

УДК 81'373.612.2:[338 (430)+316.77]

ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКІ МЕТАФОРИ В НІМЕЦЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Строганова Г.О.

Київський національний торговельно-економічний університет

Статтю присвячено дослідженню індивідуально-авторських метафор у німецькому економічному медіадискурсі. Подано визначення поняття «індивідуально-авторські метафори», розглянуті їх основні характеристики. Виявлені основні тенденції вживання індивідуально-авторських метафор у німецькому економічному медіадискурсі. Дослідження виконано в контексті теорії мовної особистості. Індивідуально-авторські метафори розглядаються як спосіб реалізації мовної особистості журналіста.

Ключові слова: економічний медіадискурс, концептуальна метафора, мовна особистість, індивідуально-авторська метафора, розгорнута метафора, неконвенційна метафора.

Постановка проблеми. У сучасному німецькому економічному медіадискурсі для репрезентації економічних понять активно використовують конвенційні і неконвенційні метафоричні вислови. Серед неконвенційних метафор особливе місце посідають індивідуально-авторські метафори. Авторами таких метафор часто стають журналісти, а також політики, економісти та громадські діячі.

У межах антропоцентричного підходу в мовознавстві панує уявлення про автора тексту як про «мовну особистість». Мовна особистість (МО) – це суб'єкт мовлення, який виявляє себе в мові (текстах) та через мову [1, с. 38]; це людина, яка створює нетривіальні тексти, тобто яка здатна моделювати мовні одиниці (номінативні новації), усвідомлювати структури й закономірності породження смислу, а також творчо, естетично використовувати мовні одиниці, їхню синтагматику й архітектоніку тексту з метою втілення індивідуально-авторського світосприйняття, моделювання різноманітних світів, рефлексій над механізмом мови [1, с. 38].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній лінгвістиці дослідженню МО присвячено праці Г.І. Богіна, С.Г. Воркачова, Г.В. Ейгера, В.І. Карасика, Ю.М. Караулова, В.П. Нерознака, І.Г. Ольшанського, О.В. Пузирьова, В.І. Шаховського, І.А. Синиці та інших фахівців; МО в економічному дискурсі – Р.Є. Пилипенка, М.С. Дорофєєвої. Існує чимало класифікацій МО на основі різноманітних параметрів (В.П. Нерознак, В.І. Карасик, Р.Є. Пилипенко, О.Б. Сиротиніна, К.Ф. Седов та інші фахівці). У галузі економічної діяльності Р.Є. Пилипенко виявив «мовну особистість економіста». Зокрема, інституційну економічну специфіку німецького суспільства відтворюють два основні типи мовних особистостей: економісти-фахівці у зв'язках із громадськістю (*Wirtschaftsideologen*) і економісти, фахово ангажовані в журналістиці (*Wirtschaftsjournalisten*) [4, с. 175].

Важливим компонентом економічного медіадискурсу є мовна особистість журналіста (МОЖ). У сучасному німецькому економічному медіадискурсі виявляється тенденція до індивідуалізації стилю журналіста. За висловом С.І. Сметаніної, автор сучасного медіатексту постає перед читачами як особистість, яка самостійно осмислює й оцінює ситуацію, демонструє світоглядну позицію та індивідуальність «мовною розкріпаченістю», прагненням відійти від кліше газетно-публіци-

тичного стилю [5, с. 5]. Сучасний журналіст є особистістю нестандартною [2, с. 112], яка шукає нових можливостей утілення думки і почуття.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри велику кількість праць, присвячених дослідженню МО, індивідуально-авторські метафори як форма реалізації МОЖ ще не були об'єктом спеціального аналізу. Відсутні й дослідження МОЖ як важливого фактора метафоротворення в сучасному німецькому економічному медіадискурсі.

Мета статті. Головною метою статті є аналіз індивідуально-авторських метафор німецького економічного медіадискурсу в контексті теорії мовної особистості та виявлення основних тенденцій їх вживання у досліджуваному дискурсі.

Матеріалом дослідження є індивідуально-авторські метафори, вилучені методом суцільної вибірки з економічних рубрик німецьких періодичних видань «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ), «Handelsblatt» (HB), «Die Welt», «Die Zeit», «Berliner Morgenpost» (BM).

