УДК 81’42:001.8
https://doi.org/10.31861/gph2026.858-859.86-97

МЕТАФОРИЗАЦІЯ ТЕРМІНІВ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Світлана КІЙКО[1], Юрій КІЙКО[2], Михайло САЙКО[3]

[1]Технічний університет Берліна
kiyko@tu-berlin.de
https://orcid.org/0000-0003-4964-7043

[2]Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
y.kiyko@chnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-2251-2811

[3]Київський національний університет імені Тараса Шевченка
mykhalo.saiko@knu.ua
https://orcid.org/0000-0001-8098-0595

У статті досліджено процеси метафоричного переосмислення термінологічної лексики в сучасному німецькому медійному дискурсі. Метою розвідки є опис закономірностей метафоричного вживання термінів у рамках когнітивно-інформаційного підходу. Матеріалом слугували понад 500 метафоризованих термінів, виявлених у провідних німецьких виданнях (Die Zeit, SZ, FAZ, Die Welt, Der Spiegel) за 2022–2025 роки. Для досягнення поставлених завдань застосовано методи металінгвістичного та контекстологічного аналізу, класифікації й систематизації мовного матеріалу, а також статистичний метод для визначення частотності метафоричних моделей у різних тематичних сферах.

Метафоризовані терміни розглядаються як когнітивні моделі концептуалізації соціально-політичної та економічної дійсності. У дослідженні виокремлено макро- і мікромоделі метафоризації з фреймово-слотовою структурою. Детально проаналізовано три найчастотніші макромоделі: «Політика, економіка, суспільне життя – це видовище», «Політичне, економічне та суспільне життя – це війна» та «Політичні, економічні й суспільні проблеми – це хвороби». Виявлено суттєві відмінності в частотності моделей залежно від тематичної сфери: у політичній домінує видовищна метафора (27%), в економічній – медична (27%), тоді як у соціокультурній сфері досліджувані моделі представлені більш збалансованою.

Встановлено, що детермінологізація характеризується поєднанням спеціального характеру термінологічної інформації з образністю метафори, що забезпечує точність номінації та посилює прагматичний вплив на читача. Термінологічне значення, залишаючись активним у контексті метафори, робить її особливо придатною для медійного дискурсу. Приблизно 100 виявлених метафор не зафіксовані в сучасних словниках німецької мови, що свідчить про динамічний характер метафоричної картини преси. Результати підтверджують, що метафоризація термінів є не лише стилістичним прийомом, а й когнітивним механізмом структурування знання та формування концептуальної картини світу в медійному дискурсі.

Ключові слова: *детермінологізація, медійний дискурс, концепт, концептуальна метафора, фреймова семантика, термін, німецька преса.*

Кійко С., Кійко Ю., Сайко М. Метафоризація термінів у сучасному німецькому медійному дискурсі. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія*. Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. Вип. 858-859. С. 86-97. https://doi.org/10.31861/gph2026.858-859.86-97.

© 2026 The Author(s). Published by Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

І. ВСТУП

Номінативна діяльність постає як цілісна, системно організована мовна інтерпретація дійсності, як процес формування специфічного інформаційно-мовного бачення світу. Процеси метафоризації активно розгортаються в різних типах дискурсу, охоплюючи одиниці різних лексичних прошарків. Метафорична картина мови перебуває в постійній динаміці, оскільки до метафоричного вжитку залучаються нові слова, а ступінь їхньої конвенціоналізації неухильно зростає. Розширення кількості метафоричних значень зумовлене потребою номінації нових понять і засобів репрезентації авторських смислів.

Особливу роль метафора відіграє в медійному дискурсі (*Ankersmit, 1993; Burger/Luginbühl, 2014; Euchner et al., 1993; Musollf, 2012; Kiyko 2020* та інші). Однак досі немає комплексного аналізу специфіки метафоричного переосмислення термінів у сучасній німецькій пресі, тому у статті проаналізовано процеси метафоризації термінологічної лексики в сучасній німецькій пресі у взаємозв'язку з основними функціями медійного дискурсу. Метафоризовані терміни розглядаємо як мисленнєві моделі сприйняття світу, що слугують соціально-політичній концептуалізації дійсності.

Розробленню концепції метафори присвячені роботи багатьох лінгвістів. У цих роботах розширено й модифіковано традиційне визначення метафори як перенесення властивостей одного предмета на інший на основі спільної ознаки. Можна виокремити чотири напрями у вивченні метафори: 1) концепції, де аналізують нове, переносне значення слова; 2) концепції, що мають на меті встановлення спільності між прямим і переносним значеннями; 3) концепції, де у фокусі уваги перебуває лише пряме значення як джерело переносного значення; 4) когнітивні концепції, що розглядають метафору як механізм мислення, як спосіб структурування знання та формування значення.

У першому підході метафоризація трактується як семантичний зсув прямого значення слова в бік переносного (*Blumenberg, 1997; Glucksberg, McGlone, 2001*). Метафоричне значення вважається похідним від прямого значення і в різних контекстах метафоричне висловлювання можна по-різному інтерпретувати.

Для другого підходу характерне розуміння метафори не просто як результату субституції одного слова іншим, а як певну взаємодію ідей (*Richards, 2001*) або взаємодію систем речей (*Black, 1955*). Механізм метафори полягає в тому, що на основний предмет (подію, явище) накладають систему загальноприйнятих асоціацій, пов'язаних у свідомості мовців із допоміжним предметом (подією, явищем). Водночас певні аспекти основного предмета виокремлюють, а інші приховують. Такого роду фільтр допускає в метафоричне значення тільки ті ознаки обох компонентів, які узгоджуються одна з одною (пор. *Kurz, 2009, с. 23*).

До третього підходу відносимо трактування метафори у Д. Девідсона (*Davidson, 1978*). який пояснює метафору не на рівні семантики, а через її вживання. Саме тому під час інтерпретації метафори не варто залишати поза увагою пряме значення слова, адже воно нарівні з новим, образним значенням залишається задіяним при метафоризації. При сприйнятті метафори її метафоричний сенс розуміють відразу, а не приписують певному метафоричному висловлюванню як щось додаткове. Це положення важливе для пояснення того, чому саме терміни часто вживають у пресі у метафоричному значенні. Термінологічне значення, залишаючись активним у контексті метафори, робить відповідну метафору особливо придатною для медійного дискурсу, що відрізняється точністю номінації.

