

Міністерство освіти та науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Філологічний факультет

Катедра української мови
імені проф. Івана Ковалика

**ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОРИ В ЗАГОЛОВКАХ
ДРУКОВАНИХ ЗМІ(НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ
«ЕКСПРЕС» ЗА 2020 РІК)**

Магістерська робота
студентки II курсу групи ФЛУМ-21з
спеціалізації 035.01 Українська мова та література
(освітня програма “Українська мова та література”)
заочної форми здобуття освіти
Смутняк Вікторії Богданівни

Науковий керівник – к.ф.н. доц. Висоцька Т. Й.

Львів – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТАФОРИ В МОВОЗНАВСТВІ... ..	6
1.1. Поняттєвий обсяг терміна «метафора»	6
1.2. Класифікація метафор.....	17
1.3. Метафора в публіцистичному тексті.....	25
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МЕТАФОР У ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТИ «ЕКСПРЕС» ЗА 2020 РІК... ..	32
2.1. Лексико-семантичний аналіз метафор	32
2.1.1. Антропоморфна метафора... ..	32
2.1.2. Метафора війни	38
2.1.3. Природоморфна метафора	40
2.1.4. Побутова метафора.....	41
2.1.5. Науково-технічна метафора.....	43
2.1.6. Метафора освіти та науки	44
2.1.7. Медична метафора.....	45
2.1.8. Релігійна метафора... ..	46
2.1.9. Метафора гри.....	46
2.2. Граматичне вираження метафори	48
2.2.1. Дієслівна метафора.....	48
2.2.2. Іменникова метафора... ..	50
2.2.3. Прикметникова метафора	52
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	59

ВСТУП

Заголовок є одним із основних, постійних елементів архітекtonіки будь-якого друкованого періодичного видання. У заголовку статей відображено основну думку автора, що є лаконічною, максимально стислою, чіткою та зрозумілою читачеві. Газетний заголовок є першим джерелом інформації для читачів.

Заголовковий текст виконує принаймні три основні завдання: привернути увагу, передати максимально стисло інформацію, що міститься в газетній статті, сформуванню емоційне ставлення до тексту. Комбінуючи інформативну та експресивну функції, заголовок посилює прагматичну функцію мови, що є однією з найважливіших для засобів масової інформації (далі ЗМІ) [20].

Сучасні умови публіцистичного жанру вимагають більшої конкретики в подачі інформації, її синтезованості, чіткості, відтак формування назви газетного матеріалу сфокусоване на те, аби заголовок був містким на відомості, події і водночас відповідав змістові статті, орієнтував читача в порушуваних проблемах, тому журналісти, автори шукають відповідних вербальних засобів, що могли б реалізувати поставлені задачі. Одним із таких прийомів слугує метафора.

Питання метафори цікавило дослідників ще з давніх часів. Першим, хто почав її вивчати, був давньогрецький філософ Арістотель. Питанням аналізу метафори займалося чимало як українських (Х. Дацишин [18], О. Калиновська [22], Т. Кіс [25], Л. Мацько [50], О. Потебня [43], О. Селіванова [46], Р. Склярєвська [48], Т. Стретович [51], О. Чорна [58]), так і зарубіжних науковців (Ш. Баллі [6], М. Бірдслі [9], Дж. Віко [13], М. Джонсон [30], Т. Добринська [62], Дж. Лакофф [30], Д. Серль [47], Б. Тошович [57] та ін.)

Лінгвісти здавна розглядали метафору як засіб лише художньої мови і визначали її як змістову заміну, передачу подібності, подібного до вдалого прийому, заснованого на гнучкості слова, але з часом вона перетворилась із тропа на засіб повсякденного мовлення людини.

Публіцистика найбільш послідовно відображає довілля, політичні події, плинну історію. Лінгвісти справедливо пов'язують публіцистичний текст із мовним осмисленням усього того, що відбувається у світі, його оцінкою. Окрім того, науковці наголошують, що саме в публіцистичному тексті репрезентовано все те нове, що має місце в суспільстві. Такі тексти приваблюють читача, викликають у нього зацікавлення, тому цілковито обґрунтовано мовознавці приділяють значну увагу дослідженню саме газетного мовлення – найбільш поширеного й популярного виду публіцистики. Для нього характерні такі мовні засоби, що підсилюють дієвість висловлювання, бо на логічний інформативний зміст накладаються емоційно-експресивні мовні засоби.

На сьогодні відсутнє комплексне вивчення процесів метафоризації у публіцистиці, зокрема у заголовках текстів, що і становить **актуальність магістерської роботи.**

Метою дослідження є лексико-семантичний та граматичний аналіз метафори у заголовках статей газети «Експрес» за 2020 рік.

Завдання:

1. Описати теоретичні засади дослідження метафори у сучасному мовознавстві: простежити поняттєвий обсяг терміна метафора, подати класифікацію метафори та джерела її формування.
2. З'ясувати функції і роль заголовка у текстах друкованих ЗМІ.
3. Покласифікувати метафору за тематичною належністю вихідного домена; за вихідними понятійними сферами.

4. Проаналізувати граматичне вираження метафори у виявлених моделях.

Об'єктом дослідження є метафоричні конструкції у заголовках друкованих ЗМІ.

Предметом дослідження є типи метафоричного перенесення та граматичне вираження метафори у заголовковому тексті.

Джерельна база дослідження - архів друкованих видань газети «Експрес» за 2020р. Загалом було скартковано 296 одиниць матеріалу.

Методи дослідження. Досліджуючи тему магістерської роботи, були використані загальнонаукові й лінгвістичні методи. Класифікація наукових джерел інформації дозволила узагальнити та систематизувати погляди вчених на проблему метафори. Описовий (структурний) метод дав змогу описати зібраний матеріал із задекларованої теми, а також стан дослідження метафори у сучасному мовознавстві. За допомогою статистичного методу, ми кількісно підраховали скарткований матеріал та дослідили поширення тої чи іншої метафори.

Магістерська робота складається зі Вступу, двох розділів, Висновків та Списку використаної літератури.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТАФОРИ У МОВОЗНАВСТВІ

1.1. Поняттєвий обсяг терміна «метафора»

Метафора постійно була об'єктом активних досліджень у лінгвістиці. Здебільшого її розглядають як художній інструмент, стилістичний прийом, як джерело для створення нових найменувань для понять, яким це необхідно тощо. Вивченням метафори займались вчені різних галузей науки: філологи, філософи, психологи, соціологи.

У «Літературознавчій енциклопедії» значення терміна «метафора» звучить так: «Метафора – це троп художньої літератури, що полягає у перенесенні значення одного слова (словосполучення) на інше, розкритті сутності одних явищ чи предметів через інші за схожістю та контрастом» [26, С.36]

У посібнику «Стилістика української мови» за редакцією Л. Мацько цей термін трактується так як вид тропа, що ґрунтується на основі перенесення, тобто в широкому розумінні метафорою є будь-яке вживання слів у переносному значенні [50, С. 328].

У мовознавчих студіях синонімами цього лінгвістичного явища виступають такі терміносполуки: «нестандарний вислів» [23], «мовна девіація» [57], «семантична транспозиція», «семантичне перенесення» [62].

Дослідники звертають увагу на «неоднозначність поняття «метафора», яке є і родовим, і видовим, що позначає загалом усі види тропів і водночас протиставляється як один вид іншому виду, наприклад, метафора – метонімії [29].

Для Арістотеля метафора означала перенесення слова «зі зміною значення або з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією» [2, С.75]. Це дає підстави твердити, що метафора створюється на основі перенесення властивостей, отже, її можна назвати скороченим порівнянням:

те, що у мовця на думці заміщується іншим висловом. Варто підкреслити, що метафора – це саме «перенесення ... за аналогією», тобто за подібністю, асоціацією та ін.

Саме поняття асоціації стосується процесу мислення мовця: коли виникає нова реальність, людина починає проводити аналогії з чинними поняттями, що, своєю чергою, зумовлюють асоціації з попереднім досвідом, а отже, виникає метафора. Такий підхід для вивчення використовували дослідники когнітивної метафори.

Важливий внесок у розвиток цього напрямку зробив Е. Маккормак, який пояснює виникнення метафори у процесі пізнання. Для цього він пропонує припустити, що існує глибинна структура людського розуму, завдяки якій розум зіставляє досить різні семантичні концепти. Метафора поєднує подібність між властивостями семантичних референтів із несхожістю між ними, тому що вона створює новий зміст. [30]

О. Потебня у праці «Естетика і поетика слова» роздумує над тим, що «міркування Аристотеля про взаємну заміну членів пропорції в метафорі було б справедливе, якби у мові й поезії не було певного напрямку пізнання від раніше пізнаного до невідомого; якби висновок за аналогією в метафорі був лише безцільною грою в переміщення готових даних величин, а не серйозним шуканням істини». За його словами, «така гра в переміщення є випадок рідкісний, можливий лише стосовно до вже готових метафор» [43, С. 130]. Він припускає, що метафора неможлива без порівняння, яке, на його думку, «як граматична форма, як словесне позначення і образу, і позначуваного, містить у собі метафору, а не інші тропи. Бо що далі образ від позначуваного, то важче буде розуміння образу і тим необхідніше докладати до нього позначуване ...» [43, С. 131].

Ш. Баллі наголошував на тому, що «метафора - це ніщо інше, як порівняння, в якому розум під впливом тенденції зближувати абстрактні

поняття та конкретний предмет сполучає їх в одному слові» [6, С. 221]. Він також був першим, хто розмежував поетичну та мовну метафори. Для поетичних метафор, на погляд лінгвіста, характерна персоніфікація, використання метафоричних одиниць як експресивного, творчого компоненту. На відміну від поетичної, мовна метафора не є результатом безпосередньої творчої діяльності, її обирає мовець серед наявного лексичного складу. Незважаючи на відмінності, обидві метафори перебувають у певній взаємодії і можуть трансформуватись одна в одну [6].

Дослідник Т. Кіс вважає, що метафора було основною формою мислення первісної людини, бо в ній знаходили відбиток культурні, соціальні, етнічні та інші особливості народу [25].

Формою мислення первісної людини був міф, але науковці визнають, що міфологічне мислення пов'язане з метафорою. Це досліджував Дж. Віко, який вважав, що метафора була не штучними утвореннями, а природним способом виразити інше сприйняття світу, яке відрізняється від нашого. Він також писав, що «кожна метафора є маленьким міфом» [13].

Мовознавиця О. Селіванова зазначає, що «метафора є найпродуктивнішим креативним засобом збагачення мови, виявом мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, уподібненої до неї в якомусь відношенні» [46, С.97-104].

Залежно від того, що було найважливішим для науковців у тому чи іншому аналізі цього тропа, сформувалися різні концепції та напрями дослідження метафори, тому різноаспектне вивчення стало поштовхом до появи окремого науково-дослідницького напрямку – метафорології [35].

О. Селіванова в посібнику «Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми» виокремлює п'ять напрямків вивчення метафори :

- логіко-філософський.** Відповідно до цього напрямку, метафора трактується як неістина, фіктивно позначена розумова операція, яка відбувається шляхом поєднання двох думок про різні предмети, символи, ситуації, виокремлюючи якесь спільне поняття [39, С.97]. Тобто це результат формування спільного уявлення про предмет, явище на основі виділення спільних ознак. Досліджували цей напрям Дж. Локк, Х. Ортега-і-Гассет. Останній висловлював таку думку: «метафора подовжує «руку» інтелекту; її роль у логіці може бути подібною до вудки чи гвинтівки [...]. Без метафори на нашому ментальному обрії утворилася б цілинна зона, яка формально б підлягала юрисдикції нашої думки, але фактично була б незасвоєною й необробленою». Філософ уважав метафору необхідним знаряддям мислення, формою наукової думки. [39, С.72]
- логіко-психологічний.** У цьому напрямі дискусійним є питання про характер зближення двох речей чи двох понять у процесі творення метафор. Існує думка, що ключовим механізмом цього зближення, а далі й поєднання є порівняння за подібністю. Метафора тут є засобом формування понять через вторинне найменування, коли виникають нові поняття на основі прямої або непрямой подібності [39, С.98]. Вивчали метафору у цьому аспекті Ш. Баллі, М. Блек, Т.Віану, Х. Деламаара, А. Ричардс, Дж. Сьорль.
- психологічний.** Цей напрям підкреслює важливість психологічного підґрунтя метафори – думок, уявлень людини, її спроби визначити невідоме через відоме, відтворюючи схожість у зовнішніх рисах. З огляду на цей аспект, метафора є не лише роботою раціонального розуму, але й роботою всієї суперсистеми свідомості та колективного позасвідомого [39, С.99]. У цьому напрямку метафору досліджував К. Бюлер, який заявляв, що метафора ґрунтується на уподібненні гештальтів і синестезії – психологічному явищі як виникненні одного відчуття під впливом неспецифічного для нього подразника іншого [11]. Раніше за Бюлера голландський дослідник Й. ван Гіннекен звернув увагу, що прикметники

на позначення відчуттів слуху використовують для трактування зорових або тактильних відчуттів [39, 100]. Також цю тему досліджували представники Вюртбурзької школи гештальтпсихології, зокрема В. Вундт, який інтерпретував метафори, зумовлені образним сприйняттям міміки обличчя та смаковими відчуттями [39, С.100].