Виклад основного матеріалу. Під індивідуально-авторськими метафорами розуміємо творчі метафоричні вислови, вжиті в певному контексті лише один раз. Індивідуально-авторські метафори є мовленнєвим феноменом. Вони не відтворюються, а породжуються мовленням автора й вирізняються експресивністю. Індивідуально-авторські метафори тривалий час зберігають виразність і яскравість образу. Особливою рисою індивідуально-авторських метафоричних новоутворень є контекстозалежність. Їх значення зумовлено контекстом; поза контекстом вони, як правило, не можуть бути ідентифіковані як метафори. Отже, індивідуально-авторським метафорам притаманні такі ознаки: оригінальність, яскравість і виразність, контекстозалежність.

Варто зауважити, що найбільш удалі індивідуально-авторські метафори швидко «підхоплюють» і починають уживати інші журналісти, економісти та політики. Набуваючи поширення, такі метафори переходять від розряду індивідуально-авторських до загальноживаних.

Так, відносно новою в німецькому економічному медіадискурсі є негативно забарвлена метафора *Heuschrecken* (*сарана*), яка вперше була вжита в 2005 році головою соціал-демократичної партії Німеччини Францем Мюнтерферінгом. Він порівняв поведінку деяких «анонімних інвесторів» із нашествиям сарани. Сьогодні цю ме-

тафору вживають у німецькому економічному медіадискурсі для позначення й характеристики діяльності так званих хедж-фондів та фондів-«стерв'ятників». Наприклад:

Heuschrecken sind besser als ihr Ruf. Private-Equity-Gesellschaften und Hedge-Fonds wird immer wieder rücksichtsloses Wirtschaften vorgeworfen – vor allem auf Kosten der Mitarbeiter [HB 14/11/2011].

Індивідуально-авторські метафори є відбиттям мовної особистості автора. Їх аналіз дозволяє визначити специфіку мовно-культурних характеристик автора.

У структурі МО Ю.М. Караулов виокремлює вербально-семантичний, лінгвокогнітивний та мотиваційний рівні [1]. Світосприйняття МО є результатом поєднання зазначених рівнів і втілюється у створюваних нею текстах. Нестандартність МОЖ, її творча індивідуальність виявлено на всіх рівнях структури МО.

На вербально-семантичному рівні індивідуальність МО сучасного журналіста виявлено в активному вживанні розгорнутих метафоричних образів. Індивідуально-авторські метафори можуть розгорнутися в речення або навіть у текст.

При вживанні розгорнутих метафор у переносному значенні може бути вжито:

- частину речення (*Fed-Chef Ben Bernanke hatte die Stimmung für QE2 – Quantitative Erleichterung 2.0 – vorab getestet, wie ein Golfer einen neuen Schläger auf dem Grün* [HB 05/11/2010, von Midia Nuri]; *kurzfristige Spekulanten wechseln die Aktien so schnell wie Vierjährige ihren Berufswunsch* [FAZ 14/01/2012, von Patrick Bernau]);

- ціле речення (*Heuschrecken saugen aus, obwohl sie das biologisch gar nicht können, und schaden nur* [FAZ 27/09/2013, von Carsten Knop]; *Die Brandstifter dürfen nicht länger Feuerwehr spielen können* [HB 12/08/2011, von Hannes Vogel]; *«Man sollte nicht die Brandmelder verbieten, wenn es brennt», sagte das FDP-Bundesvorstandsmitglied Frank Schäffler* [HB 11/08/2011];

- кілька взаємопов'язаних речень або текст (*Letztlich seien die jüngsten Nachrichten aus Athen nicht mehr als Wasserstandsmeldungen. «Und mag der Pegel am Donnerstag auch gesunken sein: Das Wasser steht allen Beteiligten auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlichem Ausmaß immer noch bis zum Hals. Mindestens»* [HB 10/02/2012, von Midia Nuri].

У наведених прикладах при розгортанні метафоричного образу використано метафори, які належать до однієї концептуальної сфери. Розгорнуті метафори також можуть утворювати за рахунок різних концептуальних сфер.

Індивідуально-авторський підхід, що полягає в оригінальному поєднанні різних сфер-джерел метафоризації в одному метафоричному образі, спостерігаємо в такому прикладі:

Vom Tiger zum Zombie. In Irland ballen sich all die Probleme, die in anderen Ländern Europas nur einzeln auftreten. Damit ist der keltische Tiger zum Zombie mutiert, der die gesamte Eurozone angefallen hat und die Zukunft der Gemeinschaftswährung in Frage stellt [HB 24/11/2010, von Katharina Slodczyk und Olaf Storbeck].

