wyborcza» та «Wprost»

Медіа	**Частота використання сленгу (%)**
Gazeta Wyborcza	60%
Wprost	80%

На діаграмі показано, що видання «Wprost» частіше використовує сленг, ніж «Gazeta Wyborcza», що може бути зумовлено більш таблоїдним стилем подачі матеріалу.

Звернемося до аналізу сленгу в текстах видань «Gazeta Wyborcza» та «Wprost», що є важливим для розуміння мовних практик, які застосовуються в сучасній журналістиці, особливо в контексті політичних та соціальних тем. Оскільки ці видання часто мають вплив на громадську думку, дослідження сленгу дозволяє глибше зрозуміти механізми маніпуляції, роль мови у формуванні політичних наративів і реагування на соціальні зміни. Вивчення таких мовних феноменів також дає змогу визначити, яким чином медіа використовують сленг (див. табл. 5 та 6).

Таблиця 5

Приклади найбільш вживаного сленгу, що використовується для висміювання політичних подій або політиків у виданні «Gazeta Wyborcza»

Сленговий вираз	Переклад/значення	Контекст використання в «Gazeta Wyborcza»
Pisior	Іронічна назва прихильників партії «Prawo i Sprawiedliwość» (PiS)	Використовується у статтях і коментарях для позначення представників чи прихильників партії з ноткою зневаги чи сарказму
Kaczyzm	Дослівно «качизм», від прізвища Ярослава Качинського, лідера PiS. Означає авторитарну політику, пов'язану з партією	Застосовується для критики урядових ініціатив або політики PiS, які сприймаються як недемократичні
Dobra zmiana	«Добра зміна» — слоган партії PiS, який часто іронічно використовується для опису негативних наслідків їхніх реформ	Вживається, коли описуються провальні або суперечливі реформи, що запроваджені урядом під цим гаслом
Orlenizacja	Від назви компанії Orlen, що символізує посилений контроль держави над стратегічними підприємствами	Іронічний коментар щодо централізації або націоналізації певних галузей економіки
Plusy dodatnie	Дослівно «додатні плюси» — фраза, яку використовують для висміювання невдалої чи абсурдної риторики політиків	Вживається в контексті цитування або коментарів на невдале мовлення представників влади

Наведені у таблиці сленгові вирази активно використовуються в «Gazeta Wyborcza» як у самих статтях, так і в заголовках чи рубриках для привернення уваги аудиторії та створення іронічного контексту.

Таблиця 6

Приклади найбільш вживаного сленгу, що використовується для висміювання політичних подій або політиків у виданні «Wprost»

Сленговий вираз	Переклад/значення	Контекст використання у «Wprost»
Koryto+	Іронічна відсилання до програми "Rodzina 500+", що має на увазі не стільки соціальну допомогу, скільки використання її для політичних цілей	Використовується для висміювання політичних ініціатив, які, на думку авторів, використовуються для політичного контролю
Jarek	Зменшена форма імені Ярослав, що використовується для критики Ярослава Качинського, лідера партії PiS	Часом використовується як жартиливе або іронічне звертання до політика, для висміювання його політичних кроків або рішень
Kaczyńskiński	Сленгове поєднання прізвища «Качинський» та закінчення «-ński», яке підкреслює авторитарність або	Використовується для критикування політики та стилю керівництва Ярослава Качинського, відображаючи його

	культ особи, пов'язаний з лідером PiS	політичну стратегію
PiSiorstwo	Іронічна форма, яка використовується для позначення всієї партії PiS в зневажливому контексті	Вживається у статтях для висміювання партії PiS як такої, що концентрує владу та має репутацію «партії заради влади»
Dobre zmiany	«Добрі зміни» — часто вживається саркастично для позначення реформ або змін, що фактично можуть мати негативні наслідки	У «Wprost» цей вираз часто вживається з іронією, щоб підкреслити несправжність обіцянок або суперечливі реформи уряду PiS

Ці сленгові вирази у виданні «Wprost» використовуються для створення емоційного відгуку у читачів, підкреслюючи скептицизм і критику до політичних ініціатив та лідерів PiS, часто в гумористичній або іронічній манері.