- **лінгвістичний.** Тут механізм метафори пояснюють на основі семної динаміки: у процесі метафоризації інтегральна сема поступово зникає в семантичній структурі, поступаючись місцем диференційній або потенційній семам. Тобто метафора вивчається з точки зору лексико-семантичного аналізу, виділяючи видове поняття, для якого метафора є похідною частиною [39, С.101]. Представниками цього напрямку були М. Ептер, М. Нікітін, Ф.Мур, Р.Туранго [39, С.101].
- **когнітивний.** Тут метафору не лише досліджують крізь призму національних світоглядів та уявлень, а й узагальнюють. Метафори розглядають як ключ до розуміння основ мислення, процесу створення національно-мовного світогляду та їхніх універсальних образів [39, С.103]. Лінгвісти вважають, що першим поняття «когнітивна метафора» запропонував М. Блек, який назвав когнітивною метафору, що не має декоративно-експресивної функції [10]. Іншими представниками цього напрямку були Дж.Віко [13], М. Джонсон [30], Дж. Лакофф [30]. Вони констатували, що концептуальні метафори існують не лише в художній літературі, а є продуктом повсякденної діяльності людини [46, С. 104].

Х. Дацишин у дисертації «Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики)» виділяє 7 основних підходів дослідження метафори [18]:

1. Теорія субституції, відповідно до якої «фокусна точка» метафори (тобто вставка метафоричного слова чи виразу в рамку безпосереднього значення слова) використовується для передачі значення, яке можна виразити буквально. [10, С. 158; 57, С. 224].

2. Порівняльна теорія, або, як у своїх дослідженнях її називає М.Блек, «порівняльний погляд на метафору». Він припускає, що в «основі метафори лежить демонстрація подібності аналогії»; варто врахувати, що «у випадку метафор схожість не стверджується, а мається на увазі» [10, С.162].

Натомість Дж. Серль бачить недосконалість у теорії порівняння у нездатності «розділити два твердження: 1) з одного боку, порівняння є частиною значення, і, таким чином, умовою істинності метафоричного висловлювання, і 2) порівняння є правилом висновку, або кроком у процесі розуміння, на основі якого мовець створює метафору, а слухач розуміє її» [47, С. 315].

3. Теорія словесних опозиції, що вважає метафору «особливим мовним трюком», «мовною грою, у якій використовується два однакові значення у самому модифікаторі» [9, С. 201]

Дискутуючи з прихильниками теорії порівняння, М. Бірдслі зазначав, що у метафорі існують семантичні відмінності на двох рівнях значення та «логічне протиставлення на одному рівні» [9, С. 208]. Ця теорія визнає «несподіваність метафор», у ній зазначається, що метафори об'єктивно інтерпретуються, якщо можна виявити «властивості об'єктів та значення слів» [9, с. 213]

4. Девіаційна теорія розглядає метафору як різновид мовної помилки. Висвітлення метафори як мовного відхилення передовсім пов'язане із визнанням того, що важливою мовною категорією є поняття норми.

К.М. Табрейн вважає метафору хворобою мови, результатом її неправильного вживання, стверджуючи, що «вона належить до ряду когнітивних помилок, які небезпечні, коли ми забуваємо, що це саме метафора» [67, С. 3-6]. Т. Гоббс поділяв цю думку і вважав метафору мовною помилкою [17, С. 85].

5. Теорія інтеракції (interaction – від. англ. взаємодія) (теорія напруженості, теорія семантичних взаємодій) пояснює метафору як взаємодію уявлень про два реальні об'єкти. Це суперечить ідеї метафори як девіації.

Відповідно до теорії А. Річардса, очевидною похибкою є думка, що у кожного слова має бути своє значення (бажано лише одне), яке не має нічого спільного з його використанням, стабільність значення слова залежить від сталості контексту. А. Річардс заперечує тлумачення метафори як мовної аномалії чи похибки, не погоджуючись із думкою, що вона розглядається як відхилення від нормального використання мови. Метафора, на думку дослідника, є потрібною функцією мовлення, це її всезагальний принцип, що втілюється у взаємодії головної думки та засобів вираження. [45]

Теорію напруженості розвинув Д. Бергрін, а концепції А. Річардса продовжив і поглибив М. Блек, який виділив серед іншого метафору-субститут та метафору-порівняння на основі ключових поглядів на метафору, вважаючи, що ця теорія може застосовуватися лише до найцікавіших та найскладніших зразків. [10, С. 168] На думку Дж. Серла, вадою теорії семантичних взаємодій є нездатність «відрізнити значення речення або слова, яке ніколи не могло бути метафорою, і значення вислову, яке вже може бути метафорою». [47, С. 315]

6. Новаторством у розвитку метафори було використання когнітивних методів для аналізу цього мовного явища. Е. Маккормак розглядав метафору як «когнітивний процес», який допомагає нам краще зрозуміти світ, «діючи як посередник між людським інтелектом та культурою» [32, С. 360]. Він розглядав свою теорію як «формальну версію теорії інтеракції М. Блека». [32, С. 363]

Е. Маккормак стверджує, що метафору можна описати як «когнітивний процес, за допомогою якого виражаються та формуються нові поняття»; з іншого погляду, метафора служить «культурним процесом, за допомогою

якого сама мова змінюється». Він мовить про два типи метафори – «базову» та «передавальну», і стверджує, що «процес вивчення зазвичай розпочинається з визнання базової метафори як основної ідеї всієї структури, іде шляхом висування «передавальних метафор», що утворюються з базової» [32].

Когнітивна теорія дає можливість побачити метафору як спосіб організації знання про світ, себто як спосіб вираження та формування мовних картин світу.

Існує й інший підхід, що дозволяє розглядати метафору одним із найефективніших засобів утворення вторинних назв у створенні мовної картини світу. [55]

Про мовну картину світу, яка відображена в метафорах, писав польський вчений Р. Токарський. Підкреслюючи в змісті слова десигнацію і конотацію, він відзначав, що «конотативні компоненти ... створюють необов'язковий, реалізований в контексті шар значення, і здебільшого відповідають переконанням, віруванням і системам оцінки» [66, с. 69].

7. Комуникативна теорія аналізує метафоричні фрази з точки зору їх ролі в спілкуванні. Її дослідники виділяють дві функції: ідентифікаційну та предикативну [4]

Вони говорять про два типи метафор, протиставляючи мовні метафори реальним, оскільки зв'язок із прямим значенням слова у кожному з цих видів різний. У реальних метафоричних виразах він актуалізований, у мовних – тільки генетичний [4].

Г. Шиманович вважає, що основною проблемою теорії метафори є визначення механізму її створення та виділяє такі концепції:

1. Інтеракціоністська концепція, яка реалізується у двох варіантах: психолінгвістичному та логічному – перший являє собою метафоричне

поєднання двох ідей про різні речі, на основі яких утворюється нове значення про об'єкт; другий тлумачить метафору як взаємодію двох відмінних один від одного референтів – неоднорідність цих референтів і супутні асоціативні комплекси дають можливість вийти за їх кордони і продукувати цілком нову інформацію ;

2. Асоціативна концепція – метафора утворюється в результаті дифузного асоціативного поєднання двох поглядів або предметів;

3. Концептуально-антропоцентрична концепція – метафора в основному базується на намірах, цілях та мотиваціях суб'єкта;

4. Тричленна механістична – метафора тут – це передача значення від вихідного слова до кінцевого слова через пов'язане з ним поняття;

5. Концепція можливих світів – при перенесенні значення можуть виникати конфлікти значень як можливих вигаданих понять;

6. Антропометрична концепція – з думок, цілей, намірів, які утворюють допоміжний концепт на основі асоціативного комплексу – енциклопедичний, раціонально-культурний, особисті знання – виникають гіпотези про схожість; результат – комбінація нових ознак із старими значеннями та утворення нових понять

У процесі мовного розвитку слова можуть набувати нових значень, при цьому змінюється і доповнюється їх семантичний діапазон. Слова в мові поділяються на однозначні та багатозначні. Однозначних слів в українській мові менше, ніж багатозначних. В основному до них належать власні назви або терміни [33].

Багатозначному слову притаманне не лише пряме, а й переносне значення. На основі багатозначності у мові виникає явище метафоризації.

Перенесення назви одного предмета на інший притаманне і метонімії, яка розглядається як вид метафори. У підручнику «Стилістика української мови»

метонімія – це «троп, основу якого складає заміна одних назв іншими на ґрунті суміжності їх значень» [50, С.335].

Метонімічне перенесення відбувається за такими типами:

- з назви країни – на мешканців
- з назви матеріалу – на виріб з нього
- з назви дії – на результат
- з назви заходу – на його учасників
- з назви предмета – на те, що в ньому знаходиться
- з назви характеристики – на носія

та інші.

Різновидом метонімії є синекдоха - це «стилістичний зворот, у якому ціле подається через назву його частини, загальне – через часткове вираження» [50, С.336].

Також до метафори відносять явище персоніфікації.

Нідерландська вчена А.Дорст подає таке визначення персоніфікації: «...це різновид метафори, який полягає у перенесенні рис і характеристик живої істоти (насамперед людини) на неживий предмет» [63, С. 114].

Думка про метафору змінювалася в ході розвитку наукових розробок у сфері мовознавства, філософії, риторики, психології. Еволюція міркувань про неї пройшла шлях від розгляду її як мовної декорації до сприймання цього тропа як ключа до розуміння процесів мислення й пізнання. Сучасні підходи вивчення метафори застосовують широкий спектр наукових методів аналізу цього мовного явища з урахуванням не лише лінгвістичних, а й екстралінгвістичних (філософських, психологічних, комунікативних) чинників його виникнення та функціонування.

В умовах теперішнього інформаційного суспільства, у якому мас-медіа впливають на якнайширше коло людей, фокус у вивченні метафори

зміщується з галузі художньої літератури, яка дотепер була ключовим матеріалом для дослідження цього лінгвістичного явища, до сфери масової комунікації, особливо газет.

Досягнення науковців у галузі теорії метафори дають достатнє наукове підґрунтя для комплексного дослідження метафори в публіцистичному стилі.

1.2 Класифікація метафор

Мовознавство вимагає систематизації мовних засобів. Класифікація метафор не виняток. Метафора побутує і в усній, і в письмовій формах, використовується у майже всіх стилях української мови, окрім наукового.

Обширну класифікацію метафор пропонує Т. Стретович [51] і розподіляє їх за:

- поширеністю в мові

За поширеністю в мові метафори поділяються на загальномовні та індивідуальні. Обидва види зустрічаються в різних функціональних стилях, але відрізняються частотою використання та виконуваними функціями. Загальномовним метафорам характерне експресивно-сміслове наповнення, а індивідуальні метафори насичені експресивно-емоційними компонентами. [51, С.234]

- структурою

За структурою метафори подіються на одночленні та двочленні, але більшість метафор є двочленими (це метафори, у яких є і вихідний, і цільовий домени).

- тематичною належністю вихідного домену

Ця класифікація є особливо цікава для істориків та культурологів, тому що завдяки їй можна аналізувати групи метафор за тим, які інтереси були в різні епохи.

- цільовим доменом

Ця класифікація застосовується для побудови лексичних класів та семантичних полів.

- ступенем змістової віддаленості вихідного та цільового доменів

У цій класифікації виділяється внутрішня та зовнішня метафора (назви видів належать С. Маркусу). Внутрішні метафори формуються з внутрішніх резервів семантичної мікросистеми. При використанні інструментів іншої мікросистеми чи семантичного поля утворюється зовнішня метафора.

- загальністю вихідного та цільового доменів

Цей поділ полягає у виявленні «лексичних груп, які здатні приймати переносні значення». [51, С.235]

- ступенем цілісності внутрішньої форми

Тут виділяють образні, стерті та мертві метафори.

Образні метафори повною мірою зберігають двоплановий зміст та притаманну їм форму. Такі метафори є «живі» та сповнені емоцій. Вони поділяються на загальнономовні та індивідуально-авторські.

Стерті метафори втрачають свою двоплановість і не всі відчують їхню внутрішню форму.

Мертві метафори (їх ще називають сухими, лексичними, лексикалізованими, згаслими) втратили і свою внутрішню форму, і двоплановість змісту в процесі вживання.

Схожу класифікацію подає П. Ньюмарк і виділяє 5 типів метафор:

- мертві метафори
- метафори-кліше
- лексичні метафори
- інноваційні метафори
- креативні, або індивідуально-авторські метафори [64].

- способами ускладнення вторинного значення слова

Метафори поділяються на прості (містять два, рідше – три слова), ускладнені (у них є більше слів для опису певного предмета чи явища), складні (вони утворюються лише якщо один з доменів метафоризується двічі).

- функціональною ознакою

Відомі кілька типів метафор: номінативна метафора, декоративна метафора та оцінна метафора.