Індивідуально-авторський підхід може полягати у використанні в межах одного тексту кіль-

кох взаємопов'язаних метафор – як конвенційних, так і неконвенційних, які належать до одного метафоричного концепту, тим самим утворюють єдиний образ і забезпечують зв'язність текстової структури. Розгортання лудичної метафори театральної гри спостерігаємо в такому прикладі:

Griechenland: Klassische Tragödie oder bürgerliches Trauerspiel?

Es sind nicht nur die Verbindungen des Landes zu Sophokles, die dazu verführen, die schwierige Haushaltssituation Griechenlands als Tragödie zu interpretieren, die sich gerade entfaltet. Ein Chor der Euroskeptiker hat eine überzeugende Ode der Verzweiflung angestimmt. Ihre Cassandra-Rufe kündigen davon, dass eine Währungsunion ohne einen einheitlichen Haushalt immer dem Untergang geweiht ist. Die «No-bailout»-Klausel, die betrügerischen Griechen und die kleinlichen Deutschen – oh, wehe dem Euro und der Eurozone.

Dieser tragische Chor geht dem Euro zeitlich weit voraus. Von der Gründung der Montanunion im Jahr 1951 an war das paneuropäische Ideal in weiten Kreisen als unrealistisch abgetan worden.

Das Wirtschaftsdrama, das sich in den Randgebieten abspielt, sieht wie die Art von Herausforderung aus, bei deren Lösung sich die EU bewährt hat.

Doch bei dem Epos der Eurozone mag es sich weniger um eine klassische Tragödie handeln als um ein modernes bürgerliches Trauerspiel – mit glücklichem Ausgang [HB 16/02/2010, von Edward Hadas].

Отже, важливою характеристикою МОЖ на вербально-семантичному рівні є активне вживання розгорнутих метафор.

На лінгвокогнітивному рівні даються ознаки індивідуальні переваги МО автора в добір та ієрархії метафоричних концептів. З одного боку, відбувається актуалізація знань та уявлень, притаманних мовній особистості як представникові певного соціуму: журналіст відбиває у створених ним текстах традиційні метафоричні концепти. А з іншого боку, він прагне нових, ефективніших індивідуально-стилістичних засобів мовної виразності. Саме цей рівень віддзеркалює ієрархію цінностей МОЖ.

Індивідуально-авторські метафори не завжди входять до складу традиційних метафоричних концептів німецького економічного медіадискурсу. Для їх створення можуть використовувати ті концептуальні сфери, які виявилися малопродуктивними в процесі конвенційного метафоротворення.

Так, джерелом утворення неконвенційних метафор можуть бути релігійні, міфологічні, історичні й літературні образи. Розуміння таких метафор передбачає наявність у адресата певних фонових знань.

Релігійні образи. У німецькому економічному медіадискурсі для метафоричної репрезентації економічних понять використовують такі релігійні образи:

- апокаліпсис, або кінець світу (для зображення фінансово-економічної кризи та її наслідків)

- *Die Apokalypse des Euro, die Hans-Olaf Henkel in seinem neuen Buch prophezeit, bleibt offenbar aus* [HB 21/08/2013, von Gabor Steingart];

- Страшний суд (для метафоричної репрезентації економічного краху)

▫ *Dem Finanzsektor stehe das Jüngste Gericht bevor* [НВ 30/09/2008, von Rob Cox, USA];

▫ протиставлення добра і зла (використовують у метафоричному порівнянні європейських країн з відносно стабільною економікою (праведники) з країнами із кризовою економікою (грішники); здатність до знаходження шляхів подолання економічної кризи репрезентовано як добродієвість, тоді як складне фінансове становище – як гріх)

▫ *Die EU besinnt sich auf deutsche Tugenden. Europa besinnt sich auf deutsche Rezepte gegen die Krise* [ВМ 24/06/2012, von Stefanie Bolzen und Florian Eder];

▫ *Europa wird polnische Tugenden noch brauchen. Dank ihres soliden Wirtschaftens sind sie (die Polen) besser durch die Krise gekommen als der Süden Europas* [Die Welt 17/03/2013, von Gerhard Gnauk];