Концепції четвертого типу виходять з того, що понятійна система людини дуже метафорична і через це наше мислення, поведінка та повсякденний досвід визначаються метафорою (*Lakoff, Johnson, 2003*). Дж. Лакофф і М.Джонсон (*2003*) пропонують розрізняти структурні, орієнтаційні й онтологічні види метафор. Структурні, метафори дають можливість використовувати одну понятійну сферу для опису іншої, наприклад, перебіг суперечки нерідко описується як бойові дії. Орієнтаційні метафори спираються на просторові опозиції на кшталт

„верх–низ“, „центр–периферія“, „більше–менше“ тощо, наприклад, щастя позначається як „верх“, а сум як „низ“. Онтологічні метафори передбачають осмислення нашого досвіду (подій, дій, емоцій, ідей) у термінах об’єктів і речовин, наприклад, людську душу можна уявляти як деяке „вмістилище почуттів“. У разі вживання термінів у переносному значенні особливості метафоричної інформації – здатність впливати на читача, панорамність образу, підключення підсвідомого до інтерпретації метафори – поєднуються з конкретним і спеціальним характером термінологічної інформації, що сприяє створенню чіткого образу певної події.

Під терміном ми розуміємо слово/словосполучення певної сфери вживання для точного вираження спеціальних понять, яке засноване на дефініції. З когнітивного погляду терміни можна розглядати як особливі когнітивні структури, наприклад, фрейми, які вимагають відповідної поведінки, продиктованої конкретними знаннями (*A Cognitive Linguistics View, 2012, c. 21; Boas et al., 2025*). Завдяки образному переосмисленню терміна носіями мови відбувається зміна функціонального статусу, тобто трансформація інформативної спрямованості терміна, залученого до загальнолітературного вживання. Ця трансформація може бути двох видів: 1) детермінологізація – поява в терміна нового переносного значення, що має загальновживаний характер і входить до семантичної структури слова-терміна; 2) ретермінологізація – перехід терміна однієї спеціальної сфери в іншу з повним або частковим переосмисленням значення. У студії основна увага приділена процесу детермінологізації, оскільки саме це явище поширеніше в пресі. Ми вважаємо, що терміни можуть містити асоціативні ознаки, які не знаходять реалізації у випадку їхнього прямого вживання, але відіграють значну роль під час образно-переносного осмислення термінів.

Отже, **актуальність** статті зумовлена потребами комплексного опису процесу метафоризації термінів у сучасній німецькомовному медійному просторі. Інформація, поширювана за допомогою різних медійних засобів, відіграє значну роль у пізнавальній діяльності людей. Для будь-якого медійного інформаційного простору притаманна багатоаспектність і багатовимірність інформації, форм і способів її отримання, створення, зберігання, трансформації та передачі, де центальну роль відіграє людина як адресат і адресант комунікації. У цьому зв’язку видається важливим дослідження особливостей інформації, закладеної в медійній метафорі, заснованій на терміні, її ролі в реалізації основних функцій медіа – інформаційної і впливової, а також у формуванні концептуальної картини світу.

Об’єкт розвідки – мова сучасних німецькомовних медіа. Предмет дослідження – процеси метафоризації німецьких та інтернаціональних термінів, що входять до складу газетних і журнальних текстів політичного, економічного й соціокультурного спрямування. **Мета** студії полягає в описі закономірностей метафоричного вживання термінів у сучасній німецькій пресі в межах когнітивно-інформаційного підходу. Відповідно до поставленої мети в роботі маємо такі завдання: 1) проаналізувати процеси метафоричного переосмислення в термінологічній сфері; 2) виявити особливості медійної метафоризації спеціальної лексики; 3) проаналізувати основні метафоричні моделі в політичній, економічній та соціокультурній сферах сучасної німецької преси й специфіку метафоричної інформації, що міститься в концептах цих моделей.

Матеріалом дослідження слугували понад 500 метафоризованих термінів, виявлених у статтях політичної, економічної та соціокультурної тематики німецьких газет *Die Zeit, SZ* (Süddeutsche Zeitung), *FAZ* (Frankfurter Allgemeine Zeitung), *Die Welt* і журналу *Der Spiegel* у період з 2022 по 2025 рік. Приблизно 100 з проаналізованих метафор не зафіксовані в словниках сучасної німецької мови (наприклад, Duden, Wahrig). Політична тематика охоплює рубрику „Politik“ всіх наведених видань, а також рубрики „Deutschland“ та „Ausland“ журналу *Der Spiegel*. Економічна тематика поширюється на статті з рубрик „Wirtschaft“ і „Finanzen“. Соціокультурна тематика охоплює статті з рубрики „Feuilleton“ та „Zeitgeist“, в яких розглянуто політичні та економічні події з огляду на їхню соціальну й культурну значущість.

Методи дослідження. Поставлені завдання виконано за допомогою комплексного використання таких методів: металінгвістичного аналізу наявних теоретичних положень з розглядуваної проблеми, контекстологічного аналізу медійних текстів, класифікації і систематизації мовного матеріалу за певними критеріями (виявлення метафоричних моделей), статистичного методу (визначення частотності метафоричних моделей у політичній, економічній та соціокультурній царинах). Дослідження метафори вимагало також розроблення засобів її моделювання, тобто певного методологічного інструментарію, який дає змогу здійснювати адекватний перехід від практичного процесу до його теоретичного представлення. Метафорична модель (*Лакофф, 2003*) є одним з видів когнітивної моделі (структура знань, що слугує тлом для когнітивного перероблення, зокрема для з'ясування значення висловлювання), наприклад, „виборча кампанія – це марафон".

Виявлені під час аналізу мовного матеріалу метафоричні моделі ми поділили на макро- і мікромоделі. Макромоделі вирізняються високою або середньою частотністю і продуктивністю в усіх трьох досліджуваних сферах: політичній, економічній та соціокультурній. Для мікромоделей характерні низькі показники частотності і продуктивності, і лише окремі метафоричні концепти цих моделей можуть мати високу частотність.