Аналізуючи сленгові вирази, що використовуються в «Gazeta Wyborcza» та «Wprost», можна побачити кілька спільних рис і відмінностей. Обидва видання застосовують сленг для висміювання правлячої партії PiS і її лідерів, зокрема Ярослава Качинського. Вони намагаються звернути увагу на негативні аспекти політики цієї партії, використовуючи іронію та сарказм.

Сленгові вирази, такі як *«Pisior»* у «Gazeta Wyborcza» та *«PiSiorstwo»* у «Wprost», показують зневажливе ставлення до прихильників партії, підкреслюючи негативний погляд на її політичні стратегії. В обох виданнях сленг використовується як засіб гумористичної критики політиків та їхніх ініціатив, зокрема таких, як реформи або соціальні програми, які можуть бути втілені неефективно або мати суперечливі наслідки.

Проте між виданнями є й відмінності. «Gazeta Wyborcza» використовує сленг, який більше фокусується на загальній політичній ситуації, критикуючи авторитаризм та стиль керівництва, зокрема через вирази, як *«Kaczyzm»* або *«Pisior»*. У цьому виданні акцент робиться на загальних засадах політики, не звертаючи стільки уваги на конкретні ініціативи. У той час як «Wprost» використовує більш конкретні вирази, як *«Koryto+»* або *«Jarek»*, звертаючи увагу на окремі політичні скандали чи ініціативи, що мають на меті маніпуляцію

або персоніфікацію політиків. Це дає виданню можливість не тільки критикувати політичні дії, а й висміювати особисті риси лідерів.

Таким чином, хоча обидва медіа використовують сленг для висміювання політичної ситуації в Польщі, «Gazeta Wyborcza» робить акцент на загальному контексті та критиці політичної системи, а «Wprost» зосереджує увагу на конкретних ініціативах та персоніфікації політиків, часто застосовуючи гумор для сатири.

Висвітлюючи сленгову лексику у медіапросторі Польщі, можна зробити висновок, що сленг є потужним інструментом у критичному осмисленні політичних подій і постатей. Польські медіа, зокрема «Gazeta Wyborcza» та «Wprost», активно використовують сленгові вирази для висміювання політиків і політичних ініціатив. Це дозволяє не тільки створювати гумористичні та саркастичні образи, але й ефективно передавати негативне ставлення до політичної ситуації в країні, зокрема до правлячої партії PiS. Використання сленгу робить критику більш доступною і зрозумілою для широкої аудиторії, додаючи до неї емоційного забарвлення.

Хоча основний напрямок використання сленгу в обох виданнях схожий – критика правлячої партії, – існують важливі відмінності у стилі та акцентуванні. «Gazeta Wyborcza» зосереджується на загальних політичних тенденціях та авторитаризмі, використовуючи більш загальні сленгові вирази, тоді як «Wprost» схильне персоніфікувати політиків та акцентувати на конкретних скандалах і ініціативах, що дозволяє створювати більш сатиричний і таблоїдний контекст. Водночас, обидва польських видання демонструють значення сленгу як інструменту не лише для критики, а й для створення конкретних соціально-політичних образів у масовій свідомості.

Висновок до розділу 2

Отже, узагальнюючи результати дослідження мовних засобів експресивізації у текстах сучасних польських ЗМІ, можна стверджувати, що ці засоби виконують ключову роль у формуванні емоційного та оціночного ставлення аудиторії до подій, явищ і осіб. Польські медіа активно використовують різноманітні мовні прийоми, зокрема сленгові вирази та метафори для посилення експресивності текстів та їхньої переконливості. Завдяки цим засобам журналісти не лише інформують, а й впливають на емоційний стан читачів, формуючи їхню точку зору на політичні й соціальні явища.