▫ *Die Griechen sind Sünder, aber sie sind reuige Sünder* [НВ 03/05/2010, von Gabor Steingart];

▫ *Auch ohne europäischen Finanzminister gibt es für die Griechen, Iren und Portugiesen – indirekt auch für die Spanier – bereits ein solches Regiment: Sie stehen auf dem Gebiet der Finanz- und Wirtschaftspolitik unter europäischer Kuratel. Den Sündern muss dies zur Warnung dienen; wer tugendhaft ist, braucht sich davor nicht zu fürchten* [FAZ 10/06/2011, von Günther Nonnenmacher].

Для метафоричної репрезентації економічних явищ також вживають біблійні сюжети, назви та імена. Так, для метафоричного зображення важкого економічного становища в Італії використано біблійний образ долини плачу:

▫ *Einmal wenigstens sollte sich Berlusconi jetzt allein auf die Interessen seines schmerzhaft betroffenen Landes konzentrieren, fordern manche Kritiker des «Cavaliere». Andere sehen nur in ihm das Glaubwürdigkeitsproblem Italiens und wollen ohne Berlusconi die Fahrt aus dem Jammertal versuchen* [НВ 03/08/2011].

Міфологічні образи. Метафоричні образи, вжиті в німецькому економічному медіадискурсі, можуть бути запозичені з античної міфології:

▫ *Es sei eine gefährliche Illusion zu glauben, Deutschland könne sich von den Problemen in Europa abschotten und wie auf einer Insel der Seligen prosperieren* [НВ 10/01/2011, von Josef Ackermann].

Цей образ запозичений з грецької міфології. Благополучна економічна ситуація в Німеччині порівнюється з життям на «островах блаженних», або Елізії (*Insel der Seligen*) – частини потойбічного світу, де перебувають душі блаженних і праведників; чудової країни вічної весни, де немає хвороб, війн та страждань.

Історичні образи. Для репрезентації економічних понять у німецькому економічному медіадискурсі можуть вживати метафори, які:

▫ відсилають до конкретної історичної події

▫ *Die Staatsschuldenkrise hat sich über die Länder des Euroraums verbreitet wie im vierzehnten Jahrhundert der Schwarze Tod* [FAZ 23/08/2011, von Christian Geinitz].

Для метафоричного зображення економічної кризи використано образ епідемії «чорної хвороби», яка охопила в XIV столітті всю Європу. З розповсюдженням епідемії чуми порівняно

процес поширення економічної кризи на європейські країни.

▫ указують на конкретну історичну особу

▫ *Italiens Finanzminister plant «Blut-und-Tränen»-Sparpaket. Finanzminister Giulio Tremonti hatte Italien am Donnerstag auf drastische Sparmaßnahmen und Reformen vorbereitet* [НВ 12/08/2011].

Для метафоричної репрезентації комплексу заходів з економії коштів використано метафору *Blut-und-Tränen-Sparpaket*, яка відсилає до відомого вислову «Blut, Mühsal, Tränen und Schweiß» («Кров, тяжка праця, сльози та нім»), уперше вжитого в 1849 році італійським політиком Дж. Гарібальді в його зверненні до народу, а в 1897 – Т. Рузвельтом у Вищому військово-морському коледжі США. Проте активного поширення в західноєвропейських країнах цей вислів набув завдяки відомій промові британського прем'єр-міністра У. Черчилля, яку було виголошено 13-го травня 1940 перед Палатою громад під назвою «Blut, Schweiß und Tränen»-Rede (англ. Blood, sweat and tears); укр. «Кров, піт та сльози»).

Літературні образи. Для зображення економічних явищ уживають загальновідомі літературні образи. Так, образ гри в бісер використано для репрезентації процесу виключення збанкрутілих країн з Євросоюзу:

▫ *Die Erwägung, ein Mitglied der Eurozone – damals ging es nur um Griechenland – im Fall drohender Insolvenz auszuschließen, blieb ein Glasperlenspiel: Vertragsrechtlich und politisch ist das nicht möglich, die ökonomischen Konsequenzen wären unabsehbar* [FAZ 10/06/2011, von Günther Nonnenmacher].