Метафоричні моделі поділено на фрейми (*Minsky, 2019*), тобто сценарії, в контексті яких вивчаємо предметні та подієві об'єкти. Фрейм включає певні слоти, тобто елементи ситуації. Характеризуючи складники слота, вживаємо термін „концепт". Він репрезентує уявлення про смисли, якими послуговується носій мови в своєму когнітивному процесі і які відображають здобуті людиною досвід і знання в процесі пізнання світу (пор. *Petersen, 2015*). Сукупність усіх наявних у національній свідомості концептів утворює концептуальну систему – концептосферу.

Під час опису метафоричної моделі враховуємо такі фактори: 1) частотність і продуктивність її фреймів; 2) ступінь поширеності моделі та її фреймів у політичній, економічній та соціокультурній сферах; 3) основні смисли, реалізовані моделлю (водночас дуже важлива характеристика сфери-джерела й реципієнтної сфери метафоричної моделі); 4) прагматичний потенціал моделі.

ІІ. РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

Проаналізований мовний матеріал показує, що в кожній тематичній галузі переважають різні метафоричні макро- і мікромоделі. Відсоткове співвідношення макромоделей розподілене таким чином:

1) у політичній сфері – видовище (театр, цирк, кіно) (27%), військова справа (18%), медицина (13%), спорт (12%), техніка (10%), релігія (6%);

2) в економічній сфері – медицина (27%), військова справа (14%), техніка (13%), спорт (11%), видовище (театр, цирк, кіно) (9,5%), релігія (3%);

3) у соціокультурній сфері – медицина (13%), видовище (театр, цирк, кіно) та військова справа (11%), техніка та релігія (9%), спорт (3%).

Відсоткове співвідношення виявлених мікромоделей є таким:

1) у політичній сфері – морська справа (3%), метеорологія, економіка, музика, гра (2%), біологія, фізика, математика, мовознавство (1%);

2) в економічній сфері – метеорологія (6%), морська справа, фізика, музика (3%), економіка, психологія, гра (2%);

3) у соціокультурній сфері – фізика (11%), метеорологія (9%), фізіологія (4%), морська справа, біологія, математика, мовознавство, хімія, астрономія, поліграфія, мистецтво, літературознавство (2%).

Розглянемо детальніше три найчастотніші метафоричні макромоделі – видовище, військова справа й медицина.

- Метафорична модель „Політика, економіка, суспільне життя – це видовище (театр, цирк, кіно)“. Видовищна метафора – одна з найпродуктивніших моделей у сучасній німецькій пресі, особливо в політичній сфері. Це пов’язано з тим, що основні внутрішні смисли, або імплікації, цієї моделі – нещирість політиків, їхня закулісна діяльність, неавтентичність і модельованість подій, що відбуваються, пасивність народу, якому відводиться лише роль глядача – найбільше підходять для концептуалізації політичної дійсності. Політика осмислюється за допомогою цієї моделі як шоу і перестає усвідомлюватися як серйозна діяльність. Цьому сприяють також висока структурованість театрального світу як вихідної сфери для метафори і той факт, що терміни театру, цирку, кіно широко відомі більшості носіїв мови.

Метафоричні концепти цієї моделі викликають, як правило, негативні емоції у носіїв мови, недовіру або навіть зневагу до влади через її лицемірство та закулісні інтриги. Вони виконують функцію викриття фальші, лицемірства ідеологічного противника, водночас актуалізується закладена в лексиці оцінність. Перенесення події суспільно-політичного життя в театрально-ігрову площину демонструє певну відстороненість, неучасть у тому, що відбувається, погляд збоку, що в деяких випадках може бути сигналом, маркером, який дає змогу виявити імпліцитно наявну установку щодо предмета, що розглядається. У межах метафоричної моделі „Політика, економіка, суспільне життя – це видовище (театр, цирк, кіно)“ виокремлено такі фрейми:

1. Фрейм „Вид видовища і жанр вистави“

Слот 1.1. Вид видовища. У сучасній німецькій пресі діяльність влади нерідко розцінюється як видовище для народу. Найчастотнішим метафоричним концептом у цьому слоті є концепт „Theater“ з негативною оцінкою. Ще негативніша експресія притаманна метафоризованому терміну „Zirkus“. Ці терміни часто є компонентами складних слів: „*Bis zu den Präsidentenwahlen im März 2030 erwartet Moskau noch eine lange Theatersaison.“* (Die Zeit, 2025, № 49, Politik, S. 11). „*Bei Umzügen nach dieser Maxime dürfte die US-Armee bald zum Wanderzirkus werden.“* (Die Zeit, 2023, № 20, Politik, S. 2). (тут і далі – підкреслено нами).

Слот 1.2. Жанр вистави. За допомогою метафор цього слота детальніше описується характер подій. Тут переважають метафоризовані терміни *Trauerspiel*, *Drama* і *Schauspiel*: „*Das Drama der kommenden Wochen wird von der Frage bestimmt* [...]“ (Die Zeit, 2025, № 4, Politik, S. 2). „*Bombendrohungen, Banditenunwesen und Schuldzuweisungen in alle Richtungen sind Teil des schrillen Schauspiels.“* (Die Zeit, 2025, № 49, Politik, S. 11). „*Die Sitzungen der Kommission waren eine Wanderbühne, auf der zugleich Lehrstücke, Grotesken und Trauerspiele zu sehen waren.“* (Die Zeit, 2024, № 45, Politik, S. 10).

2. Фрейм „Люди театру, цирку, кіно“

Слот 2.1. Учасники вистави. У німецькій пресі переосмислюються терміни на позначення таких учасників вистави, як *Akteur, Dirigent, Artist, Akrobat, Schauspieler, Kesselpauker, Jongleur* тощо: „*Er hat sich vom problematisierenden Beobachter in den problematischen Akteur verwandelt.“* (Die Zeit, 2022, № 45, Politik, S. 2). „*In jedem Spitzenpolitiker steckt ein Schauspieler* [...]“ (Die Zeit, 2022, № 4, Politik, S. 1). Відповідно наявні різноманітні метафоричні образи, засновані на термінах, які описують дії артистів на сцені – *soufflieren, jonglieren, dirigieren, Attitude, Taschenspielertrick*: „*In diesem Sinne kontrollierte und dirigierte Trump die Reaktionen seiner Gegner* [...]“ (SZ, 2024, № 245, Feuilleton, S. 13).