За цим принципом дослідники [5] виділяють ще такі метафори:

- а) номінативну метафору, в якій одне описове значення замінюється іншим
- б) образну, яка є результатом перетворення описового значення в предкативне
- в) когнітивну, яка виникає внаслідок зміни в поєднанні предикатів
- г) генералізуючу (як кінцевий результат когнітивних метафор) [5]
 - за кількістю одиниць-носіїв метафоричного образу

Поділяються на прості та розгорнуті. Якщо використовувати просту метафору, площина вираження представлена однією одиницею. Розгорнута метафора, її ще називають метафоричним ланцюгом, вона полягає в тому, що носієм образу є тематично пов'язана група одиниць. Вона ще може бути двочленною, тричленною і тд.

- присутнім у метафорі відмінку

У цій класифікації виділяються генітивну метафору (у її складі є слово у Р.в.) та метафору орудного відмінка.

- подібністю, предметів, явищ чи властивостей, на основі якої формуються метафори

Тут метафори можна класифікувати за: *кольором, формою, звучанням, розміром* та ін. [51, С.113].

Т. Стретович ще виділяє метафору-порівняння – це метафора, яка містить слово-відгадку (ключове слово) та метафору-загадку – це метафора, у якій відсутнє слово-відгадка [51, С.113].

Дж. Лакофф та М. Джонсон виділяють два типи метафор, що «дозволяють бачити події, дії, емоції, ідеї тощо як якусь субстанцію, і орієнтовані, або орієнтаційні, тобто метафори, які не визначають один концепт у термінах іншого, але організовують всю систему концептів у відношенні один до одного». [8]

Р. Ван ден Брок виділяє лексичні метафори, образи в яких стерлися, конвенційні, тобто закріплені в літературному процесі та індивідуально-авторські. [24]

Голландська вчена Н. Стіенстра виділила загальні метафори, метафори, властиві багатьом культурам, і метафори конкретних культур. Вона пояснила, що людський досвід або універсальний, або специфічний принаймні для кількох культур, тому творення метафор залежить від цих чинників. [65]

В українському мовознавстві метафори поділяють також за подібністю ознак: форми, просторового положення, кольору та ін.

Х. Дацишин [18] також виокремлює такі класифікації:

1. Класифікація за сферою використання.

У межах цієї систематизації розрізняють художню, наукову, публіцистичну та суспільно-політичну метафори, а також жаргонну (Б. Тошович) [57]. Ця класифікація є неповною, оскільки вона не враховує наявність розмовної метафори (Дж. Лакофф [30], М. Джонсон [30], О. Тараненко[53]), а в розділах, де йдеться про розмежування публіцистичних та суспільно-політичних метафор, її можна вважати необґрунтованою, оскільки суспільно-політичні теми є одним з різновидів публіцистики. [18]

2. Морфологічний принцип.

У цьому випадку виявлено своєрідність використання нестандартних виразів, заснованих на метафоричних трансформаціях різних частин мови. Б. Тошович акцентує увагу на дієслівній метафорі, відзначаючи її особливий та відмінний статус порівняно з іншими частинами мови, вжитими у переносному значенні, і пише, що “дієслова мають дуже широкий і різноманітний метафоричний потенціал” і що дієслівна метафора “будується на двох типах відношень: на відношенні мовних одиниць (лексичних або граматичних) та відношенні мовних сфер, до яких вони належать” [57, ст. 251]

3. Синтаксичний принцип.

Цей принцип розділяє метафори на підставі різниці між синтаксичними типами конструкцій, які метафоризуються: окреме слово, словосполучення, речення та мікротекст можуть вживатись у переносному значенні [15]. Науковці також систематизують транспоновані вирази за тим, як метафоричне значення слова реалізується в мовленні; як зразок синтаксичних типів подають синтагми, які об’єднують окремі функціональні одиниці, наприклад дієслово + іменник, іменник в Н.в. + іменник в Р.в. [15, С.14]. Синтаксичний принцип поділу метафор дає підставу для твердження: “Метафора когнітивно опрацьовує не лише номінативні мовні одиниці, але й будь-які частини тексту, починаючи з висловлювання і завершуючи повним текстом” [15, С.47]

4. Класифікація за семантичною віднесеністю денотата.

Необхідність виділення ключових напрямків нового тлумачення дійсності залежно від лексичного значення компонентів метафори є метою цієї класифікації [14]. Таку класифікацію використовує відомий римський ритор Квінтіліан. Він виділяв 4 групи метафор [14, С.39]:

- а) перенесення з неістоти на істоту
- б) з істоти на істоту
- в) з істоти на неістоту
- г) з неістоти на неістоту

На основі семантичної віднесеності денотата С. Ульманн виділяє антропоморфні метафори, зооморфні, метафоризацію від конкретного до абстрактного, синестетичну метафору, метафоризацію визначень певної суспільної сфери.

За цим принципом класифікувала і Х. Дацишин. Вона виділила 16 типів метафори, а саме: антропоморфна, побутова, метафора війни, спортивна, мистецька, метафора будови, транспортна, метафора гри, метеорологічна, ботанічна і землеробська, метафора механізму, зооморфна, метафора освіти і науки, кримінальна, географічна, релігійна. [18]

Подібна класифікація представлена у працях О. Калиновської, яка виділила метафори з такими понятійними сферами: персоніфікація, сім'я, колектив, боротьба, сила, природа, рух, будівництво, спорт. [22]

5. Психологічний принцип.

Цю класифікацію запропонував Н. Колрідж [14]. Він поділяв метафори на:

а) “метафори фантазії, що не вимагають творчої думки читача... їхня мова штучна”;

б) “метафори уяви, які являють собою частину конкретного людського досвіду і вимагають активність з боку читача. Мова тут творча, вона зобов'язує забути прямі значення слів і бачити лише малюнок, намальований письменником” [14, С.42]

6. За ступенем актуалізації зв'язку з первинним значенням слова

У цій класифікації метафори поділяють на:

а) власне метафори

б) мовні метафори [48]

Розділення власне метафор і мовних метафор необхідне для окремих багатоаспектних досліджень. Власне метафори мають науковий сенс для дослідників індивідуальної творчості в літературі та журналістиці. О. Нестерова зазначала, що “індивідуальність того, хто пише, читач розпізнає за особливими формальними та неформальними сигналами” [36, С.90].

Також дослідники класифікують метафори за граматичним вираженням. Наприклад, у підручнику за ред. Л. Мацько [50] метафору поділяють на: субстантивні, атрибутивні, дієслівні та комбіновані.

До субстантивної метафори належать: загальномовні одночленні іменникові метафори, двочленні іменникові метафори (тобто генітивні метафори, оскільки другий домен стоїть у Р.в.), тричленні іменникові метафори (утворюється нанизуванням слів).

В атрибутивних метафор є дві ключові граматичні форми вираження – прикметник і дієприкметник. Їх ще називають метафоричними епітетами.

Дієслівною називають метафору, в якій один з доменів (частіше другий) виражений дієсловом у переносному значенні.

Г. Панчук [40] також виділяє три типи граматичного вираження: іменниковий, прикметниковий та дієслівний.

До іменникової метафори вона відносить такі метафоричні конструкції:

- метафоричний іменник у Н.в. + керований іменник у Р.в. (тобто генітивна метафора). Лінгвіст пише, що для підсилення до генітивної метафори додають прикметник і виділяє такі прикметникові метафоричні конструкції: прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у Р.в.; іменник у Р.в. + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.; прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в. та інші;
- іменник у Н.в. + метафоричний іменник, який виступає присудком.

Прикметникову метафору вона розрізняє відповідно до розташування прикметника щодо позначуваного іменника:

- прикметник розташований у препозиції до іменника;
- прикметник стоїть у постпозиції до іменника;
- іменник розміщений між прикметниками;

Дієслівну метафору Г. Панчук класифікує за процесами, внаслідок яких відбулося явище метафоризації, а саме:

- персоніфікація явищ природи та реалій навколишнього середовища;
- перенесення назв якостей і характеристик в межах однієї групи;
- перенесення назв людських якостей на назви предметів культурного світу;
- перенесення назв екзистенційних ознак на існування людини.

За таким принцип граматичне вираження метафори класифікує і Х. Дацишин.

Проаналізувавши класифікації різних дослідників, ми дійшли висновку, що не всі класифікації однаково будуть виявляти себе у різних стилях мови. Насамперед варто спиратись на досліджуваний матеріал. Параметри метафор визначаються оригінальністю змісту, залежністю від контексту та функціональною специфікою метафоричних знаків, співзалежністю метафор за шарами мови. Аналіз метафори можна здійснювати не лише за певним параметром, а й за їх сукупністю. У сучасній лінгвістиці немає чіткої єдиної класифікації, що відкриває перспективи для подальших наукових досліджень.

З огляду на матеріал, у роботі беремо за основу класифікацію за семантичною віднесеністю денотата, яку запропонувала Х. Дацишин, та класифікацію граматичного вираження метафор, що презентувала у наукових студіях Г. Панчук.

1.3. Метафора в публіцистичному тексті

Публіцистичні тексти найбільш послідовно відображають навколишнє середовище та мінливу історію, у них зафіксовано найбільш актуальні для суспільства події - соціальні, політичні, економічні, культурні, побутові тощо.

Мовознавці пов'язують публіцистику з лінгвістичним розумінням того, що відбувається у світі та його оцінкою. Окрім цього, дослідники акцентують, що саме в новинних текстах відображається все нове, що відбувається навколо. Такий текст захоплює читача, викликає у нього інтерес, тому природньо велика увага лінгвістів до вивчення саме газетних текстів - найбільш поширеного виду публіцистики.

Метою публіцистики є формування громадської думки. Її основною ознакою є вдале сполучення логічного викладу з емоційно-експресивним забарвленням. Якщо публіцистичний текст хоче сформуванати громадську думку, він має бути довершеною у своїй логічній структурі. Водночас навіть довершені з точки зору логіки речі не будуть належним чином сприйняті, якщо викласти їх байдужою, сухою та шаблонною мовою[42]. Предметом новинних повідомлень є явища в різних сферах громадського життя. Тому перед журналістом завжди стоїть завдання знайти найкращий спосіб впливу, особливо спосіб вираження, оскільки в журналістиці інформація не лише подається, але й інтерпретується з певних позицій, щоб переконати читача у слушності цих аргументів. Виразальну силу мови можна посилити завдяки різним засобам, одним із яких є метафора.

Різні метафори мають різне функціональне навантаження в ЗМІ. Журналісти використовують концептуальні (або когнітивні) метафори, щоб допомогти вплинути та сформуванати уявлення людей про певні явища та події, навчити передбачати різне вирішення тієї чи іншої громадсько-політичної проблеми [7, С.39-40].

Концептуальна метафора – це психологічний феномен, який є «стабільним і закріпленим у мовних та культурних традиціях етнічної групи, отож і свідомості людей; використання лінгвістичних символів одного поняття для позначення іншого, що передбачає розуміння природи позначуваного за аналогією до позначуваного» [38].

Дослідженням теорії концептуальної метафори займались Е. МакКормак [32], Дж. Лакофф і М. Джонсон [30] та ін.

Головною передумовою когнітивного підходу до дослідження метафори є конкретизація її психологічних характеристик та когнітивного потенціалу. Глибоке дослідження метафори як способу мислення у рамках когнітивного мовознавства провів Е. МакКормак у книзі «Когнітивна теорія метафори» [32]. Він розглядає метафору як когнітивний процес.

Дж. Лакофф та М. Джонсон подають таку класифікацію концептуальних метафор:

1. структурна метафора – одне поняття структурно впорядковується відповідно до іншого поняття
2. орієнтаційна метафора – створюють концепції через просторові поняття та взаємозв'язок
3. онтологічна метафора – показують події, дії як істоту.

Як явище природної мови концептуальна метафора виконує когнітивну (сприяння формуванню та тлумачення концепту в свідомості людини) та комунікативну функції (забезпечення реалізації вже існуючих понять та лематизація окремих аспектів у процесах мовлення та мислення).

У термінотворенні реалізуються різні когнітивні механізми утворення метафор. О. Селіванова [46] виділяє наступні варіанти методів:

- структурний (аналогічне припущення на основі споріднених понять);
- дифузний (використання дифузного комплексу асоціацій);

- гештальтний (гештальт-аналогія);
- сенсорний (застосування синтезії);
- аксіологічний (використання оцінки знаків-мотиваторів)

У новинних текстах спостерігається гостра потреба відбору загальнозрозумілих засобів, які характеризуватимуться як свіжістю, так і новизною. Саме в цих текстах можна побачити високий ступінь насиченості ідеями, підтверджуючи твердження про те, що “мова новин - це мова думок і почуттів” [41 С. 216]. Метафори є наслідком цього універсального двостороннього ресурсу в сполученні раціонального і креативного мислення, який не лише примножує лексичний склад мови, а й сприяє побудові нових парадигм, які формують змогу пізнання та оцінки інформації.