Особливістю польських медіа є різноманіття стилістичних підходів до експресивізації тексту. Видання з ліберальною позицією, такі як «Gazeta Wyborcza», використовують мовні засоби для критики системних політичних тенденцій, часто зосереджуючись на негативному забарвленні загальних понять і явищ. Інші медіа, наприклад «Wprost», надають перевагу персоналізованим прийомам, створюючи яскраві образи окремих політиків або подій через сатиру, сарказм і алегорії. Це забезпечує різні рівні впливу: від абстрактної критики до конкретних емоційних реакцій.

Таким чином, мовні засоби експресивізації є невід'ємною частиною сучасного медіадискурсу Польщі, збагачуючи тексти емоційністю та підсилюючи їхню комунікативну ефективність. Вони дозволяють ЗМІ виконувати не лише інформаційну, а й маніпулятивну функцію, впливаючи на сприйняття аудиторії через стилістичне оформлення текстів і вибір мовних засобів.

ВИСНОВКИ

Отже, досліджуючи тему «Метафора у польських політичних текстах», ми дійшли наступних висновків:

1. У процесі аналізу теоретичних основ дослідження метафори, зокрема в контексті політичного дискурсу, важливо зазначити, що метафора виступає потужним когнітивним інструментом, який не лише прикрашає мову, а й структурує сприйняття світу, надаючи йому конкретної форми. Вітчизняні та зарубіжні дослідники, зокрема Л. Вітгенштейн, Дж. Лакофф та М. Джонсон, наголошують на тому, що метафора є основним засобом, через який ми розуміємо складні соціальні й політичні процеси. Вони також підкреслюють важливість метафори для політичного дискурсу, оскільки вона дозволяє політикам маніпулювати масовою свідомістю, створюючи вигідні образи і уявлення про політичну реальність.

Теоретичні підходи до аналізу метафори у політичному контексті базуються на поєднанні когнітивної лінгвістики та соціолінгвістичних теорій, що дозволяють глибше зрозуміти механізми її впливу на сприйняття політичних ідей та образів. За допомогою метафор політичні актори не лише виражають свої погляди, а й сприяють конструюванню суспільної реальності. Таким чином, метафора стає важливим інструментом політичної комунікації, що активно використовується в медіа для формування громадської думки. Вивчення цих процесів, спираючись на роботи провідних лінгвістів і соціологів, дає можливість краще зрозуміти механізми політичного впливу та маніпуляції через мову.

2. Метафора у політичних медіатекстах виконує важливу роль як інструмент когнітивного моделювання та маніпуляції, що дозволяє політичним акторам та медіа створювати у свідомості аудиторії певні уявлення та емоційні реакції, а також маніпулювати їхніми переконаннями і оцінками.

Як інструмент когнітивного моделювання, метафора допомагає структурувати складні політичні концепти, спрощуючи їх сприйняття і надаючи їм конкретної форми. Метафора забезпечує механізм перенесення понять з однієї сфери на іншу, що дозволяє зрозуміти абстрактні або складні політичні явища через знайомі образи. Наприклад, опис політичної боротьби як «війни» чи «битви» формує уявлення про політичні процеси як конфлікти, де важливими є перемога і поразка. Це допомагає громадянам швидше зрозуміти ситуацію, але й водночас обмежує можливість інших інтерпретацій політичних подій.

Як інструмент маніпуляції, метафора активно використовує емоційні образи, що дозволяє політикам або медіа впливати на настрій і переконання аудиторії. Наприклад, метафори «корупційний вірус» або «політичне зараження» можуть створювати у людей образи, що формують негативне ставлення до певних політичних осіб чи ідей, навіть без конкретних доказів. Це сприяє тому, що аудиторія починає сприймати політичні проблеми через емоційні призми, що може значно знижувати рівень критичності та об'єктивності у прийнятті рішень.

Таким чином, метафора у політичних текстах не лише допомагає спростити сприйняття складних явищ, а й активно впливає на формування політичної реальності, маніпулюючи думками та емоціями громадян.