Слот 2.2. Автори сценарію і постановники видовища. У метафоричних концептах цього слота політика постає як ретельно продумана і заплановані дії. Цей слот охоплює не тільки найменування сценаристів і постановників, а й терміни, що позначають їхню діяльність і результати: „*Scholz hat bewiesen, dass er ein intelligenter Inszenierer ist.“* (Die Zeit, 2022, № 43,

Politik, S. 5). „*Denn in dieser "anderen" Koalition führt der Deutsche nicht mehr Regie.“* (Die Zeit, 2023, № 8, Politik, S. 2). Цікаво відзначити, що в корпусі трапилися однокореневі метафори різних частин мови, які об'єднані спільним характером експресивної оцінки, наприклад: „*Aus dem Bühnennebel der Inszenierung schält sich allmählich heraus, wer denn in Zukunft Russland "retten" könnte* [...]“ (Die Zeit, 2025, № 49, Politik, S. 11). „*Würzbach* [...] *versucht sich nun als Mitinszenator des Ruheschen Erfolgs.“* (Die Zeit, 2023, № 4, Politik, S. 5). „*Damit scheint das schlimmste Szenario zunächst abgewendet zu sein.“* (SZ, 2022, № 148, Wirtschaft, S. 27).

3. Фрейм „Частини вистави“. У зібраному мовному матеріалі виявлено лише один концепт „Szene“ у значенні „сфера діяльності“: „*Sie haben am 19. Juli einen Kameraden verprügelt, der aus der rechten Szene aussteigen wollte.“* (SZ, 2023, № 210, Politik, S. 1). „*Die Ermittler klagen stattdessen über die Diffusität der gewalttätigen linken Szene.“* (SZ, 2025, № 210, Politik, S. 4)

4. Фрейм „Приміщення театру, цирку, кінотеатру і реквізит для видовищної постановки“

Слот 4.1. Елементи театрального (циркового) приміщення. Найпоширеніший метафоричний концепт цього слота – термін *Bühne* „арена яких-небудь подій“, який часто виступає як компонент складних слів *Weltbühne, Hauptbühne, Wanderbühne,* як-от: „*Auf der Hauptbühne zielen die Attacken der Republikaner direkt auf Biden.“* (SZ, 2022, № 260, Politik, S. 2). Частотна метафора *Bühne* як визначальна основа складних слів *Bühnennebel, Bühnenzauber*, включених у політичний контекст, набуває яскравого метафоричного забарвлення: „*Aus dem Bühnennebel der Inszenierung schält sich allmählich heraus, wer denn in Zukunft Russland "retten" könnte: die russische Armee und der formidable Feldherr Wladimir Putin. Mit Nachdenklichkeit lassen sich keine Wahlen gewinnen. Wohl aber mit Bühnenzauber.“* (Die Zeit, 1999, № 49, Politik, S. 11). У цьому слоті трапляються також інші узуальні й нетрадиційні метафоричні концепти, що описують діяльність окремих державних діячів і політичних партій: „*Doch einige schwarz-grüne Kesselpauker aus dem Orchestergraben der Republik entdecken eigene Wünsche.“* (Die Zeit, 2023, № 40, Politik, S. 1). Тут метафора *schwarz-grüne Kesselpauker* „чорно-зелені литавристи“ позначає представників партій ХДС і „Зелені“.

Слот 4.2. Реквізит. Метафори цього слота слугують для опису дій політиків, що приховують свої істинні справи й цілі за красивими словами: „*Das Gesicht der Politik ist eine Maske.“* (Die Zeit, 2022, № 4, Politik, S. 3).

- Метафорична модель „Політичне, економічне та суспільне життя – це війна“. Основний сенс, що мотивує метафоричне вживання військової термінології в статтях, присвячених політиці, економіці й соціокультурному осмисленню суспільних проблем – це конфлікт інтересів. У політиці ця модель слугує насамперед для характеристики відносин між опозиційними партіями та державами у випадку розходження їхніх поглядів, в економіці – для опису конкурентної боротьби. Метафора, заснована на військовій термінології, чинить відчутний вплив на емоційно-вольову сферу людини й може викликати почуття тривоги або агресії. Завдяки військовій метафорі в суспільній свідомості може посилюватися готовність до прийняття крайніх заходів. Ця модель підрозділяється на такі фрейми:

1. Фрейм „Види озброєння та його використання“. У межах цього фрейму ми виявили як узуальні, так й авторські метафори. Метафоризація термінів, що позначають види озброєння, наявна в усіх досліджуваних сферах: „*Solange keine Maßnahmen zur Zerstörung der terroristischen Infrastruktur unternommen werden, bedeutet ein Waffenstillstand nichts anderes als eine Zeitbombe.“* (Die Zeit, 2025, № 27, Politik, S. 2). „*Die demographische Zeitbombe lässt das Wachstumspotential der deutschen Wirtschaft von derzeit rund 1,5 Prozent in den kommenden Jahrzehnten auf etwa ein Prozent sinken*.“ (FAZ, 2023, № 181, Wirtschaft, S. 13). У медійних

статтях, розрахованих на вузького спеціаліста, метафора поряд із реалізацією когнітивної функції може слугувати засобом активізації уваги: „*Wo soll Merzes Innovationsgranate zünden? Natürlich im Wunderreich der immateriellen Werte.“* (Die Zeit, 2024, № 8, Feuilleton, S. 37). В економічній сфері метафори нерідко спрямовані на знеособлені об’єкти, що приховують особи істинних діячів у цій галузі: „*Nicht die großen Schlachtschiffe der Fondsgesellschaften landeten unter den Top Ten, sondern die kleineren "Schnellboote.“* (Die Welt, 2003, № 230, Wirtschaft, S. 17). Ознаки метафоричних концептів цього фрейму перенесено в процесі метафоризації не тільки на конкретні дії політиків, а й на ведення політичного діалогу: „*In einer Zeugenbefragung, in der manche polemischen Platzpatronen verschossen werden, werden erst zum Schluss neue Details bekanntgemacht.“* (FAZ, 2022, № 45, Politik, S. 14).