Нові погляди на поняття метафори сформувалися в ширшому евристичному контексті, аніж лінгвістичному. Метафори “пронизують наше повсякденне життя й проявляються не тільки в мові, а й думках та діях; наша звичайна поняттєва система є метафоричною за своєю суттю. Метафори як мовне вираження є можливі саме завдяки тому, що вони існують у поняттєвій системі людини” [61, С. 390]

У публіцистичному дискурсі частотним є винесення метафори в заголовок, з метою заохотити читача до прочитання усїєї статті. У таких випадках актуальним є кілька стилістичних ефектів: ефект обманутого очікування (коли враження читача після прочитання публікації відхиляється); ефект підсиленого очікування (коли очікування читача після прочитання публікації не підтвердилися); ефект виправданого очікування (коли метафоричний заголовок є зрозумілим та яскравим і у читача виникає бажання детальніше ознайомитись із проблемою). Їх застосовують як прийоми структурування тексту [38]

Академічний тлумачний словник подає таке визначення заголовка – «назва будь-якого твору, його частини, розділу або статті, повідомлення, назва газети, журналу і т. ін.» [49, Т.3, С. 83]

Заголовок, за І. Кочан, - це структура, що передує текстові, стоїть над тим і перед ним. [28, С.58]

У праці «Техніка оформлення газети» заголовок це – складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері. [21]

І. Артемонова зазначає: «Заголовок є невід’ємною частиною будь-якої журналістської публікації. Він є компресованим вираженням головної думки повідомлення, відбитком авторської позиції стосовно тієї чи іншої проблеми. Заголовок слід розглядати як комплекс взаємопов’язаних текстових одиниць, які надають попереднє уявлення про зміст твору». [3, С.107]

Проаналізувавши поняття «заголовок», виникає питання, про те, які функції він виконує.

На нашу думку, функції заголовка потрібно розглядати з двох аспектів: заголовок художнього твору та заголовок газетної статті.

Художньому заголовку, за книгою І. Кочан «Лінгвістичний аналіз тексту», властиві такі функції:

- комунікативна (інформаційна) – заголовок експліцитно виражає тему твору, актуалізуючи лаконічними засобами інформацію, що міститься в тексті.
- експресивна – вона надає особливого значення заголовку як засобу психологічного впливу на адресата, бо привертає увагу і забезпечує творче сприйняття інформації. Експресивність притаманна заголовкам, в які вводяться імена персонажів, про котрих ідеться в подальшому викладі. Часто велику зацікавленість викликають

заголовки, що містять будь-який крилатий вислів, приказку, відому цитату.

- функція стимулювання пізнавальної активності – заголовки порушують певне питання, висувають перед читачем проблеми чи альтернативу, яку він повинен вирішувати разом з автором в процесі сприйняття тексту. В такий спосіб читач залучається до процесу співтворчості.

- імперативна – через такий заголовок читач отримує чітку настанову, рекомендацію, керівництво до дії, обґрунтування яких подається в тексті. Впливаючи на адресата категоричністю, імперативний заголовок жорстко корегує процес сприйняття інформації. [28, С.59]

М. Тимошик у посібнику «Книга для автора, редактора, видавця» виділяє наступні функції заголовка:

- структурування значного за обсягом текстового чи ілюстративного матеріалу на окремі частини;
- полегшення роботи читача з виданням;
- організація процесу читання;
- осмислення окремих частин прочитаного, підготовка читача до сприйняття нового, відносно закінченого, цілого;
- забезпечення зручності у пошуку вибіркової інформації;
- акцентування на окремих частинах тексту, сприяння глибшому його засвоєнню. [56, С.250-251]

За класифікацією функцій газетних заголовків, що пропонує В.Шевченко, виокремлюють наступні функції [59, С. 388-397.]:

- номінативно-інформативна – функція повідомлення про факт й забезпечується об'єктивністю, документальністю, логічністю і аргументованістю викладу факту;

- функція впливу, що виражається в оцінюванні, спонуканні, розпорядженні, прогнозуванні, образності, вираженні авторського ставлення до інформації, що подається;
- рекламна – функція залучення уваги читача, спонукання до прочитання матеріалу;
- графічно-видільна функція дозволяє відокремити один текст від іншого, виділити текст з оточуючого контексту і в той же час зв'язати всю смугу в єдине ціле (реалізується переважно графічними засобами

В. Зайцева вважає, що газетний заголовок виконує низку важливих функцій, до яких належать такі: композиційна; інформаційна; функція привабливості. [20]

Отже, основним видом метафори у публіцистичних текстах є когнітивна метафора, оскільки вона охоплює всю сферу досвіду людини та має значний когнітивний потенціал. Процес створення нових метафор відображає зміни у ставленні людей до того, про що вони думають чи говорять, і дає можливість людям побачити речі у новому світлі.

Ефективність газетного тексту у більшості випадках визначається його заголовком, оскільки відомого, що за допомогою нього легше утримати читача. Заголовок допомагає спрогнозувати зміст, від заголовка залежить чи людина прочитає текст чи ні, чи зацікавиться темою. Заголовки виконують різні функції, але найголовніші з них це – номінативна та рекламна, оскільки від них, на нашу думку, буде залежати успішність заголовка.

Отже, метафора є одним із найважливіших складників друкованої комунікації. У мові ЗМІ концептуальну метафору використовують для досягнення різних ефектів [37]. Її використання могло виникнути з бажання зробити друкований текст більш емоційним, впливовішими. Використовуючи метафори, журналісти можуть змусити читачів задуматися

над актуальними проблемами, допомагаючи утвердити деякі світоглядні орієнтації громадян. Використання метафор найчастіше диктується бажанням досягнути ефективності друкованого слова, бо публіцистика формує громадську думку. Активне використання метафор у мові ЗМІ супроводжується процесом подолання певних стереотипів щодо певних реалій і заміною їх новими, що формує певну мовну картину світу - своєрідну надбудову над дійсністю. Як видно, метафора є найефективнішим способом збагачення мови та знаряддям впливу на мислення людей.

Проаналізувавши класифікації різних дослідників ми дійшли висновку, що не всі класифікації однаково будуть виявляти себе у різних стилях мови. Насамперед варто спиратись на досліджуваний матеріал. Параметри метафор визначаються оригінальністю змісту, залежністю від контексту та функціональною специфікою метафоричних знаків, співзалежністю метафор за шарами мови. Аналіз метафори можна здійснювати не лише за певним параметром, а й за їх сукупністю. У сучасній лінгвістиці немає чіткої єдиної класифікації, що відкриває перспективи для подальших наукових досліджень.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МЕТАФОР У ЗАГОЛОВКАХ ГАЗЕТИ «ЕКСПРЕС» ЗА 2020 РІК

2.1. Лексико-семантичний аналіз метафор

Лексико-семантичний аналіз метафори дає можливість спостерігати за структурою лексичного значення слова, а саме виявити розширення чи звуження його семантики, процесів, що пов'язані з генералізацією семозібною чи модифікацією значення слова загалом.

У заголовках газети «Експрес» (2020 рік) метафору було поділено за такими категоріями: *антропоморфна метафора, метафора війни, природоморфна метафора, науково-технічна метафора, побутова метафора, медична метафора, метафора освіти і культури.*

2.1.1. Антропоморфна метафора

Однією із найпродуктивніших метафор є антропоморфна (128 одиниць). Вона відзначається надзвичайною поширеністю і різноманітністю у газетних текстах. На думку дослідників, людина відобразила в мові свою подобу, внутрішні стани, емоції, інтелект, ставлення до предметного і непередметного світу, зафіксувала себе в іменах природних об'єктів, її присутність дає про себе знати на всьому просторі мови, який наскрізь антропоцентричний [5].

Загалом антропоморфна метафора пов'язана з перенесенням ознак і властивостей людини на неживі предмети, явища природи, а також тварини.

В антропоморфній метафорі спостерігаємо такі семантичні групи:

- позначення назв дій людини, способів її руху;
- емоційний стан людини, її поведінка та статус;
- частини тіла, організму людини.

Найчисельнішою є група на позначення *назв дій людини, способів її руху*, бо вони створюють динамічні художні образи, побудовані як на градаційному ефекті, так і на ефекті протиставлення.

Метафори на позначення *назв дій людини, способів її руху* вживаються у різних сферах. У сфері суспільного життя метафоричне перенесення спостерігаємо:

- на абстрактні поняття: «*Нове життя для фонтана*» (В.6, С.2 (львівські новини)); «*Плач доньки розбудив звіра*» (В.10, С.2); «*Навіщо засмічувати собі карму?*» (В.38, С.15) «*Коли робота дарує і кайф, і багато грошей*» (В. 41, С. 14) – персоніфікація; ; «*Так звучить справжня свобода!*» (В.46, С.13) – персоніфікація; «*Професії, що приносять вам гроші*» (В. 29, С. 16) – персоніфікація; «*Місце, де народжується прогноз погоди*» (В.49, С.16) – персоніфікація ;
- на власні назви – топоніми «*Львів запрошує на Різдво*» (В.1, С.19) – метонімія; «*Карпати чекають туристів. А туристи чекають локдауну*» (В.49, С.8) – метонімія; «*Київ наче перемістився на 400 км на південь*» (В.51, С.12) – метонімія; ергоніми «*Телефонне знуцання «Укрпошти*» (В.5, С.2) – метонімія; «*Як «Укртелеком» шарпає людям нерви*» (В.48, С.12) – метонімія; «*Як Фейсбук може врятувати від самотності на пенсії*» (В.43, С.22) – персоніфікація;
- на неживі предмети: «*Розкрити злочин допомогла каблучка*» (В.6, С.14) - персоніфікація; «*Опера запрошує!*» (В.33, С.19) – метонімія;
- на загальні назви установ «*Учень травмувався. Школа дорого заплатить*» (В.14, С.7) – метонімія; «*За ним уже ридає тюрма*» (В.41, С.16) – персоніфікація ;
- на явища природи «*Тепле повітря, шелестять ліси, хлюпає море. Це – Марс!*» (В. 20, С. 28); «*Їх надто швидко покликало небо*» (В.40, С.19) – персоніфікація; «*Аж тут до вас до хати приходить куц*» (В.48, С.2) – персоніфікація;

У прикладі заголовкової статті «*День жнив рік годує!*» (В.32, С.13) спостерігаємо використання фразеологізму «Весняний день рік годує», проте зі зміною складу фразеологічної одиниці. Такий прийом часто засвідчують науковці, особливо у заголовкових текстах, що свідчить про трансформацію стійкої одиниці завдяки процесу метафоризації. Слушною є заувага М. Ковальчука про те, що додаючи чи змінюючи структурний склад фразеологізму, автор заголовку статті у ЗМІ намагається привернути увагу читача, який по-новому погляне на стійке словосполучення, пригадає його первинний зміст: «Додавання часто носять метафоричний характер, оживляють внутрішню форму фразеологізму, вносячи нові відтінки в його розуміння... Найчастіше розширення відбувається з допомогою різноманітних іменникових компонентів, що сприяє певному уточненню, конкретизації значення фразеологізму» [27]. Подібне використання фіксуємо і в прикладі «*Британці сміють грошима, німці рахують кожную копійку*» (В. 43, С. 23), у якому додатково введено іменник, кого ж саме можна назвати марнотратниками.

У політичній сфері найбільш уживаним є підвид метафори – метонімія (17). Таке перенесення найчастіше стосуються неживих предметів, зокрема власних назв – топонімів, ергонімів: «*Росія бреше, бреше і бреше*» (В.9, С.2) – метонімія; «*Це ляпас антикорупційним реформам*» (В. 10, С. 4); «*Влада в Україні готується до придушення протестів*» (В.33, С.9) – метонімія; «*Як Печерський суд відмазує Сашу-стоматолога*» (В.38, С.9) – метонімія; «*Уряд Шмигалья працює в темпі черепахи*» (В.45, С.1) – метонімія; «*І куди дивиться СБУ?*» (В.45, С.2) – метонімія; «*Підніжка від COVID-19 і Білорусі*» (В. 46, С. 11) – метонімія; «*Непрості відносини уряду і парламенту України*» (В.49, С.5) – метонімія.

Прикметно, щоб досягти стислості, чіткості, семантичної місткості у назвах статей періодичних видань автори заголовків використовують трансформацію фразеологізмів: «*Плювок в обличчя Революції Гідності*»

(В.50, С.2) (фразема «Плювати в обличчя кому — виявляти зневагу, презирство до кого-небудь» [49, Т. 5, С.525]. Дослідниця заголовкових текстів Л. Майборода слушно твердить, що «структурно-семантична трансформація і переосмислення фразеологічних зворотів відкривають перед журналістами фактично невичерпний арсенал газетної експресії і засобів оновлення мовностилістичної виразності. Фразеологічний зворот у трансформованому вигляді, набуваючи нових естетико-публіцистичних властивостей, перетворюється на фразеологічний неологізм [31].

В екологічній сфері (навколишнє середовище) перенесення ознак здебільшого відбувається за моделлю «дії, вчинки людини – жива природа, явища природи» (13): «*А колись весну треба було закликати*» (В. 10, С. 8) – персоніфікація; «*Коли повернеться літо?*» (В. 23, С.19) – персоніфікація; «*Сонце завмре і потьмяніє*» (В. 24, С. 2) – персоніфікація; «*Погода знущається над нашим здоров'ям*» (В. 25, С. 8) – персоніфікація; «*Вода перетворила будинок на руїну*» (В.26, С.7) – персоніфікація; «*Збережімо неймовірне літо в банці*» (В.30, С.14); «*Море заповнили медузи*» (В. 33, С. 11); «*Літо минуло, а сліди його поцілунків залишилися*» (В. 42, С. 21); «*Зима, кажуть, запізнюється*» (В. 49, С. 2) – персоніфікація. Чимало таких метафор є загальнономовними, мають системний характер.

