

It has been found, that the most common tactics of realization of discrediting strategy in the English diplomatic discourse are: accusation, impersonal accusation, exposure, “universal truth”, condemnation, threat, order, offense, “mentioning in a negative light”, and the opposition, the most widely used of which are tactics “mentioning in a negative light” and accusation. These tactics are implemented in the English diplomatic discourse with the help of direct assertive speech acts.

**Key words:** diplomatic discourse, diplomatic speech, military conflict, verbal tactics, speech tactics, speech strategy, discrediting strategy, speech act.

УДК 811.14'06'373.612.2

Олена Тищенко

## МОРФОЛОГІЧНА ТА СТРУКТУРНО-СИНТАКСИЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТАФОР У ЗАГОЛОВКАХ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТНИХ ПУБЛІКАЦІЙ

Розглянуто вживання метафори в заголовках грецьких газетних публікацій. Важливо розрізнати переносне значення та переносне вживання слова. Метафора в мові – виразник переносного вживання слова. Наведено трактування поняття метафори в логіко-філософському, логіко-психологічному, психологічному, лінгвістичному, когнітивному аспектах. Розглянуто метафору в межах комунікативної лінгвістики. Метафори класифіковано на основі морфологічного та синтаксичного принципів. За морфологічним принципом метафори у проаналізованій вибірці виражено іменниками, прикметниками та дієсловами. Вони мають емоційно-оцінне забарвлення та в межах рекламної функції заголовків привертають увагу читачів та переконують їх перейти до прочитання. З синтаксичного погляду метафори в заголовках грецьких газетних публікацій можуть бути виражені словом, словосполученням або реченням. Найчастіше вживаються метафори, виражені словом.

**Ключові слова:** метафора, переносне значення, переносне вживання, заголовок, грецькі газетні публікації.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Дослідження метафор у мові газет досить поширене явище, оскільки автори публікацій часто вдаються до метафор під час опису певних явищ та подій або характеристики певних осіб. Крім того, метафори нерідко вживаються і в заголовках публікацій, оскільки завдяки їм можна заінтригувати читача та підштовхнути його до прочитання. Проте в елліністиці комплексні дослідження, присвячені цій проблемі, не є вичерпними.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Теорію метафори досліджено у працях Н. Аругюнової, М. Блека, А. Вежбицької, М. Джонсона, Д. Лакоффа, Дж. Серля тощо. Вивченню вживання метафор у різних типах дискурсу присвячено студії Х. Дацишин, Л. Приблуди, Г. Строганової та інших. Специфіку заголовків грецьких газет розглянуто у роботах С. Хатзисаввідиса.

**Мета і завдання статті.** Метою статті – класифікувати метафори, що вживаються у грецьких газетних публікаціях, за граматичним принципом. Для реалізації мети дослідження необхідно виконати такі завдання: 1) з'ясувати відмінність між переносним значенням і переносним вживанням слів; 2) структурувати метафори заголовків грецьких газетних публікацій на основі їхньої частиномовної належності; 3) визначити основні структурні типи метафор, що вживаються у заголовках грецьких газетних публікацій, на основі синтаксису.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Для розуміння поняття метафори необхідно з'ясувати відношення між значеннями слова. Основоположними для нашого дослідження є твердження мовознавця І. Олійника. Дослідник виокремлює пряме й переносне значення слова. Пряме номінативне значення слова здебільшого первинне і безпосередньо вказує на співвідношення слова з явищами об'єктивної дійсності. Воно становить сутність лексичного, реального змісту слова. Поряд із прямим

значенням і на його основі слова можуть набувати й переносного значення, що виникає внаслідок перенесення найменувань одних явищ, предметів, дій, ознак на інші. Внаслідок цього створюється можливість одним словом визначати два і більше різних понять. Так виникає багатозначність слів. Переносне значення завжди вторинне [3, 32–33].