Розуміння метафори *das Glasperlenspiel* (гра в бісер) вимагає від адресата знання тексту роману німецького письменника Г. Гессе «Гра в бісер». У творі немає точного опису правил гри. Вони настільки складні, що уявити їх наочно просто неможливо. Грою в бісер автор наведеного тексту називає міркування політиків та економістів про виключення неплатоспроможних країн з Євросоюзу. Уживаючи цю метафору, автор підкреслює складність та навіть нереальність цього процесу. Гра в бісер – це фіктивна гра, або марна спроба виключити збанкрутілих членів Євросоюзу.

Отже, специфіка мовно-культурних характеристик МОЖ на лінгвокогнітивному рівні полягає у використанні неконвенційних метафор, утворених у межах літературних, релігійних, міфологічних та історичних концептів, які не входять до традиційних метафоричних концептів німецького економічного медіадискурсу.

Індивідуальність автора вбачається в тому, що він не вдається до традиційного мислення про економічні явища і події, а намагається змінити його через вживання неконвенційних метафор. Завдяки МОЖ відбувається поступове формування нових ключових метафоричних концептів німецького економічного медіадискурсу (наприклад, релігійних або міфологічних) і відповідно нового погляду на економічну дійсність.

На мотиваційному рівні індивідуальність МОЖ виявляється в доборі засобів впливу на свідомість адресата. Мета, яку ставить перед собою сучасний журналіст, створюючи еконо-

мічні тексти, – не лише поінформувати читача, а й вплинути на його думку, сформувавши певне ставлення до тієї чи іншої економічної проблеми. Мовна особистість журналіста – це не безсторонній оповідач, а виразник оцінки економічних подій.

Ефективним засобом впливу на свідомість адресата є вживання так званих метафор-міфологем. Під міфологемою слід розуміти істотну частину міфу або його провідний мотив, функцією якого є збереження важливого загальнокультурного змісту. Міфологема є вербальним носієм міфу. Це образ, який характеризує цілісність та сталий комплекс мовних характеристик. Міфологему об'єктивують метафори та алюзії, які відсилають адресата до прецедентних текстів.

Міфологема в економічному медіадискурсі виконує функцію сугестивного впливу на адресата та вживається насамперед з метою «дезорієнтації споживачів у їхньому життєвому світі» [3, с. 17]. Людина, яка не володіє критичною свідомістю, як правило, досить емоційно сприймає інформацію, репрезентовану за допомогою міфологем.

До метафор-міфологем належать усі розглянуті релігійні образи. Так, негативно забарвлені метафори-міфологеми кінця світу, Страшного суду навіюють відчуття тривоги, страху, відчаю. У свою чергу, вживання позитивно забарвлених метафор *die Tugend* (добродієвність), *tugendhaft* (добродієвний) та негативно забарвленої метафори *der Sünder* (грішник) формує в адресата відповідно позитивне ставлення до одних країн Євросоюзу та негативне – до інших.

Міфологема апокаліпсису узагальнює глобальні, універсальні теми та сюжети катастрофи. Апокаліпсис, або кінець світу, – це поширена релігійна метафора, яка вживається для зображення зпрогнозованої або уявної загрози припинення існування людства, цивілізації, всесвіту. Важливими семантичними компонентами міфологеми апокаліпсису є боротьба добра проти зла, катастрофа, припинення життя на Землі, Страшний суд.

Розгортання релігійної метафори апокаліпсису спостерігаємо в статті «Finanzkrise: Irrtum der Endzeitpropheten», написаній німецьким журналістом Р. Ханком:

□ *Finanzkrise: Irrtum der Endzeitpropheten. Apokalypse hat Konjunktur. Die Propheten des Weltuntergangs sind unter uns. Sie werden nicht Recht behalten. Denn der Kreislauf von Gier und Angst ist so alt wie die Menschheit. Und die Geschichte dreht sich weiter... Es herrscht Endzeitstimmung. Der pathetische Ton der Apokalyptik*