В економічній сфері фіксуємо використання синекдохи як одного із видів перенесення, проте такий тип переносу найменувань стосується моделі «перенесення назви з предмета на його частину, або навпаки»: «*Євро зростає*» (В. 6, С. 2) - синекдоха; «*Як заробітчани рятують гривню*» - синекдоха (В. 7, С. 4); «*Вода дорожчає*» (В. 7, С. 1 (львівські новини)) - синекдоха; «*Газпром втрачає мільярди*» (В. 8, С. 12) – метонімія; «*Якою буде доля долара після виборів*» (В. 43, С.4); «*Газове божевілля: майже 10 грн за куб палива!*» (В. 53, С. 3

У прикладі «*Олігархи затягують малий і середній бізнес у зашморг*» (В. 21, С. 4) використано трансформований фразеологізм (*затягнути в зашморг*

– «*потрапити в небезпечне становище*» [49, Т.3, С. 416]. Також цей принцип використовувався у заголовку «*У державній кишені вітер гуляє*» (В. 6, С. 4), де окрім синекдохи, автор використав фразеологізм «вітер гуляє» на позначення «безгрошів'я» [49, Т. 1, С. 687].

У медичній сфері перенесення спостерігаємо за моделлю «дії, вчинки, властиві людині, на об'єкт неживої природи, а саме найменування хворіб» (9): «*Грип забрав життя*» (В. 2, С. 2); «*Щоб Альцгеймер не знайшов*» (В.3, С.16) – метонімія; «*Коронавірус вразив священника, або Чому краще молитися вдома?*» (В. 13, С. 1); «*Не варто ховати «корону»*» (В. 33, С. 11); «*За це варто подякувати коронавірусу*» (В.35, С.1); «*Коронавірус притих?*» (В.39, С.17) – персоніфікація; «*Легені люблять рух*» (В.42, С.21) – персоніфікація; «*І жоден коронавірус не сховається!*» (В.44, С.21); «*Підніжка від COVID-19 і Білорусі*» (В. 46, С. 11).

Спортивна сфера здебільшого презентована низкою конструкцій, що становлять перенесення найменувань за суміжністю – метонімію як підвиду метафори: «*Ну нарешті! Перша ліга повертається*» (В.25, С.23); «*Карпати зникають з футбольної карти*» (В.27, С.19); «*Великий теніс повертається*» (В.35, С.18); «*Шахтар став занадто млявим*» (В.40, С. 23); «*Нарешті український футбол інтригує*» (В.41, С.22); «*Команда Шиви зірвала джекпот!*» (В.13, С.2); «*Кадровий голод у команді Шевченка*» (В.42, С.23) (слово *голод* вживається у переносному значенні «Гостра нестача чого-небудь вкрай необхідного» [49, Т. 2, С. 113] і доповнюється атрибутивом *кадровий*).

У військовій сфері також основним видом перенесення є метонімія: «*Армія кличе!*» (В. 11, С.4); «*Американські «Марки» спішають на допомогу*» (В. 31, С. 26) ; «*Вороги, начувайтесь, до вас прямує «Боривітер»*» (В.42, С.2) ; «*На ворога насувається «Буревій»*» (В. 48, С.2).

У прикладі «*Окупантам полоскотали нерви*» (В.37, С.11) фіксуємо використання фразеологізму «*полоскотати нерви*» [49, Т. 7, С. 96], що вжито у його первинній формі, проте автор заголовка розширює компонентний склад фраземи, адже, на думку М. Ковальчука «Додавання часто носять метафоричний характер, оживляють внутрішню форму фразеологізму, вносячи нові відтінки в його розуміння» [27].

У цьому виді метафори були виявлені такі типи перенесення назв людської діяльності на абстрактні поняття, на власні назви (зокрема топоніми), на неживі предмети, на загальні назви установ, на явища природи. Було виявлено 33 метонімії, 24 персоніфікації та 3 синекдохи. Також у заголовках було використано трансформацію фразем, зокрема розширення за допомогою додаткових компонентів, які носять метафоричний характер, первинної структури фразеологізмів.

Другою за кількістю конструкцій з антропоморфною метафорою є ті, до складу яких входять слова на позначення **стану людини, її поведінки, емоцій та статусу, родинних відносин**. Вона налічує 17 одиниць.

Цей тип антропоморфної метафори найчастіше використовувався у **сфері суспільного життя**: «*Справжня любов вміє чекати*» (В.2, С.11); «*Велике адміністративне сватання по-львівськи*» (В. 4, С.1 (львівські новини)); «*Велике європейське розлучення*» (В.6, С.4); «*Любов минає, борги залишаються*» (В.7, С.14); «*Король кіноіндустрії та юридичних послуг*» (В.8, С.2); «*А тепер – голодна пауза!*» (В. 20, С. 21); «*Коли душа розривається від болю*» (В.26, С.18); «*Ревнощі затьмарили розум*» (В.37, С.2) – трансформований стійкий вираз («*затьмарити розум*» - «*позбавляти ясності, гостроти*» [49, Т.3, С. 371], що доповнено лексемою з психічної сфери – *ревнощі*; «*Коли любов не знає перешкод*» (В.40, С.18). У більшості прикладів перенесення відбувається за моделлю «назви дії, вчинки людини на об'єкти психічної сфери, абстрактні поняття».

Спорадично презентовано цей вид антропоморфної метафори у спортивній: «*Воу, яка шалена «Ворскла»* (В.10, С.24) – метонімія; «*Тому що вони зголодніли за футболом»* (В.23, С.23); «*Нова шахова королева – львів'янка»* (В.51, С.19); «*Новий футбольний король світу»* (В.52, С.22); медичній: «*Будьте обачні, грип лютує!*» (В. 8, С. 1) – персоніфікація; «*Коронавірус не перестає лютувати»* (В. 27, С. 18) – персоніфікація; економічній «*В економіки – емоційний зрив»* (В. 5, С. 6) та екологічній сферах: «*Король снігів під загрозою зникнення»* (В. 8, С. 24).

Найпродуктивнішою сферою у цій групі метафор є сфера суспільного життя.

Найменш продуктивною була конструкція антропоморфної метафори, до складу якої входять **частини тіла, організму людини**. Вона налічує лише 1 заголовок: «*Самбір без голови»* (В.23, С.19). У цьому прикладі фіксуємо метонімію з типом перенесення «неживих предметів, зокрема власних назв – топонімів, ергонімів».

2.1.2. Метафора війни

Метафора війни (боротьби, битви, бою, фронту) (65 одиниць), для якої властиве є зображення дійсності за подібністю до війни [38]. У межах цієї метафори науковці виділяють «часткові образні парадигми: **воєнні дії, перемога, поразка»** (відповідно автор заголовкового тексту підбирає такі лексеми, що пов'язані з атрибутами війни/боротьби), адже, як свідчить ілюстративний матеріал «мілітаризована свідомість українця проявляється через когнітивну метафору» [34].

Використовується у таких галузях людської діяльності:

➤ медицина (29): *«Грип активно наступає»* (В. 3, С.1 (львівські новини)) – персоніфікація; *«Грип продовжує атакувати»* (В. 6, С. 1 (львівські новини)) – персоніфікація; *«Як Італія бореться з коронавірусом»* (В.9, С.11) – метонімія; *«Мій бій з коронавірусом триває»* (В. 10, С. 1); *«У всьому винен поламаний ген»* (В. 10, С. 9); *«Дідусь переміг вірус»* (В. 11, С. 2); *«Перемога у боротьбі за життя»* (В. 11, С. 2 (львівські новини)); *«Вони перемогли коронавірус»* (В. 12, С.1); *«Вірус знищує дихальні шляхи»* (В.12, С.6) – персоніфікація; *«Їм не вдалося подолати коронавірус»* (В. 14, С. 4); *«Не так потрібно побороти. Потрібно побороти себе»* (В. 23, С. 11); *«Зелена вітамінна бомба»* (В. 24, С. 21); *«Здолала коронавірус у 90!»* (В. 24, С. 2); *«COVID-19 цілиться в серце!»* (В. 25, С. 21); *«Ще одна мішень коронавірусу»* (В. 30, С. 8); *«Вірус, який цілиться в печінку»* (В. 33, С. 17); *«Українець, який здійснив медичний прорив»* (В. 33, С.18); *«Секрети успіху Китаю в боротьбі з COVID-19»* (В.45, С.12); *«Борці з коронавірусом, яких покинули напризволяще»* (В. 49, С. 9).

Така чисельна кількість використання у конструкціях лексеми вірус у метафорі війни спровокована початком поширення COVID-19.

У прикладі *«Таємниці уханського вбивці»* (В.6, С.6) використовується метонімія. У цьому заголовку мова йде про хворобу COVID-19, місцем виникнення якої є китайське місто Ухань.

➤ суспільно-економічне й наукове життя (21): *«Кохання перемагає!»* (В.7, С.2 (львівські новини)); *«Нескорені. Люди, які перемогли долю»* (В.9, С.1); *«Як князь Ігор і Ярославна підкорили інстаграм»* (В.11, С.14) – метонімія; *«Алло, я зараз вибухну!»* (В.14, С.8); *«Усе село - у водяній пастці»* (В.26, С.19); *«Полювання на яскраву нічну гостю відкрито!»* (В.29, С.2); *«Жорстока розплата чорного археолога»* (В.32, С.12); *«Підземний бунт шахтарів»* (В. 36, С. 18); *«Справжня підземна війна»* (В. 39, С.7); *«Війна за жіночу гідність»* (В.41, С.7); *«Як перемогти у боротьбі за аліменти?»* (В. 41, С. 13); *«Його розстріляла радянська влада»* (В.42, С.19) –

метонімія; «Львівгаз влаштував пенсіонерці газовий терор» (В.42, С.19) – метонімія; «Невидимий вбивця знову вийшов на полювання» (В.45, С.20); «Як Катерина II знищила гетьманство» (В.47, С.14) – метонімія; «І світло переможе темряву!» (В.51, С.8); «Дідусь у крижаній пастці» (В.51, С.2); Повстання готівки» (В. 1, С. 12); «Це справжня газова пастка» (В. 6, С. 1); «Битва за «ПриватБанк»» (В. 21, С. 5) «Псевдобанкіри полюють на ваші кошти» (В. 25, С. 2); «Газові війни. Ще більше грошей, ще більше нервів» (В. 36, С. 1); наука (1): «Інформаційна бомба з криївки» (В.2, С.18).

Вторинна номінація лексем підсилюється додатковими словами (здебільшого прикметниками) : *водяна пастка, крижана пастка, газова пастка; підземна війна, газова війна, підземний бунт; газовий терор; інформаційна бомба.*

Слушною є думка про те, що вторинне значення слова пов'язане з лексико-семантичними процесами – метафоризацією, метонімією. Л. Шутак виникнення непрямого значення слова називає «неавтономною (непрямою) номінацією», бо реалізується в комбінації з іншими словами. [61]

- політика (6): «Головні поразки України у Страсбурзі» (В.6, С.5); «Весняний щит Раджепа Ердогана» (В.10, С.5); «Як Медведчук і Козак захоплюють український Єрусалим» (В. 21, С.1); «Ще одна спроба побороти корупцію в «оборонці»» (В.34, С.4).
- спорт (3): «Бунт у шаховому королівстві» (В.2, С.9); «Десна» гостро атакує» (В.27, С.23) – метонімія; «Українські футболісти підкорюють світ» (В.28, С.27)

Найпродуктивнішими галузями були медицина та суспільне життя. Причиною найбільшого використання метафори війни у медичній сфері було те, що у 2020р. розпочалося поширення хвороби COVID-19.

2.1.3. Природоморфна метафора

Цей вид метафори охоплює живу та неживу природу.

Найчастіше вона використовувалась у суспільно-політичній та економічній сфері (14): «Бережіть вогник радості у серці» (В.1, С.4); «Іноді аж земля трясеться» (В.5, С.7) – персоніфікація; «У платіжках – космічна сума!» (В. 15, С.18); «Лише мить – і життя згасло» (В.20,22); «Згасла дуже яскрава зірка» (В.29, С.7) – метонімія (у статті розповідається про воїна, який загинув у зоні ООС); «Ми пам'ятаємо: він говорив солов'їною і його побили до смерті» (В.32, С.9); «Росіяни, чехи, араби щебечуть тут солов'їною» (В.34, С.11) – метонімія; «Без неї не звучить солов'їна» (В.36, С.22) – метонімія;

Вторинна номінація лексем підсилюється додатковими словами зі значенням «вогонь»: *вогняні смс-ки, полум'яна сварка, полум'я ревнощів*; «космос»: *космічно круто, космічні платіжки, космічна сума*, а також морську тематику: *море проблем, сплеск гніву, хвилі корупції*

У медичній сфері найчастіше вживались слова на морську тематику, зокрема: «На хвилі гострих відчуттів» (В.6, С.21); «Морські хвилі проти COVID-19» (В. 24, С. 21); «Імунітет ніби штормить» (В.53, С.21), а також на позначення вогню: «А якщо у ТВК – спалах коронавірусу?» (В. 42, С. 5);

Також природоморфна метафора реалізовувалась у спортивній: «Можливо, саме огірочки допомогли мені виграти» (В.35, С.2) – персоніфікація; військовій: «Пташки для спецпризначенців» (В. 3, С.11) та мистецькій сферах: «В опері – Лис Микита!» (В.8, С.19) – метонімія.