2. Фрейм „Військові дії“

Слот 2.1. Організація військових дій. Вживання метафор цього слота поширюється на всі три сфери: політичну, економічну та соціокультурну. Метафора, заснована на термінах цього слота, не має великого прагматичного потенціалу агресивності: „*Einkommen von Rentnern sind keine Manövriermasse für Haushalter und Finanzminister.“* (Die Zeit, 2003, № 26, Wirtschaft, S. 17). „*Mit seinen jüngsten Manövern verwirrt Merz Freund und Feind“* (Die Zeit, 2003, № 27, Politik, S. 2, підзаголовок). „*Der Zwickel-Flügel im geschäftsführenden IG-Metall-Vorstand mag überzeugt davon sein, dass Peters weniger Zeit habe, seine Truppen zu ordnen.“* (FAZ, 2023, № 161, Politik, S. 10). Вживаючи військову метафору, автор може спеціально вказувати на те, що певний концепт вжито метафорично: „*Hitler ist unsere Zeitenwende. Immer noch teilen wir alle Zeit in v.A.H. und n.A.H. ein. Mit der enormen Folge, dass wir seither – militärisch gesprochen – von all unseren historischen Nachschublinien abgeschnitten sind.“* (Die Welt, 2023, № 230, Feuilleton, S. 27). У статтях соціокультурного змісту рубрики „Культура і життя“ така додаткова вказівка може свідчити про те, що мілітаристська метафора не настільки типова для цього контексту, як для політичного й економічного. Однак культурну й історичну парадигми німецькі журналісти нерідко осмислюють у військових термінах. Однією з основних причин цього є велика кількість воєн в історії Німеччини, що сприяло мілітаризації свідомості.

Слот 2.2. Види військових дій. Одним з найпоширеніших метафоричних концептів цього слота, особливо в політичній сфері, є концепт „attackieren“: „*Gewerkschaften attackieren die geplanten Kürzungen beim Krankengeld als "unsozial" […]“.* (Die Zeit, 2023, № 20, Politik, S. 1). *Auf der Hauptbühne zielen die Attacken der Republikaner direkt auf Biden […]“* (SZ, 2022, № 260, Politik, S. 2). За даними словників, цей військовий термін внаслідок його активного вживання поза професійним контекстом, переважно в політичній сфері, зазнав процесу детермінологізації. На відміну від концепту „attackieren“ два інших поширених у мові преси військових терміни „Offensive“ і „Defensive“ перебувають на стадії переносного вживання: „*Doch als sich der Senat in Berlin mit den Gewerkschaften anlegte, erkannte Wegner den Nutzen der schwarz-roten Offensive.“* (Der Spiegel, 2023, № 41, Politik, S. 41). „*Trump ist bei dieser Auseinandersetzung in der Defensive.“* (SZ, 2024, № 260, Politik, S. 2). Іншими вживаними метафоричними термінами цього слота є „torpedieren“ (*den politischen Prozess torpedieren*), „Blockade“ (*die Opposition betreibt eine wahre Blockade*), „Kreuzfeuer“ (*im Kreuzfeuer der Kritik stehen*), „Vormarsch“ (*der Vormarsch der KI*). Це можна пояснити тим, що інформація, закладена в них, має особливо яскравий характер і підходить для позначення різного роду дій у сфері політики та економіки. Ці метафоричні вживання і значення зафіксовані в словниках.

3. Фрейм „Військові підрозділи“. За допомогою концептів цього фрейму метафорично позначені групи людей, які представляють чиїсь інтереси в політиці чи економіці. Вживання таких метафор свідчить про уявлення журналістами суспільства у вигляді різних конфронтаційних угруповань: „*Anders als zu Helmut Schmidts Zeiten sind die Gewerkschaften*

heute keine verlässlichen Hilfstruppen mehr für einen sozialdemokratischen Bundeskanzler." (Die Zeit, 2022, № 43, Politik, S. 4). Така метафорична інтерпретація дійсності поширюється й на статті рубрики „Культура і життя": „*Wer den Bombenkrieg als Kriegsterror bezeichnet, gerät in den Verdacht, die Bataillone der politischen Reaktion zu stärken."* (SZ, 2022, № 281, Feuilleton, S. 13).

4. Фрейм „Спеціалізація військовослужбовців". Для метафоричної репрезентації суб'єктів економічної і політичної діяльності нерідко вжито терміни, що позначають військовослужбовців різної спеціалізації, особливо найменування застарілих військових професій. Вживання військових історизмів як джерела метафори певною мірою сприяє зменшенню ореолу агресивності, а також відображає іронічне ставлення до того, що відбувається: „*Die Europäer, mit Frankreich an der Spitze, haben das Sagen, die US-Kavallerie haut sie heraus."* (Die Zeit, 2023, № 8, Politik, S. 1). „*Kaum verlangt Sloterdijk den neuen Mythos, rufen die Quartiermacher der Republik nach deutscher Identität."* (Die Zeit, 2022, № 40, Politik, S. 1).

Виокремлені фрейми представлені в усіх трьох галузях: політичній, економічній та соціокультурній. Однак, наприклад, слот „Види військових дій" найхарактерніший для політичної сфери.