3. У польському політичному дискурсі використовуються різноманітні метафоричні моделі, які виконують когнітивні, емоційні та маніпулятивні функції. Основні метафоричні моделі, які можна виділити в польських політичних текстах, включають: гру, театр, війну, спорт, хворобу, кухню, навчання, транспортний засоби, торгівлю, природу, магію та цирк. Вони виконують важливі функції в політичному дискурсі, як-от когнітивне моделювання складних соціальних явищ, маніпулювання емоціями громадян та формування політичних рамок для інтерпретації поточних подій. Вони також використовуються для підтримки або делегітимізації політичних рішень та

ініціатив, допомагаючи або заохочувати, або відштовхувати громадян від певних політичних концепцій.

4. Проведений аналіз метафор та сленгових виразів у польських медіатекстах «Gazeta Wyborcza» та «Wprost» дозволяє зробити кілька важливих висновків щодо їхнього впливу на сприйняття аудиторії.

По-перше, метафори, використовувані в цих виданнях, служать потужним інструментом когнітивного моделювання, оскільки вони перетворюють абстрактні політичні процеси на зрозумілі образи, допомагаючи аудиторії краще усвідомити складні явища. Наприклад, метафори «війни» чи «битви» створюють уявлення про політичні суперечності як боротьбу, що налаштовує читачів на сприйняття політичних процесів через призму конфлікту і конкуренції. Це сприяє поляризації суспільства і може підсилювати емоційну реакцію громадян.

По-друге, метафори і сленгові вирази в медіа виконують маніпулятивну функцію, орієнтуючи громадян на певні оцінки політичних подій або осіб. Використання сленгових виразів має яскраво негативне забарвлення, що допомагає підсвітити проблеми у владі або політиці, одночасно створюючи у аудиторії відчуття невдоволення або тривоги. Це може призводити до формування стереотипних уявлень і навіть до втрати довіри до політичних інститутів.

По-третє, обидва видання активно використовують метафори і сленг для створення емоційного резонансу. Це дозволяє не лише забезпечити більш ефективну передачу політичних повідомлень, а й активізувати громадянську позицію. У цьому контексті важливим є те, що, навіть через негативне забарвлення сленгових виразів або метафор, медіа здатні сприяти утвердженню певних політичних установок і орієнтацій у суспільстві.

Таким чином, метафори та сленгові вирази в польських медіатекстах значно впливають на сприйняття політичних подій та осіб аудиторією, формуючи певні стереотипи, емоційні настрої і політичні оцінки. Вони є

важливими інструментами впливу на громадську думку та можуть значною мірою визначати політичну атмосферу в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аскерова І. А. Семантичне поле назв емоційно-афективних станів у польській мові : дис. … канд. філол. наук: 10.02.03 / І. А. Аскерова. Київ, 2006. 230 с.
2. Берн Е. Ігри, у які грають люди / Е. Берн; пер. з англ. К. Меншикової. 2022. Харків : Клуб сімейн. дозвілля. 255 с.
3. Білоноженко В. М. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів. Київ : Наук. думка, 1989. 154 с.
4. Бойко Н. І. Конотативна лексична семантика: інтенсивний і параметричний складники : монографія. Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2011. 167 с.
5. Бойко Н. І. Критерії виділення експресивної лексики. // *Гуманітарний вісн. Сер. Іноземна філологія: Проблеми сучасн. світ. літ. та лінгвістики*. Черкаси : ЧІТІ, 2000. Число 4. С. 100–105.
6. Дащенко Н. Експресивні засоби газетного дискурсу. Лінгвостилістика: об’єкт – стиль, мета – оцінка : *зб. наук. праць, присвяч. 70-річчю від дня народж. проф. С. Я. Єрмоленко* / Відп. ред. акад. НАН України В. Г. Скляренко. Київ, 2007. С. 316–323.
7. Дорогович Н. О. Мовна експресія в художніх текстах українського резистансу 40–50-х років XX століття : дис. … канд. філол. наук: 10.02.01. / Дорогович Н. О. Івано-Франківськ, 2013. 282 с.
8. Зонтаґ С. Хвороба як метафора. СНІД та його метафори. Київ : Вид-во Жупанського, 2012. 162 с.
9. Ідзьо М. В. Ekspresywne innowacje leksykalne na łamach współczesnej polskiej prasy. Глухів. наук. читання 2015. *Актуал. питання суспіл. та гуманітар. наук : матеріали V Міжнар. інтернет-конф. молодих учених і студентів, 25 – 27 листоп. 2015 року, Глухів*. Глухів : РВВ Глухівського НПУ ім. О. Довженка, 2016. С. 167–170.