2.1.4. Побутова метафора

Побутова метафора (21 одиниць) поділяється на кулінарну метафору, метафору з назвами предметів побуту, метафору з назвами температурних ознак предметів, землеробську та метафору будови.

Кулінарна метафора була виявлена у заголовках суспільно-політичної сфери: *Великий і грізний сніговий пиріг*» (В. 2, С. 11); *«Миші бенкетують!»* (В.4, С.1); *«Секрети першокласних булочок»* (В.6, С.16); *«У Лівані все кипить»* (В.33, С.4) – метонімія; *«Земельний бублик: скільки дістанеться громадам»* (В. 44, С. 1).

Вторинна номінація лексем підсилюється додатковими словами (найчастіше прикметниками): *грізний сніговий пиріг, секрети першокласних булочок, земельний бублик.*

Метафора з назвами предметів побуту найчастіше реалізовувалась у заголовках статей суспільно-політичної тематики: *«Хочу, щоб українці забули про «совок»»* (В.34, С.13); *«Тривожний дзвіночок для України»* (В.39, С.4) – метонімія; *«Про два вітамінні скарби осені»* (В.44, С.21); *«В усьому винна провідка»* (В.45, С.19) – персоніфікація.

Також її було виявлено у спортивній: *«Букет нагород – у наших гімнастів»* (В.51, С.23) та економічній сфері: *«Що буде в гаманці українських ОЛГ?»* (В. 39, С. 4)

Метафора з назвами температурних ознак предметів використовувалась лише у 2 заголовках у політичній сфері: *«Гарячі розбірки депутатів»* (В.10, С.1); *«Україна та Білорусь. Холодна пауза»* (В. 36, С.5)

Землеробська метафора була виявлена у 4 заголовках у різних сферах людської діяльності: економіка: *«Липневе зростання пенсій. Усі подробиці»* (В. 26, С. 2); *«Настільки сильно може вдарити батіг санкцій?»* (В. 46, С. 5); політика: *«Президент хоче переламати судову гілку через коліно»* (В.45, С.4) не переконливо; спорт: *«Оце так урожай медалей!»* (В.39, С.17).

Метафора будови використовується у двох заголовках: військової сфери: *«Кадрові перестановки в ЗСУ»* (В. 14,С. 5) та сфери суспільного життя: *«Осередок спокою в центрі суєти»* (В.47, С.17).

Найпродуктивнішою серед побутових метафор була метафора з назвами предметів побуду, оскільки людина для створення метафор використовує все, що її оточує, особливо навколишній побут.

2.1.5. Науково-технічна метафора

У цьому різновиді метафори було виявлено метафоричні конструкції на позначення руху, що мають відношення до транспорту, метафору механізму та науково-технічну метафору як таку.

Транспортна метафора поділяється на повітряну та наземну. Повітряна транспортна метафора виражалась словом «літати» у різних проявах у суспільно-політичній: «Чи літатимуть сніжинки на Різдво» (В. 1, С.2); «Світ біжить, мчить, летить» (В.4, С.12); «На скільки мільйонів уже налітав Зеленський» (В.9, С.2) – метонімія; «Раптом на столик вилетіла клумба» (В.37, С.2) та спортивній сферах: «Ярослава не стрибає, а літає!» (В.4, С.2)

Наземна транспортна метафора була виявлена у таких сферах: суспільне життя: «Ліфт не їде. На дорозі ями» (В.1, С.19); «Смертельний розворот на п'яну голову» (В.38, С.16) та медична: «Вірус знищує дихальні шляхи» (В.12, С.6); «Остання дорога для жертв коронавірусу» (В. 47, С.2)

Метафору механізму було виявлено лише в 1 заголовку у сфері медицини: «Коротке замикання у мозку» (В. 12, С. 1). Виражена лексевою «замикання».

Науково-технічна метафора використовується лише у сфері суспільного життя: «Час множити красу» (В.20, С.25); «Сім років ніби викреслили з життя» (В.36, С.9); «Краплина сонця у вашій чашиці» (В.39, С.14); «Непокаране зло примножується» (В.49, С.9); «Жорстока крапка в сімейних

стосунках» (В.50, С.16); «Частинка України в американському Техасі» (В.45, С.7) – метонімія

Найпродуктивнішим є слово «множити» і похідний від нього «примножити».

2.1.6. Метафора освіти та культури

Метафора освіти спортивну та метафору освіти та науки спортивну та метафору освіти та науки.

Мистецька метафора розподілена на музичну, театральну, циркову та метафору образотворчого мистецтва.

Музична метафора була виявлена у 2 заголовках у сферах медицини: «Диригенти нашого організму» (В. 4, С. 21) та суспільного життя: «Золотистий хіт сезону» (В.31, С.8).

Театральна метафора використовувалась у 4 заголовках: медичної: «Медичний Оскар для найкращого фельдшера» (В. 33, С. 2); політичної: «Вища рада правосуддя і президент України грають комедію» (В.31, С.9) – метонімія; «Судді грають на стороні зла» (В.23, С.9) та сфери суспільного життя: «Репетиція літа вже відбулась» (В. 20, С.3)

Циркова метафора була виявлена у 2 заголовках політичної сфери: «Суддівський цирк: вже і Януковичу скасували арешт!» (В.47, С.5); «Чергові фокуси Росії зазнали краху» (В.50, С.5) – метонімія

Метафора образотворчого мистецтва теж була виявлена у 2 заголовках: в економічній сфері: «Як облгази малюють нам колосальні штрафи» (В. 26, С. 1) - метонімія; і в сфері суспільного життя: «Січневі світанки розмалює зорепад» (В. 53, С. 2) - персоніфікація.

Мистецька метафора найчастіше використовувалася в медичній сфері.

Спортивна метафора була виявлена у 7 заголовках. Її використовували у таких сферах:

- медична: «Нова стратегія коронавірусу» (В. 36, С. 21); «Тиск стрибатиме, серце калататиме!» (В.39, С.1) – персоніфікація
- військова: «Відфутболили за двоголового орла» (В. 4, С. 22). Варто зазначити, що словосполучення «двоголовий орел» є перифразом на позначення назви країни Росія, бо в неї на гербі зображена ця міфічна тварина.
- політична: «Правила виборчих перегонів – 2020» (В.37, С.5)
- економічна: «Ой лишенько, як ціни скачуть!» (В. 42, С. 6) - персоніфікація
- спортивна: «Щасливі весла для України» (В.40, С.22)

Використовувались такі лексеми, як: «стратегія» «стрибати», «перегони», «скакати».

Метафора освіти та науки була виявлена у заголовку зі сфери суспільного життя: «Золоті першачки «Укрзалізниці»» (В.22, С.2). Виражена лексемою «першачки».

2.1.7. Медична метафора

Медична (морбiальна) метафора була виявлена у 13 заголовках. Вона використовувалася для статей із таких сфер:

- суспільного життя: «Шкода, але ліс одужає нескоро» (В.20, С.13) – персоніфікація; «Маленька смугаста вітамінка» (В.31, С.21); «Її головний принцип – робити все з відкритим серцем» (В.43, С.13); «Кривава ніч у сільській сім'ї» (В.43, С.2)
- медична: «Україна – на карантині» (В.12, С.3); «Коронавірус на площі Ринок, 1» (В. 35, С. 19); «Знову вірус на порозі» (В.38, С.2) – персоніфікація; «Коронавірусний колапс по-українськи» (В. 42, С. 1)

- спортивна: «*На програти Ломаченка вплинула його зіркова хвороба*» (В.43, С.23)
- політична «*Кремлівська отрута проти неугодних*» (В.39, С.12); «*Що може послабити депутатський імунітет?*» (В.51, С.5)
- економічна:– метонімія

У прикладах «*Абхазію лихоманить*» (В.3, С.6); «*Світову економіку лихоманить*» (В.11, С.4) окрім метонімії, використовується досить популярна у газетах метафорична модель «економіка/політика – хворий організм», відповідно використовуються слова на позначення стану хворого. Така модель є особливо активна під час економічних криз. [12]

Найпродуктивнішими сферами вживання морбіальної метафори є медична та сфера суспільного життя. Було виявлено 2 метонімії та 2 персоніфікації.

2.1.8. Релігійна метафора

Релігійна метафора (2) була виявлена лише у двох заголовках: один на релігійну тему: «*Піст – цифровий, солодкий чи тютюновий*» (В.9, С.8), інший – на економічну тему: «*Усього 5 хвилин – і ви у кредитному пеклі*» (В.27, С. 1). Перенесення підсилюється завдяки атрибутивам *цифровий, солодкий, тютюновий* та *кредитний*.

2.1.9. Метафора гри

Метафора гри була знайдена у 2 заголовках у спортивній сфері: «*Карпати стали іграшкою в руках олігархів*» (В.28, С.27) та у сфері політики: «*Цинічна гра з виборцями*» (В.51, С.5). Тут виявлена 1 метонімія.

Отже, під час проведення лексико-семантичного аналізу заголовків у текстах статей, що виходили на шпальтах газети «Експрес» за 2020 рік, було

виявлено 296 метафоричних одиниць. Найпродуктивнішою серед них є антропоморфна метафора (128), тому що автори статей за її допомогою хотіли полегшити трактування маловідомого за зразком більш відомого, того, яке є реальністю повсякденного життя. Наступною за кількістю метафор була метафора війни (65), що найчастіше використовувалась у сфері медицини, оскільки у 2020 році з'явився вірус COVID-19 і використовувались асоціації з боротьбою, невпевненістю у завтрашньому дні.

2.2. Граматичне вираження метафори

Утворення будь-якої метафори супроводжується порушенням звичного семантичного зв'язку слів і появою вторинної валентності, викликаній зміною значення слова.

Із граматичної точки зору виділяємо три основні моделі метафори: дієслівна, іменникова, прикметникова. Взятими за основу були класифікації Х. Дацишин [18] та Г. Панчук [40] з додаванням власних доробків.

2.2.1. Дієслівна метафора

Значною частиною метафоричного мовлення газети «Експрес» за 2020 рік є дієслівні метафори (162 одиниці).

Розділимо їх за тим, як дієслово реалізується в тих чи інших конструкціях:

- **у межах предикативного центру простого двоскладного речення:**
 «Чи літатимуть сніжинки на Різдво» (В. 1, С.2), , «На скільки мільйонів уже налітав Зеленський» (В.9, С.2), «Коронавірус вразив священника, або Чому краще молитися вдома?» (В. 13, С. 1), «Учень травмувався. Школа дорого заплатить» (В.14, С.7), «Погода знущається над нашим здоров'ям» (В. 25, С. 8), «День жнив рік годує!» (В.32, С.13), «Так звучить справжня свобода!» (В.46, С.13), «Непокаране зло примножується» (В.49, С.9), , «Час множити красу» (В.20, С.25, «Росіяни, чехи, араби щебечуть тут солов'їною» (В.34, С.11), «Як «Укртелеком» шарпає людям нерви» (В. 48, С. 12), «Жінка дала синові друге життя» «В.49, С.7), «Імунітет ніби штормить» (В.53, С.21)

Зазвичай дієслівна метафора виражається у моделі «іменник у Н.в. + дієслово», тобто метафора є граматичною основою речення: «Львів

запрошує на Різдво» (В.1, С.19), *«Росія бреше, бреше і бреше»* (В.9, С.2), *«Київ наче перемістився на 400 км на південь»* (В.51, С.12).

Також було виявлено таку модель «іменник у Н.в. + дієслово + іменник у непрямих відмінках»: *«Аж раптом апарат виплюнув купюру»* (В. 4, С. 6), *«Ще одна спроба побороти корупцію в «оборонці»* (В.34, С.4), *«І світло переможе темряву!»* (В.51, С.8),

- **у межах односкладного речення** : *«Відфутболили за двоголового орла»* (В. 4, С. 22)), *«Не рак потрібно побороти. Потрібно побороти себе»* (В. 23, С. 11), *«Не варто ховати «корону»»* (В. 33, С. 11)
- **у межах складного речення**: *«Вірус, який цілиться в печінку»* (В. 33, С. 17), *«Місце, де народжується прогноз погоди»* (В.49, С.16), *«Авіатроця, що вразила світ»* (В.3, С.4-5), *«Нескорені. Люди, які перемогли долю»* (В.9, С.1), *«Професії, що приносять вам гроші»* (В. 29, С. 16)

Також дієслівні метафори можна розділити за процесами, у результаті яких відбувається явище метафоризації (за прикладом класифікації Г. Панчук [40]):

- персоніфікація явищ природи та реалій навколишнього світу: *«Вірус знищує дихальні шляхи»* (В.12, С.6), *«Тиск стрибатиме, серце калататиме!»* (В.39, С.1), *«Січневі світанки розмалює зорепад»* (В. 53, С. 2)
- перенесення назв якостей і характеристик людини на абстрактні поняття: *«Плач доньки розбудив звіра»* (В.10, С.2), *«Справжня любов вміє чекати»* (В.2, С.11), *«Кохання перемагає!»* (В.7, С.2 (львівські новини))

- перенесення назв якостей і характеристик людини на предмети побуту:
«Розкрити злочин допомогла каблучка» (В.6, С.14) «У всьому винна проводка» (В. 45, С.19)

Найпродуктивнішим метафоричним типом є дієслівна метафора – виявлено 162 одиниці. Частотність цього типу метафор можна пояснити самою природою дієслова як частини мови. Дієслова позначають дію і процес, динамічні ознаки пов'язані зі змінами властивостей та учасників відношень.