- Метафорична модель „Політичні, економічні й суспільні проблеми – хвороби. Політики й економісти – лікарі". Ця модель, заснована на медичній метафорі, є високочастотною і продуктивною в німецькій пресі в усіх трьох тематичних галузях, проте найбільш поширена в економічній сфері. Високий ступінь метафоризації медичних термінів у німецьких медіа зумовлений особливостями закладеної в них інформації. Терміни, що позначають різні види захворювань, способи їхнього лікування і причини, є актуальними в повсякденному спілкуванні людей. Широке вживання медичних термінів у непрофесійному мовленнєвому контексті забезпечує їхнє легке й адекватне розуміння в метафоричних конструкціях. Антропоцентричність цього концептуального поля, його особлива значущість для людини, сприяє перенесенню медичних термінів в галузь політики, економіки, суспільних відносин насамперед для характеристики гострих соціальних проблем, помилкових політичних і економічних рішень, дискредитації певних політичних діячів. Політиків і керівників підприємств асоціюють за допомогою цієї моделі з лікарями, що призначають певне лікування. Відтворення журналістом політичної й економічної ситуацій у термінах медицини справляє сильний вплив на читача, викликаючи почуття осуду влади, тривоги й болю за наявний стан справ у країні і світі. Через високий ступінь емотивності медичним метафорам, як правило, не притаманна прагматична функція згладжування гострих політичних висловлювань, а також множинність інтерпретацій, оскільки певна метафоризована назва хвороби чи способу лікування постачає чітку інформацію про сутність конкретного явища. У когнітивному плані медична метафора спрямовує мислення читача на пошук вірного діагнозу і способів лікування суспільних хвороб. У межах цієї моделі виокремлюємо такі фрейми:

1. Фрейм „Види захворювань"

Слот 1.1. Фізичні хвороби. Метафорична концептуалізація дійсності за допомогою медичних термінів, що позначають фізичні хвороби, особливо характерна для опису економічних проблем. Інформація, що міститься в цих термінах, часто сигналізує про неправильне функціонування організму внаслідок порушення системи кровообігу: „*Die deutschen Verkehrsadern sind verstopft bis zum Infarkt."* (Die Zeit, 2023, № 26, Wirtschaft, S. 17). „*Die Wirtschaft stagniert, der Arbeitsmarkt kollabiert und die öffentlichen Haushalte sind verkarstert."* (Die Zeit, 2023, № 20, Wirtschaft, S. 19). „*Die Krankenversorgung in Deutschland steht kurz vor dem finanziellen Kollaps."* (Die Zeit, 2023, № 30, Politik, S. 1). Поряд із цими

традиційними метафорами трапляється нестандартне метафоричне вживання медичних термінів, що дає змогу читачам по-новому осмислити дійсність: „*Jeder in Berlin weiß, man müsste die Krankenversorgung von Grund auf kurieren und endlich die Finanzierung der Kassen sanieren. Nur der Kanzler will nicht. An den Katarrh gewöhnt, scheut er die Unannehmlichkeiten der großen Kur.“* (Die Zeit, 2023, № 39, Wirtschaft, S. 21).

Слот 1.2. Психічні хвороби. Метафори, побудовані на ототожненні предметів дійсності з психічними хворобами, найчастіше наявні в політичному дискурсі та статтях із рубрик „Культура і життя“ і „Дух часу“. Це пов'язано з тим, що сфера суспільних і політичних інтересів тісно переплетена з міжособистісними відносинами. Образи, створювані журналістами на основі цих термінів, носять, як правило, нетрадиційний характер: „*Was ist also die Basis? Ein chronischer Erregungszustand: ein Aggregat des Unmuts, auf den man sich immer berufen kann, wenn die Richtung nicht passt; eine neurotische Formation, der die politische Agenda mit therapeutischer Umsicht nahe gebracht werden muss* [...]“ (Die Zeit, 2023, № 20, Politik, S. 4). „*Im deutsch-amerikanischen Verhältnis ist sehr viel „Beziehung" im Spiel: Beziehungspflege, Beziehungskrise, Beziehungsdiskussion* [...] *Heute steckt in dieser Nabelschau die Neurosengefahr – das halbstarke Ausbrechenwollen à la Merz, das infantile Zurückkriechenmüssen à la Scholz.*“ (Die Zeit, 2023, № 20, Politik, S. 2). У статтях рубрик „Культура і життя“ і „Дух часу“ політичні й економічні події моделюються з погляду їхньої культурної значущості. Медичні метафори цього слота відображають у цих контекстах, як правило, своєрідність духовної атмосфери суспільства: „*Dennoch weiß die IAA sich sattelsicher in ihrer Schizophrenie zwischen sensualistischem Gefühlstheater und präzisen technischen Fakten.“* (SZ, 2023, № 210, Feuilleton, S. 13). „*Die Kultur soll uns mittels grenzüberschreitender Kommunikation vorm klaustrophobischen Überschnappen bewahren.“* (Die Zeit", 2024, № 8, Feuilleton, S. 37). Останній приклад цікавий тим, що вихідне значення терміна *klaustrophobisch* „викликаний страхом перед замкнутим простором“ трансформується в нове, метафоричне значення „викликаний страхом перед духовною порожнечею“. Переносне вживання терміна *klaustrophobisch* відбувається в межах однієї понятійної галузі „Психічні хвороби“.

2. Фрейм „Симптоми хвороби“

Слот 2.1. Симптоми фізичних хвороб. Метафори цього слота характеризують неправильні дії як у політичній, так й в економічній сферах: „*Wenn die IG Metall tarif- und gesellschaftspolitisch wieder handlungsfähig werden will, muss sie die erbitterten Grabenkämpfe beenden, die sie seit Monaten paralysieren.“* (FAZ, 2023, № 155, Wirtschaft, S. 11). „*Nun kommt für die SPD mit Fakten und Zahlen der Kälteschock.“* (Die Zeit, 2023, № 20, Politik, S. 4). Як видно з наведених прикладів, серед термінів, що позначають симптоми фізичних хвороб, журналісти нерідко обирають для оцінки подій терміни, що зазнали процесу детермінологізації.

Слот 2.2. Симптоми психічних хвороб. Метафори цього типу підходять для концептуалізації хворобливих феноменів суспільної свідомості: „*Man kann ein Gesetz aufstellen: Die mediale, wissenschaftliche, museale Obsession für den Nationalsozialismus nimmt umgekehrt proportional zu mit der zeitlichen Entfernung von ihm.“* (Die Welt, 2003, № 230, Feuilleton, S. 27). Створений за допомогою цієї метафори концепт апелює до спеціальних знань читачів, оскільки термін *Obsession* „одержимість; нав'язлива ідея“ не входить до числа простих когнітивних структур, що зазвичай формують галузь джерела метафори. Вузькоспеціальна інформація, закладена в таких термінах, сприяє їхньому вживанню для метафоричної концептуалізації складних суспільних явищ.