ist en vogue: Von einer «Zäsur wie im Wendejahr 1989/1990» ist die Rede: Damals sei der Sozialismus untergegangen, heute der Kapitalismus... Vorherrschend aber ist die Suche nach den Schurken. Darauf versteht die große Koalition der Endzeitpropheten sich prima...Kein Wunder, dass die Banker sich als Büsser verkleiden... Je apokalyptischer die Zäsur gemalt wird, desto verderbter muss die Zeit davor davon abgesetzt werden: Kriminelle Finanzjongleure, destruktive Banker und verantwortungslose Geldpolitiker haben sich offenbar verschworen, die Welt in den Untergang zu treiben. Ein historisch einmaliger Vorgang. Wer das Ganze geschichtsphilosophisch überhöht, erklärt die schmerzhafteste Krisenerfahrung als notwendigen Läuterungsprozess auf dem Weg zurück zur wirtschaftlichen Tugend... Plötzlich ist das Vertrauen dahin – die Blase platzt, und die Bankiers werden auf die Guillotine geschickt. Doch wenig später muss man sie wieder reanimieren: Die Welt braucht Geld [FAZ 21/12/2008, von Rainer Hank].

Текст статті відзначається сугестивністю. Крім метафори кінця світу використані й інші релігійні образи: пророк; грішник, який кається; а також метафоричний образ гільйотини як засобу покарання за провину.

Уживання релігійних метафор у цій статті є яскравим вираженням мовної особистості Р. Ханка, відображенням його світоглядних настанов. Р. Ханк – не лише журналіст, а і теолог за освітою, тому для метафоричної репрезентації економічних подій він обирає ті метафоричні образи, які є більш близькими та зрозумілими для нього.

Висновки і пропозиції. Отже, індивідуально-авторська метафора є, з одного боку, яскравою формою вираження МОЖ, яка дозволяє визначити специфіку авторського світосприйняття. З іншого боку, МОЖ є важливим фактором неконвенційного метафоротворення в сучасному німецькому економічному медіадискурсі. Основними тенденціями вживання індивідуально-авторських метафор у досліджуваному дискурсі є активне використання розгорнутих метафор та нетрадиційних для німецького економічного медіадискурсу метафоричних образів, утворених у межах літературних, історичних, релігійних і міфологічних концептів. Завдяки вживанню таких концептів МОЖ здатна впливати на формування нового погляду на економічну дійсність.

Перспективним напрямком вважаємо дослідження прагматичного потенціалу індивідуально-авторських метафор, утворених поза межами традиційних метафоричних концептів німецького економічного медіадискурсу.

Список літератури:

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
2. Нерознак В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В. П. Нерознак // Язык. Поэтика. Перевод. – М., 1996. – С. 112-116.
3. Пилипенко Р. Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Р. Є. Пилипенко. – К., 2007. – 40 с.
4. Пилипенко Р. Є. Німецький економічний дискурс: методологія, жанри, моделі: монографія / Р. Є. Пилипенко. – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2005. – 316 с.
5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С. И. Сметанина. – СПб: Изд-во Михайлова, 2002. – 383 с.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Berliner Morgenpost [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.morgenpost.de>
2. Die Welt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.welt.de
3. Frankfurter Allgemeine Zeitung [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.faz.net
4. Handelsblatt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.handelsblatt.com

Строганова Г.А.

Киевский национальный торгово-экономический университет

**ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКИЕ МЕТАФОРЫ
В НЕМЕЦКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Аннотация

Статья посвящена исследованию индивидуально-авторских метафор в немецком экономическом медиадискурсе. Дано определение понятия «индивидуально-авторские метафоры», рассмотрены их основные характеристики. Выявлены основные тенденции употребления индивидуально-авторских метафор в немецком экономическом медиадискурсе. Исследование выполнено в контексте теории языковой личности. Индивидуально-авторские метафоры рассматриваются как способ реализации языковой личности журналиста.

Ключевые слова: экономический медиадискурс, концептуальная метафора, языковая личность, индивидуально-авторская метафора, развёрнутая метафора, неконвенциональная метафора.

Stroganova G.O.

Kyiv National University of Trade and Economics

INDIVIDUAL AUTHOR'S METAPHORS IN GERMAN ECONOMIC MEDIA DISCOURSE

Summary

The article deals with individual author's metaphors in German economic media discourse. The concept of individual author's metaphors is defined and their main characteristics are considered. The main trends in the use of individual-author's metaphors in German economic media discourse are discovered. The research is carried out in the context of the theory of linguistic personality. Individual author's metaphors are seen as a form of realization of linguistic personality of a journalist.

Keywords: economic media discourse, conceptual metaphor, linguistic personality, individual author's metaphor, extended metaphor, nonconventional metaphor.