2.2.2. Іменникова метафора

Наступними за кількістю виявлених одиниць є іменникові метафори (85 одиниць). Метафоричні конструкції, виражені такими моделями:

- **Метафоричний іменник у Н.в. + керований іменник у Р.в. або генітивна метафора:** «Повстання готівки» (В. 1, С. 12), «Море проблем через неухважність сільради» (В.9, С.7), «Сплекс гніву у США» (В.23 ,С.1), «Оце так урожай медалей!» (В.39, С.17), «А якщо у ТВК – спалах коронавірусу?» (В. 42, С. 5), «Осередок спокою в центрі суєти» (В.47, С.17), «Букет нагород – у наших гімнастів» (В.51, С.23)

Семантичне ядро двочленного сполучення іменника у Н.в. з іменником у Р.в. часто розширюється або уточнюється залежними прикметниками [44]. Як результат, утворилися такі **прикметникові метафоричні конструкції**:

- прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у Р.в. П «Інформаційна бомба з криївки» (В.2, С.18), «Телефонне знуцання «Укрпошти»» (В.5, С.2), «Гарячі розбірки депутатів» (В.10, С.1), «Липневе зростання пенсій. Усі подробиці» (В. 26, С. 2), «Пекучий відчай безробітного» (В.41, С.16), «Чергові фокуси Росії зазнали краху» (В.50, С.5)

- іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в. : «Така доля головної ялинки» (В.4, С.2 (львівські новини)), «Секрети першокласних булочок» (В.6, С.16), «На хвилі гострих відчуттів» (В.6, С.21), «Правила виборчих перегонів – 2020» (В.37, С.5), «Що буде в гаманці українських ОТГ?» (В. 39, С. 4), «Ніч великого страху у Відні» (В.45, С.2), «Помилування для короля політичних маніпуляцій» (В.53, С.6)
- прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в. : «Голодний протест українських моряків» (В.21, С.2), «Медичний Оскар для найкращого фельдшера» (В. 33, С. 2), «Кривава ніч у сільській сім'ї» (В.43, С.2)
- іменник у Н.в. + іменник у Р.в. + іменник у Р.в. : *Відкат реформи харчування в армії*» (В. 47, С. 8)

Також було виявлено генітивні метафори, які підсилювались займенниками: «Диригенти нашого організму» (В. 4, С. 21), «Вона згоріла в полум'ї його ревнощів» (В.22, С.14) .

2. Метафоричні сполуки іменника у Н.в. з іменниками у непрямих відмінках:

- іменник у Н.в. + іменник в О.в.:

«Мій бій з коронавірусом триває» (В. 10, С. 1), «Борці з коронавірусом, яких покинули напризволяще» (В. 49, С. 9)

- іменник у Н.в. + іменник у З.в. : «Битва за «ПриватБанк»» (В. 21, С. 5)

У текстах заголовків було виявлено такі **прикметникові метафоричні конструкції**:

- прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у М.в: «Коротке замикання у мозку» (В. 12, С. 1)

- іменник у Н.в. + прикметник у З.в. + іменник у З.в. : «*Війна за жіночу гідність*» (В.41, С.7)
- прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник в О.в.: «*Цинічна гра з виборцями*» (В.51, С.5)
- іменник у Н.в. + прикметник у М.в. + іменник у М.в.: «*Бунт у шаховому королівстві*» (В.2, С.9)
- прикметник у Н.в + іменник у Н.в. + прикметник у М.в. + іменник у М.в. : «*Жорстока крапка в сімейних стосунках*» (В.50, С.16)

Найпродуктивнішою серед іменникових метафор є проста двочленна генітивна метафора – виявлено 25 одиниць. Вона часто розширювалась за допомогою залежного прикметника. Найбільше метафоричних елементів було виявлено у прикметниковій метафоричній сполучці типу прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у Р.в. – загалом 23 одиниці. Також автори газетних заголовків використовували різні сполуки іменника у Н.в. з непрямыми відмінками, нерідко підсилюючи їх прикметниками. Найпродуктивнішою серед цих сполук була «іменник у Н.в. + прикметник у З.в + іменник у З.в.» - виявлено 3 одиниці.

2.2.3. Прикметникова метафора

Найменш продуктивною була прикметникова метафора (49). Залежно від розташування прикметника щодо означуваного іменника розрізняємо такі моделі:

- **метафоричний прикметник стоїть у препозиції до означуваного іменника:** «*У державній кишені вітер гуляє*» (В. 6, С. 4), «*А тепер – голодна пауза!*» (В. 20, С. 21), «*Україна та Білорусь. Холодна пауза*» (В. 36, С.5), «*Земельний бублик: скільки дістанеться громадам*» (В. 44, С. 1), «*Газове божевілля: майже 10 грн за куб палива!*» (В. 53, С. 3).

Була виявлена також модель прикметникової метафори «прикметник у Н.в. + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.»: «*Великий кредитний обман*» (В. 3, С. 1), «*Маленька смугаста вітамінка*» (В.31, С.21), «*Велика бюджетна криза*» (В. 49, С.3). Використання двох прикметників для характеристики означуваного іменника вживається для підсилення його властивостей.

- **метафоричний прикметник розташований у постпозиції до означуваного іменника (3):**
- «*Вечір – щедрий, кутя – голодна*» (В. 3, С.1), «*А платіжки і далі космічні*» (В. 5, С. 6), «*Піст – цифровий, солодкий чи тютюновий*» (В.9, С.8),

У газетних заголовках рідко зфіксуємо прикметникові метафори. Загалом було виявлено 49 одиниць. За допомогою прикметникової метафори виражається пасивний характер предмета або явища. Можна сказати, що прикметникова метафора – це метафора-характеристика.

Отже, після проведеного аналізу ми виявили, що більшу частину метафорики газети «Експрес» за 2020 рік становлять дієслівні метафори – 162 одиниць, наступною є іменникова метафора, яка налічує 85 одиниць. і прикметникова метафора – 49 одиниць. Семантика дієслівних метафор максимально відповідає характеристикам дискурсу в газетах і журналах: дієслова позначають дію і процес, динамічні ознаки пов'язані зі змінами властивостей та учасників відношень; адже саме такою динамічною і змінною є сучасна дійсність.

ВИСНОВКИ

Відповідно до поставлених завдань у роботі було описано теоретичні засади дослідження метафори у сучасному мовознавстві, а також простежено поняттєвий обсяг терміна метафора та подано класифікацію метафори та джерела її формування.

Думка про метафору змінювалася з розвитком наукових студій у сфері мовознавства, філософії, риторики, психології. Еволюція міркувань про неї пройшла шлях від розгляду її як мовної декорації до сприймання цього тропа як ключа до розуміння процесів мислення й пізнання. Сучасні підходи вивчення метафори застосовують широкий спектр наукових методів аналізу цього мовного явища з урахуванням не лише лінгвістичних, а й екстралінгвістичних (філософських, психологічних, комунікативних) чинників його виникнення та функціонування.

В умовах теперішнього інформаційного суспільства, у якому мас-медіа впливають на якнайширше коло людей, фокус у вивченні метафори зміщується з галузі художньої літератури, яка дотепер була ключовим матеріалом для дослідження цього лінгвістичного явища, до сфери масової комунікації, особливо газет.

Досягнення українських та зарубіжних вчених у галузі теорії метафори дають достатнє наукове підґрунтя для комплексного дослідження метафори в публіцистичному стилі.

Проаналізувавши чинні класифікації метафори, ми дійшли висновку, що не всі групування цього виду перенесення однаково виявляються в різних стилях мови. Насамперед варто спиратися на досліджуваний матеріал. Параметри метафор визначаються оригінальністю змісту, залежністю від контексту та функціональною специфікою метафоричних знаків, співзалежністю метафор за рівнями мови. Аналіз метафори можна здійснювати не лише за певним параметром, а й за їхньою сукупністю.

З огляду на фактичний матеріал, у роботі беремо за основу класифікацію за семантичною віднесеністю денотата, яку запропонувала Х. Дацишин, та класифікацію граматичного вираження, що побутує у працях Г. Панчук.

Метафора є одним із найважливіших складників друкованої комунікації. У мові ЗМІ концептуальну метафору вживають для досягнення різних ефектів. Її використання могло виникнути з бажання зробити друкований текст більш емоційним, впливовішим. Застосовуючи метафору, журналісти можуть змусити читачів задуматися над актуальними проблемами, допомагаючи утвердити деякі світоглядні орієнтації громадян. Використання метафор найчастіше диктується бажанням досягнути ефективності друкованого слова, бо публіцистика формує громадську думку. Активне вживання метафор у мові ЗМІ супроводжується процесом подолання певних стереотипів щодо певних реалій і заміною їх новими, що формує певну мовну картину світу - своєрідну надбудову над дійсністю. Як видно, метафора є одним із найефективніших засобів збагачення мови та знаряддям впливу на мислення людей.

Також у роботі було з'ясовано функції і роль заголовка у текстах друкованих ЗМІ. Виявлено, що ефективність газетного тексту у більшості випадках визначається його заголовком, оскільки відомо, що за допомогою нього легше утримати читача. Заголовок допомагає спрогнозувати зміст, від заголовка залежить чи людина прочитає текст чи ні, чи зацікавиться темою. Заголовки виконують різні функції, але найголовніші з них це – номінативна та рекламна, оскільки від них, на нашу думку, буде залежати успішність заголовка.

Було проведено аналіз метафори за тематичною належністю вихідного домена, а також визначено граматичне вираження метафори у виявлених одиницях.

Лексико-семантична характеристика свідчить про те, що у випусках газети «Експрес» за 2020 рік виявлено 296 одиниць метафори. Найпродуктивнішою серед них є антропоморфна метафора (128).

У цій метафорі були виявлені такі типи перенесення назв людської діяльності на абстрактні поняття: : «*Нове життя для фонтана*», на власні назви (зокрема топоніми): «*Львів запрошує на Різдво*», на неживі предмети: «*Розкрити злочин допомогла каблучка*», на загальні назви установ: «*За ним уже ридає тюрма*», на явища природи: «*Аж тут до вас до хати приходить куц*». Було виявлено 35 метонімії: «*Телефонне знуцання «Укрпошти*», «*Уряд Шмигалья працює в темні черепахи*», 26 персоніфікацій: «*Сонце завмре і потьмяніє*», «*Зима, кажуть, запізнюється*» та 3 синекдохи: «*Євро зростає*», «*Як заробітчани рятують гривню*». Також у заголовках було використано трансформацію фразем, зокрема розширення за допомогою додаткових компонентів, які носять метафоричний характер, первинної структури фразеологізмів: наприклад, у заголовку «*День жнив рік годує!*» спостерігаємо використання фразеологізму «Весняний день рік годує», проте зі зміною складу фразеологічної одиниці.

Наступною за кількістю метафор була метафора війни (65), що найчастіше використовувалась у сфері медицини, оскільки у 2020 році з'явився вірус COVID-19 і використовувались асоціації з боротьбою, невпевненістю у завтрашньому дні: «*Їм не вдалося подолати коронавірус*», «*Здолала коронавірус у 90!*»

Далі йде природоморфна метафора – 27 одиниць: «*Бережіть вогник радості у серці*», побутова метафора – 21 одиниця: «*Тривожний дзвіночок для України*», науково-технічна метафора – 20 одиниць: «*Час множити красу*»; метафора освіти на культури – 18 одиниць: «*Репетиція літа вже відбулась*»; медична метафора – 13 одиниць: «*Шкода, але ліс одужає нескоро*»; релігійна – 2 одиниці: «*Усього 5 хвилин – і ви у кредитному пеклі*», метафора гри – 2 одиниці: «*Цинічна гра з виборцями*»

Загалом виявлено 71 метонімію: «*Карпати чекають туристів. А туристи чекають локдауну*» та 46 персоніфікацій: «*Євро зростає*» та 3 синекдохи: «*Вода дорожчає*», а також 15 окличних речень: «*І жоден коронавірус не сховається!*» та 6 запитальних: «*Хіба ВІЛ не дозволяє людям стати добрими опікунами?*».