3. Фрейм „Характеристика хвороби“. Як і хвороби, різні процеси в галузі політики, економіки й культури можуть мати гострий або прихований характер: „*Die Kommission*

dagegen sieht keinen akuten Handlungsbedarf für eine Ausweitung der Affäre in den Zuckermarkt." (SZ, 2023, № 245, Wirtschaft, S. 20). Дуже актуальним у медіавиданнях є метафоричний концепт „Krise", що має в медицині таке визначення: „критичний, поворотний момент у протіканні гострої хвороби". Це термінологічне значення в загальномовному вживанні витіснене нетермінологічним значенням „найвищий і поворотний момент розвитку небезпечної ситуації". Стосовно публіцистичного дискурсу можна говорити про формування спеціального термінологічного значення, що реалізується в цьому типі дискурсу – „важкий перехідний стан": „*Die Justiz hat die Bank in eine schwere Führungskrise gestürzt."* (ретермінологізація: медицина → економіка) (Die Zeit, 2003, № 9, Wirtschaft, S. 19). „*Jetzt müssen die Euro-Staaten erst einmal die Vertrauenskrise bewältigen."* (Die Zeit, 2003, № 37, Politik, S. 1).

4. Фрейм „Причини і збудники хвороб". Причиною хвороб керівних структур часто є різні переносники інфекцій. Завдяки такій метафоричній концептуалізації підкреслюється характер хвороби, що виключає вину самих хворих: „*Ein Pentagon-Berater vertritt dagegen energisch die Position des Verteidigungsministers: Unsere militärische Führung in Friedenszeiten ist durch und durch mit dem Biden-Virus infiziert, das die Einsatzfreude untergräbt."* (Der Spiegel, 2002, № 52, Politik, S. 106).

5. Фрейм „Стан пацієнта". Стан політичних і економічних інститутів у німецьких медіа не уподібнюється, як правило, до стану тяжко хворого чи присмертного пацієнта. Тому оцінка якогось суспільного явища як такого, що відмирає, може справляти особливо сильний вплив: „*Vance und seine handzahmen Falken mögen sich um seine Wiederbelebung bemühen – aber der gute und alte Antiamerikanismus ist hierzulande moribund."* (Die Zeit, 2023, № 7, Politik, S.1).

6. Фрейм „Організм людини". Найменування певних частин організму людини теж можуть вживати для метафоричної концептуалізації фактів соціального життя: „*Und selbst ein wohlwollender Betrachter wie Starmer gibt zu verstehen, dass ihm das politische Adrenalin im Kopf sehr reichlich zu fließen scheint."* (Die Zeit, 2024, № 20, Politik, S. 2). Попри досить однозначну в багатьох випадках інтерпретовність медичних метафор, у деяких прикладах можна спостерігати так зване когнітивне „мерехтіння" метафори, тобто здатність породжувати недискретне дискретними мовними знаками – номінаціями сфери джерела і сфери цілі. Наприклад, у метафорі „das politische Adrenalin im Kopf" важко визначити, які елементи галузі призначення метафори маються на увазі.

7. Фрейм „Лікування". Для покращення політичної та економічної ситуацій можуть знадобитися легкі заходи або серйозне втручання. Ці смисли виражаються за допомогою метафор: „*Das Grundkonzept von „Kapital für Arbeit", neben einem Förderkredit auch eine Eigenkapitalspritze zu vergeben, bleibe erhalten*." (SZ, 2023, № 245, Wirtschaft, S. 20). „*Krisenzeiten brauchten massive und schnell wirkende Konjunkturspritzen, am besten durch Ausgabenprogramme."* (Die Zeit, 2003, № 9, Wirtschaft, S. 19).

Перш ніж застосувати той чи інший спосіб лікування, політики та економісти ставлять „діагноз" стану справ. Поряд із загальноприйнятим переносним вживанням терміна „Diagnose" для опису політичної обстановки („eine Diagnose der politischen Zustände") він уживаний і для характеристики духовної атмосфери певної епохи: „*John Updikes Klagen über die verletzten Seelen des amerikanischen Mittelstands wurden als universale, also auch in Deutschland gültige Diagnose der Moderne verstanden."* (Die Zeit, 2003, № 7, Politik, S. 1).

Виокремлені фрейми характерні для всіх трьох розглядуваних галузей: політичної, економічної та соціокультурної. Однак деякі фрейми, наприклад, фрейм „Лікування" більшою мірою представлений в економічній сфері.

ІІІ. ВИСНОВКИ

Метафоричне переосмислення термінів у німецькому медійному дискурсі постає як системний процес, що слугує інструментом концептуалізації політичної, економічної та соціокультурної дійсності. Аналіз понад 500 метафоризованих термінів із провідних німецьких видань (2022-2025 рр.) засвідчив, що метафорична картина преси перебуває в постійній динаміці – приблизно 100 виявлених метафор не зафіксовані в словниках сучасної німецької мови, що підтверджує активність номінативних процесів. Виявлено суттєві відмінності в частотності метафоричних макромоделей залежно від тематичної сфери. У політичній сфері домінує модель „видовище“ (27%), в економічній – „медицина“ (27%), тоді як у соціокультурній сфері представленість моделей більш збалансована. Три найчастотніші макромоделі – видовище, військова справа й медицина – охоплюють від 52% до 54% усіх метафоричних вживань у різних сферах, що свідчить про їхній універсальний характер для німецького публіцистичного дискурсу. Кожна з основних моделей реалізує специфічні функції та смисли. Видовищна метафора актуалізує імплікації нещирості політиків, закулісної діяльності та пасивності громадян. Військова метафора концептуалізує конфлікт інтересів і конкурентну боротьбу, справляючи відчутний вплив на емоційно-вольову сферу читачів. Медична метафора характеризується високим ступенем емотивності та спрямовує мислення на пошук „діагнозу“ суспільних проблем і способів їхнього „лікування“.