10. Ідзьо М. В. Експресивні можливості фразем у текстах польських ЗМІ (2001–2015 рр.). Караз. читання: *Людина. Мова. Комунікація. 2016-й – рік англійської мови : тези доп. XV наук. конф. з міжнар. участю, 5 лют. 2016 р., Харків.* Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. С. 55–56.
11. Ідзьо М. В. Оцінно-експресивна наснага публіцистичного тексту (на матеріалі сучасної польської преси). *Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського :* зб. наук. пр. Київ : Академія, 2014. Вип. 24. С. 66–74.
12. Ідзьо М. В. Фразеологічні одиниці як засоби мовної експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ. *Мовознавство*. 2016. № 3. С. 69–76.
13. Ільченко О. А. Метафоричні словосполучення в проекції на мову української преси поч. XXI ст.: лінгвістичний статус, засоби актуалізації. *Лінгвістичні дослідження : зб. наук праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди.* 2011. Вип. 32. С. 127–133.
14. Красавіна В. В. Метафора як засіб експресивізації заголовка в сучасних інтернет-ЗМІ. *Modern philology: relevant issues and prospects of research : Conference proceedings, October 20–21*. Lublin : «Baltija Publishing». 2017. P. 185–187.
15. Кравець Л. В. Метафора як засіб творення картини світу у мові ЗМІ. *Одеський лінгвістичний вісник.* 2017. Спецвипуск. С. 97–100.
16. Коваль Т. Л. Засоби експресивізації українського газетного дискурсу початку XXI ст. : дис. … канд. філол. наук: 10.02.01. Херсон, 2011. 203 с.
17. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань) : дис. … канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2002. 167 с.
18. Кравчук А. «Гра у фразеологію»: фразеологічні інновації в сучасній польській пресі. *Проблеми слов'янознавства*: зб. наук. пр. / під ред. В. Чорнія. Львів : Копальня, 2007. Вип. 56. С. 317–318.

19. Крайчинська Г. Розвиток фразеологічної науки в Польщі. *Проблеми слов'янознавства*: зб. наук. пр. / Під ред. В. Чорнія. Львів : Копальня, 2005. Вип. 55. С. 164–180.
20. Мінкова О. Експресивний потенціал засобів вторинної номінації в мові новітньої української публіцистики : монографія. Мелітополь : Вид. будинок ММД, 2012. 176 с.
21. Овсієнко А. С. Метафора в масмедійному дискурсі. *Лексика украньских мас-медіа :* монографія / за ред. Марини Навально. Переяслав-Хмельницьки: «Видавництво К С В», 2019. С. 161–168.
22. Овсієнко А. С. Функціонально-стилістичний вияв лексеми. Революція в мові українських засобів масової інформації. *Закарпатські філологічні студії.* 2019. Вип. 11. т. 1. С. 47–51.
23. Одинецька Л. В. Роль метафори в засобах масової інформації. *Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій: зб. наук. пр. НПУ імені М. П. Драгоманова.* 2017. Вип. 6 С. 44–48.
24. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : дис. … канд. філол. наук: 10.02.01. Кривий Ріг, 2004. 195 с.
25. Павлюх М. В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа : дис. … канд. із соц. комун.: 27.00.04. Львів, 2016. 224 с.
26. Рис У.Г. Категорія інтенсивності у сучасній польській мові: когнітивносемантичний аспект : дис. … канд. філол. наук: 10.02.03. Івано-Франківськ, 2009. 215 с.
27. Руденко М. Загальнолінгвістичний аспект вивчення сленгу (50-і рр. XIX ст. – початок XXI ст.). *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології :* збірник наукових праць. 2019. Вип 7. С. 8–20.
28. Трач Н. С. Єврометафори в мовленні масмедіа (украньско-польські паралелі на матеріалі видань «Украньский тиждень» та «Gazeta

Wyborcza»). *Наукові записки НаУКМА.* 2014. Т. 164: Філологічні науки. С. 66–73.