Якщо аналізувати за сферами вжитку метафор, то найчастіше метафора виявлялась у сфері суспільного життя (116): «*Кохання перемагає!*». Далі йде медична сфера (60): «*А якщо у ТВК – спалах коронавірусу?*», політична (48): «*Що може послабити депутатський імунітет?*», економічна (24): «*Ой лишенько, як ціни скачуть!*», спортивна (21): «*На програш Ломаченка вплинула його зіркова хвороба*», екологічна (14): «*Літо минуло, а сліди його поцілунків залишилися*», військова (9): «*Війна на Донбасі. Постріли не стихають*», релігійна (3): «*Піст – цифровий, солодкий чи тютюновий*» і сфера мистецтва (1): «*В опері – Лис Микита!*».

Граматичний аналіз показав, що значну частину метафоричного мовлення газети «Експрес» за 2020 рік зайняли дієслівні метафори (162). Ми розділили їх за тим, як дієслово реалізується в тих чи інших конструкціях: у межах простого двоскладного речення (152): «*Погода знуцається над нашим здоров'ям*»; у межах простого односкладного речення (1): «*Докнопкодавився!*»; у межах складного речення (9): «*Авіатроця, що вразила світ*». А також за процесами, в результаті яких відбулося явище метафоризації: персоніфікація явищ природи та реалій навколишнього світу: «*Січневі світанки розмалює зорепад*»; перенесення назв якостей і характеристик людини на абстрактні поняття: «*Плач доньки розбудив звіра*»; перенесення назв якостей і характеристик людини на предмети побуту: «*Розкрити злочин допомогла каблучка*».

Найпродуктивнішою серед іменникових метафор є проста двочленна генітивна метафора – виявлено 25 одиниць. Вона часто розширювалась за допомогою залежного прикметника. Найбільше метафоричних елементів

було виявлено у прикметниковій метафоричній сполучі типу прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у Р.в. – загалом 23 одиниці. Також автори газетних заголовків використовували різні сполуки іменника у Н.в. з непрямыми відмінками, нерідко підсилюючи їх прикметниками. Найпродуктивнішою серед цих сполук була «іменник у Н.в. + прикметник у З.в + іменник у З.в.» - виявлено 3 одиниці.

Найменш продуктивною була прикметникова метафора (49). Залежно від розташування прикметника щодо означуваного іменника розрізняємо такі моделі: метафоричний прикметник стоїть у препозиції до означуваного іменника (46): *«Великий кредитний обман»*; метафоричний прикметник розташований у постпозиції до означуваного іменника (3): *«А платіжки і далі космічні»*

Після проведеного аналізу ми виявили, що більшу частину метафорики газети «Експрес» за 2020 рік становлять дієслівні метафори – 162 одиниць, наступною є іменникова метафора, яка налічує 85 одиниць. і прикметникова метафора – 49 одиниць. Семантика дієслівних метафор максимально відповідає характеристикам дискурсу в газетах і журналах: дієслова позначають дію і процес, динамічні ознаки пов’язані зі змінами властивостей та учасників відношень; адже саме такою динамічною і змінною є сучасна дійсність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонівська М. Головні особливості функціонування та перекладу метафор у сфері публіцистичного дискурсу // Молодий вчений. - № 4 (1). - 19-23 с.
2. Арістотель. Поетика / Арістотель. – Київ: Мистецтво, 1967. – 139с.
3. Артемонова І. Ігрове кодування як структурний показник заголовкового комплексу в газеті // Учёные записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология». 2006. Том 19(58). №5. - С. 107-112.
4. Арутюнова Н. Коммуникативная функция и значение слова // Филологические науки. - 1973. - № 3. - С. 7-12.
5. Арутюнова Н. Языковая метафора: Синтаксис и лексика // Лингвистика и поэтика. М.: Наука, 1979. - С. 147-173.
6. Балли Ш. Общая лингвистика / Пер. с фр. - М., 1955.
7. Баранов А. Политический дискурс: методы анализа тематической структуры и метафорики / А.Баранов. - М., 2004. - 84 с.
8. Баранов А. Предисловие редактора. Лакофф, Дж. Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ.; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. С.7-21
9. Бирдсли М. Метафорическое сплетение // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С. 201-218.
- 10.Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С.153-172.
- 11.Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка. — М.: Прогресс, 1993. — 502 с
- 12.Васильева Т. Морбiальна метафора в економічному дискурсі сучасних іспаномовних ЗМІ. Studia Linguistica. 2018. Vol. 13. URL: <http://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2019/04/2018.-%E2%80%93-Vol.-13-30-47.pdf>

13. Вико Дж. Основы новой науки об общей природе наций. - Л.: Гослитиздат, 1940. - 620 с.
14. Вовк В. Языковая метафора в художественной речи: Природа вторичной номинации / АН УССР, Ин-т языковедения им. А. А. Потебни. К: Наук. думка, 1986. 140 с.
15. Гак В. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1988. С. 11-26.
16. Галич О., Назарець В., Васильєв Є. Теорія літератури: Підручник / За наук. ред. О. Галича. – К.: Либідь, 2001. – 488 с.
17. Гоббс Т. Левіафан, або суть, будова і повноваження держави церковної та цивільної. - К.: Дух і літера, 2000. - 608 с
18. Дацишин Х. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики) : дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. - Л., 2005.
19. Дрібнюк О. Функції метафори у публіцистичному стилі / О. Т. Дрібнюк // Мова і культура. - 2011. - Вип. 14, т. 8. - С. 140-144. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2011_14_8_24
20. Зайцева В. Функції газетного заголовка [Електронний ресурс] / В. В. Зайцева. –URL: http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/8_zayceva9999v.doc.htm
21. Иванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій : навч. посібник для студ. фак. журналістики / В. Ф. Иванов. – Київ: Знання, 2000. – 222 с. : табл.
22. Калиновська О. Метафора в українському радянському дискурсі 70-х років ХХ століття / О. В. Калиновська // Наукові записки НаУКМА. – 2018. – Т. 1 – С. 88 – 93.
23. Капелюшний А. Стилїстика й редагування: Практичний словник-довідник журналіста. Львів: ПАІС, 2002. - 576 с.

24. Кияк Т., Огуй О., Науменко А. Теорія та практика перекладу (нім. мова): підручник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: Нова книга, 2006. 592с.
25. Кіс Т. Формування метафоричної парадигми у процесі еволюції базової метафори. Мовознавство. 2000. №4-5. С.52-60
26. Ковалів Ю. Літературознавча енциклопедія : у 2 т.— Київ : ВЦ «Академія», 2007. — Т. 2 : М — Я. — С. 36. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://chtyvo.org.ua/authors/Kovaliv_Yurii/Literaturoznavcha_entsyklopedii_a_U_dvokh_tomakh_T_2/
27. Ковальчук М. Перетворення фразеологізмів у газетних заголовках // Рідне слово в етнокультурному вимірі. 2013. С. 134–140.
28. Кочан І. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посібн. – К. : Знання, 2008. – 419 с.
29. Лабащук М. Слово в науке и искусстве: Научное и художественное осмысление феноменов вербального мышления. - Тернополь: Підручники і посібники, 1999. - 272 с.
30. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафори, котрими ми живем. М.: Едиториал УРСС, 2004.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://codenlp.ru/books/lakoff.pdf>
31. Майборода Л. До проблеми лаконічності та семантичної місткості газетних заголовків. Наукові записки Інституту журналістики. Київ, 2003. Т. 12. С. 59–63
32. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С. 358-386.
33. Мариненко І. Лексикологія української мови: практикум / Ірина Мариненко. – К., 2017. – 172 с
34. Марчук Л. Метафора як засіб вербалізації лінгвокультурами «Війна» в книзі «Чотири пори життя» Марії Матіос // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические

- науки. 2012. №1-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-yak-zasib-verbalizatsiyi-lingvokulturemi-viyna-v-knizi-chotiri-pori-zhittya-mariyi-matios>
35. Мойсієнко А. Сучасна українська мова: Лексикологія. Фонетика: підручник. - К.: Знання, 2013. – 340с. С.50
36. Нестерова О. Проявление индивидуальности журналиста в тексте // Эффективность прессы: вопросы методологии, теории и практики. Свердловск: УрГУ, 1989. С. 84-91.
37. Овсієнко А. Метафора в масмедійному дискурсі. Лексика українських мас-медіа : монографія / за ред. Марини Навальної. Переяслав-Хмельницький : «Видавництво К С В», 2019. С. 161–168.
38. Одинецька Л. Роль метафори в засобах масової інформації. URL : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/13506/1/Odynetska%20L..PDF>
39. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С. 68-81.
40. Панчук Г. Метафора та її граматичне вираження у збірці О. Пахльовської «Долина храмів». Рідне слово в етнокультурному вимірі. 2015. С. 200–205. URL: http://dspu.edu.ua/native_word/wpcontent/uploads/2016/04/2015_21.pdf
41. Панько Т. Українське термінознавство: [підручник]. Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк. Львів: Світ. 1994. 216 с. URL: <http://g.leksiya.com.ua/doc/2312/index.html>.
42. Пономарів О. Стилістика сучасної української мови : Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доповн. / О. Д. Пономарів. – Тернопіль : Навч. книга – Богдан, 2000. – 248 с.
43. Потебня О. Естетика і поетика слова: Збірник. Пер. з рос. / Упоряд., вступ, ст., приміт. І.В. Іваньо, А.І. Колодної. — К.: Мистецтво, 1985. — 302 с. — (Пам'ятки естет, думки).
44. Приблуда, Л. Функціонування генітивної метафори в сучасній українській прозі / Л. М. Приблуда // Актуальні питання, проблеми та

- перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти : зб. наук. праць / за заг. ред. д. філос. н. Журби М. А. – Ч. 2. – Монреаль : ЦСП «НБК» ; Сєверодонецьк : вид-во СНУ ім. В. Даля. – 2016. - С. 128–131.
45. Ричардс А. Философия риторики // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С. 44-67
46. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. - Полтава: Довкілля-К, 2008.-712 с.
47. Серль Д. Метафора // Теория метафоры: Сб. / Пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. - М.: Прогресс, 1990. - С. 307-357.
48. Склярєвська Р., Шмельов Д. Метафора у системі мови. – М.: Наука, 1993. – 150 с.
49. Словник української мови: в 11 томах. URL : <http://sum.in.ua>
50. Стилїстика української мови: Підручник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько; За ред. Л.І. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 462 с.
51. Стретович Т. Класифікаційне розмаїття видів метафор. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сучасні тенденції розвитку мов. 2017. Вип. 16. С. 232 – 239.
52. Сучасна українська літературна мова : лексика і фразеологія / за заг. ред. акад. АН УРСР І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1973. – 439 с.
53. Тараненко А. Языковая семантика в ее динамических аспектах (Осн. семант. процессы). - К.: Наук. думка, 1989. - 254 с.
54. Телия В. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте М.: Наука, 1988. С.26-52
55. Телия В. Метафоризация как основной прием создания лексических и фразеологических средств языковой картины мира // Роль человеческого

- фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А.Серебрянников, Е.С.Кубрякова, В.И.Постовалова и др. - М.: Наука, 1988. - С. 180-204.
56. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : Практ. посібник К.: Наша культура і наука, 2005. 560 с
57. Тошович Б. Структура глагольной метафоры // *Stylistyka słowiańska*. - Т.7. - Opole, 1998. - С. 228-255.
58. Чорна О. Особливості функціонування метафори в політичному дискурсі сучасної публіцистики (на матеріалі української та чеської періодики). Вип. 9, 2013. С. 639
59. Шевченко В. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість / В. Е. Шевченко // Наукові записки Луганського національного педагогічного університету : [зб. наук. праць]. – У 3-х т. – В. 5, Т. 1. – Серія «Філологічні науки». – Луганськ : Альма-матер, 2004.
60. Шевченко Л., Різун В., Лисенко Ю. та ін. Сучасна українська мова: довідник; за ред. О.Д. Пономаріва. 2-ге вид., випр. і доп. К: Либідь, 1996 320с.
61. Шутак Л. Вторинна номінація як проблема сучасного теоретичного мовознавства. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Сер. : Філологія (мовознавство). 2014. Вип. 20. С. 68–74.
62. Dobrzyńska T. *Metafora*. Wrocław-Warshawa-Gdańsk-Łódź: Zakład narodowy im. Ossolińskich, W-wo PAN, 1984. - 252 s.
63. Dorst A. G. Personification in discourse : Linguistic forms, conceptual structures and communicative functions. *Language and Literature*. Volume 20. Issue 2. 2011. P. 113–135.
64. Newmark Peter *Approaches to Translation*. New York: Prentice Hall, 1988.
65. Stienstra Nelly *YHWH is the Husband of His People. Analysis of a biblical metaphor with special reference to translation*. Kampen: Kok Pharos, 1993. 252p.

66. Tokarski R. Językowy obraz świata w metaforach potocznych // Językowy obraz świata: Praca zbiorowa / Pod. red. J.Bartmińskiego. - Lublin: Un-t Marii Curie-Skłodowskiej, 1990. - S. 69-86
67. Turbayne C.M. The myth of metaphor. - New Haven: Yale University Press, 1962 - 76 p.