Детермінологізація термінів у німецьких медіа характеризується поєднанням конкретного спеціального характеру термінологічної інформації з образністю метафори. Термінологічне значення, залишаючись активним у контексті метафори, забезпечує точність номінації, що є критично важливим для медійного дискурсу. Водночас асоціативні ознаки термінів, нереалізовані в науковому вживанні, відіграють значну роль під час їхнього метафоричного переосмислення. Метафоризовані терміни функціонують як мисленнєві моделі сприйняття світу, що структурують знання та формують концептуальну картину дійсності у свідомості читачів. Фреймово-слотова організація метафоричних моделей забезпечує системність їхньої реалізації – від загальних концептів (види видовищ, озброєння, захворювань) до конкретних (учасники, симптоми, способи лікування).

Виявлена продуктивність мікромоделей (метеорологія, фізика, морська справа) у різних тематичних сферах відкриває перспективи для подальшого вивчення периферійних метафоричних моделей. Динамічний характер метафоричної картини масмедіа вимагає постійного моніторингу нових метафоричних вживань, особливо в контексті глобальних політичних та економічних трансформацій. Отримані результати підтверджують, що метафоризація термінів у німецьких мадіавиданнях є не лише стилістичним прийомом, а й когнітивним механізмом, що визначає специфіку інформаційно-мовного бачення світу в медійному дискурсі.

REFERENCES

A Cognitive Linguistics View of Terminology and Specialized Language. (2012). Ed. by P.B. Faber. Berlin, Boston: De Gruyter, 2012. 307 S.

Ankersmit F.R. (1993). Metaphor in political theory. *Knowledge and language*. Springer Dordrecht, 1993.

Black, M. (1955). Metaphor. *Proceedings of the Aristotelian Society, New Series*, Vol. 55. 1954–1955. P. 273–294.

Blumenberg H. (1997). *Paradigmen zu einer Metaphorologie*. 8. Aufl. Berlin: Suhrkamp, 1997. 199 S.

Burger H., Luginbühl M. (2014). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache in Kommunikationsformen der Massenmedien*. 4. Aufl. Berlin (u.a.): de Gruyter, 2014. 532 S.

Davidson D. (1978). What Metaphors Mean. *Critical Inquiry*, Vol. 5, No. 1, 1978. P. 31–47.

Euchner W., Rigotti F., Schiera P. (1993). *Die Macht der Vorstellungen*. Die politische Metapher in historischer Perspektive. Berlin: Duncker & Humblot, 1993. 410 S.

Boas H.C., Ruppenhofer J, Baker C.F. (2025). FrameNet at 25: Results and Applications. *International Journal of Lexicography*, Volume 38, Issue 2. 2025. P. 159–189.

Glucksberg S., McGlone M. (2001). *Understanding Figurative Language: From Metaphor to Idioms*. Oxford: University Press, 2001. 134 p.
Kiyko Y. (2020). *Medientexte aus fraktaltheoretischer Perspektive: deutsch-ukrainische Kontraste*. Berlin: Peter Lang, 2020. 312 S.
Kurz G. (2009). *Metapher, Allegorie,* Symbol. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2009. 112 S.
Lakoff G., Johnson M. (2003). *Metaphors we live by*. London: Chicago press, 2003. 193 p.
Minsky M. (2019). A framework for representing knowledge. *Frame conceptions and text understanding*. D.Metzing (Ed.). Reprint. Berlin: de Gruyter, 2019. P. 1-25.
Musolff A. (2012). *Political Metaphor Analysis: discourse and scenarios*. London: Bloomsbury Academic, 2016. 194 p.
Petersen W. (2015). Representation of Concepts as Frames. *Meaning, Frames, and Conceptual Representation.* T. Gamerschlag, D. Gerland, R. Osswald, & W. Petersen (Eds.). Düsseldorf: Düsseldorf University Press, 2015. P. 43–67.
Richards I.A. (2001). The Philosophy of Rhetoric. *I.A. Richrds Selected Works 1919-1938*. Vol. VII. Ed. by J. Constable. London: Routledge, 2001. 112 p.

METAPHORISATION OF TERMS IN CONTEMPORARY GERMAN MEDIA DISCOURSE

Svitlana KIYKO, Yuriy KIYKO, Mykhalo SAIKO

The article analyzes the processes of metaphorical reinterpretation of terminological The article examines processes of metaphorical reinterpretation of terminological vocabulary in contemporary German media discourse. It aims to identify patterns of metaphorical term usage within a cognitive-informational framework. The corpus comprises over 500 metaphorized terms extracted from leading German publications (Die Zeit, SZ, FAZ, Die Welt, Der Spiegel) covering the period 2022–2025. The study employs metalinguistic and contextual analysis, as well as the classification and systematization of linguistic data, supplemented by statistical methods to determine the frequency of metaphorical models across thematic domains.

Metaphorized terms are analyzed as cognitive models for conceptualizing socio-political and economic reality. The study distinguishes macro- and micro-models of metaphorization organized according to a frame-slot structure. The three most frequent macro-models are examined in detail: "Politics, economics, and social life are spectacle," "Political, economic, and social life is war," and "Political, economic, and social problems are diseases." The distribution of these models varies across domains: the spectacle metaphor predominates in the political sphere (27%), the medical metaphor in the economic sphere (27%), while in the sociocultural sphere the models are more evenly distributed.

The findings show that determinologization involves a combination of terminological precision and metaphorical imagery, enhancing both nominative accuracy and pragmatic impact. The persistence of terminological meaning within metaphorical contexts makes such units particularly effective in media discourse. Approximately 100 identified metaphors are not recorded in contemporary German dictionaries, highlighting the dynamic nature of press metaphorics. Overall, the results demonstrate that the metaphorization of terms functions not merely as a stylistic device, but as a cognitive mechanism for structuring knowledge and shaping the conceptual worldview in media discourse.

Key words: *determinologization, media discourse, concept, conceptual metaphor, frame semantics, term, German press.*

Дата надходження до редакції / Submitted: 17.02.2026
Дата прийняття до публікації / Accepted: 02.03.2026