29. Щур І.І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук:. 10.02.01 Київ, КНУ імені Т.Шевченка, 2006. 20 с.
30. Bąba S. Innowacje frazeologiczne – analiza, kryteria, oceny. *Poradnik Językowy*. 1995. Z. 4. S. 21–29.
31. Biedrzycki M. Nieobecność boskiego punktu widzenia. Wymóg transgresji w filozofii języka Jeana-François Lyotarda. (*Nie)obecne granice. Szkice o obliczach transgres*ji / Pod red. K. Kuropatwa, D. Rode. Kraków, 2001. S. 11–23.
32. Bogołębska B. O niektórych przejawach kultury postmodernistycznej w dziennikarstwie na przykładzie gatunków prasowych. *Styl – Dyskurs – Media* / Pod red. B. Bogołębskiej i M. Worsowicz. Łódź : Wydwo Uniw. Łódzkiego, 2010. S. 115–122.
33. Fliciński P. Sposoby pomnażania współczesnego zasobu frazeologicznego polszczyzny. *Perspektywy współczesnej frazeologii polskiej*. *Teoria. Zagadnienia ogólne* / Pod red. S. Bąba, K. Skibski, M. Szczyszka. Poznań, 2010. S. 21–32.
34. Gajda S. Nowe media w perspektywie lingwistycznej. *Styl – Dyskurs – Media* / Pod red. B. Bogołębskiej, M. Worsowicz. Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2010. S. 25–31.
35. Grochala B. Intertekstualność w nagłówkach „Gazety Wyborczej". *Tekst w mediach* / Pod red. K. Michalewskiego. Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2002. S. 222–229.
36. Walczak B., Czy zaleje nas fala wulgaryzmów? *Polonistyka,* 2012, nr 6, s. 51-52.
37. Warchala J., Skudrzyk A. Kultura piśmienności młodego pokolenia, Oficyna

Wydawnicza WW, Katowice. 2010.185 s.

38. Waszakowa K. O derywatach analogicznych i słowotwórstwie analogicznym, Sprache im Kulturkontext, red. H. Burkhardt, R. Hammel, M. Łaziński. Berlin. 2012. s. 161–171
39. Waszakowa K. Rozkładalność i kompozycjonalność struktur słowotwórczych, Słowotwórstwo a inne sposoby nominacji, red. K. Kleszczowa, L. Selimski, Katowice. 2000. s. 63–69
40. Wileczek A. Kod młodości. Młodomowa w aspektach społeczno-kulturowych. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2018. 185 s
41. Wileczek A. Współczesna polska młodomowa – kierunki rozwoju semantycznego. *Проблеми на устната комуникация*. 2017. №1: С. 135-150.
42. Wojtak M. Potoczność w tekstach prasowych. Język trzeciego tysiąclecia T. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*. Red. G. Szpila. Seria „Język a Komunikacja", nr 4. Kraków. 2002. s. 324.
43. Zabawa M., My blogasek bierze udział w konQursie Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Red. M. Filiciak, G. Ptaszek,Warszawa 2009, s. 60-78.
44. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2008 185 s.
45. Zgółkowa H. Gwara uczniowska (szkolna) w poszukiwaniu inspiracji. Oblicza polszczyzny, red. A. Markowski, R. Pawelec, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa. 2012. s. 82–90
46. Zgółkowa H. Nowy słownik gwary uczniowskiej, Ossolineum, Wrocław. 2003. 198 s.

Декларація

академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, *Шевченко Дмитро Сергійович*, студент(ка) 2-го курсу, форми навчання *денної* , факультету *філологічного* спеціальності *035 "Філологія"* спеціалізації *"Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша - польська"* освітньої програми *"Переклад (та міжкультурні комунікації»,*

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Метафора в польських політичних текстах»
відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____ Шевченко Дмитро Сергійович

Дата_____Підпис_____ Муравін Олександр Володимирович