Важливим є розмежування мовознавцем переносного значення слова і переносного вживання слова. «Переносне значення – це одне із значень полісемантичного слова, що співвідносне з прямим і з'явилося внаслідок перенесення найменування на інший предмет за подібністю, суміжністю чи функцією ознак, які покладені в його основу. Таке значення суспільно усвідомлене, воно фіксується в словниках, чітко розрізняється в словосполученнях, реченнях і в контексті» [3, 40]. Вживання слів у переносному значенні є дуже поширеним явищем у заголовках грецьких газетних публікацій: *“Φρένο” στα σενάρια περί μείωσης της στρατιωτικής θητείας από Βίτσα (27/10/2016), Τα “αγκάθια” για τη CETA (26/10/2016), “Βουτιά” 12,7 % στην κατασκευή νέων κατοικιών το πρώτο 5μηνο (26/10/2016), Η «μάχη» της Σουρωτής: Ένα ευρώ ανά μετοχή προσφέρουν Coca – Cola και Ιβάν Σαββίδης (25/10/2016), “Ψαλίδι” σε φοροαλλαγές, αφρολόγητο στις 5.000 ευρώ ζητεί η Παγκόσμια Τράπεζα (23/10/2016), “Ναβάγιο” μεταξύ Καναδά και βελγικής Βαλονίας για CETA (21/10/2016), “Πόλεμος” μεταξύ του ΚΕΕΛΠΝΟ και του υπουργείου Υγείας (18/10/2016), “Βροχή” άσχετων και ακοστολόγητων τροπολογιών σε v/σ του υπουργείου Παιδείας (17/10/2016), *Θύελλα* αντιδράσεων στον χώρο της Δικαιοσύνης (07/10/2016). Усі ці лексеми зафіксовано в словниках новогрецької мови, де вказано пряме й переносне значення цих лексем. У наведених заголовках усі лексеми вжито у їхньому переносному значенні. Вони фактично перетворилися на кліше в заголовках грецьких газетних публікацій, оскільки автори статей вживають їх майже у кожному номері газети.*

Переносне вживання слова, як зазначає І. Олійник, відрізняється від його переносного значення тим, що воно за своїм змістом індивідуальне, використовується тільки в певному контексті й лише як засіб художньої характеристики. Переносне вживання слова функціонує в мові у вигляді метафори, метонімії, синекдохи [3, 40].

Згідно з термінологічною енциклопедією «Сучасна лінгвістика», метафора – найпродуктивніший креативний засіб збагачення мови, вияв мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, схожої з нею в якомусь відношенні [5, 326]. Метафора заснована на можливості переносно вжитого слова виконувати функцію нової характеристики предмета через його перейменування за схожістю чи подібністю з іншим предметом [3, 40]. У логіко-філософському аспекті метафору трактують як мисленнєву операцію неістинного, фіктивного позначення шляхом поєднання двох думок про різні предмети, ознаки, ситуації переважно шляхом виокремлення певного суміжного поняття. У логіко-психологічному аспекті метафора – це перенесення за аналогією двох речей або двох думок про них. У психологічному аспекті підкреслюється насамперед важливість психологічного підґрунтя метафори – уявлень людини – і її намагання визначити невідоме через відоме, відтворивши схожість зовнішніх рис. У лінгвістичному аспекті важливим для розуміння метафори є механізм семної динаміки. У когнітивному аспекті метафору розглянуто як використання знака однією концептуальної сфери на позначення складника іншої. У комунікативній лінгвістиці метафору кваліфікують як спосіб оптимізації інтерактивності комунікантів, засіб комунікативного впливу. Метафора – знаряддя маніпулювання свідомістю адресатів [5, 327–329]. Для нашого дослідження актуальним є розуміння метафори в межах комунікативної лінгвістики.

Для дослідження було обрано заголовки інформаційних статей грецької газети *“Η Καθημερινή”* [7] за жовтень 2016 р. і заголовки рубрики *“ΑΠΟΨΗ”* за вересень-жовтень 2016 р.

Спершу спробуємо класифікувати метафори в заголовках грецьких газетних публікацій з морфологічного погляду. Як стверджує М. Блек, «метафорично може бути використана будь-яка частина мови» [1, 169.]. Зокрема, іменник, прикметник, дієслово, прислівник [3, 41].

У проаналізованих заголовках трапляються іменникові, прикметникові та дієслівні метафори. Іменникові метафори найпоширеніші в заголовках грецьких газетних публікацій. Це, безумовно, пов'язано з тим, що іменник має значення предметності. Іменникова метафора є метафорою-номінацією, вона переважно має емоційно-оцінне забарвлення [2]. Наприклад, *Στο βασίλειο της σκιάς* (09/10/2016), *Με “κούρεμα” από 3,5 % έως 25 % θα πληρώσει τις οφειλές του ο ΕΟΠΥΥ* (07/10/2016), *“Φάουλ” από Κύπρο και ΑΠΟΕΛ* (05/10/2016), *Η “αχίλλειος πτέρνα” του πρωθυπουργού* (25/09/2016), *Αλαζονεία της εξουσίας* (13/09/2016), *Ο ληστής τρελάθηκε* (11/09/2016), *Φαρ Ουέστ* (04/09/2016), *Pokemon GO ή ... κνηγώντας την ΕΛΣΤΑΤ* (04/09/2016).

Μεταфоричне значення іменника найчастіше реалізується у сполученні з якісними прикметниками чи дієприкметниками, які уточнюють ознаки метафоризованих іменників [4, 365]. Такі випадки характерні для заголовків грецьких газетних публікацій: *Κοβερνητικό “restart” ή “delete”*; (30/10/2016), *Νέο “κρας τεστ” για Πασκουάλ και ΠΑΟ* (28/10/2016), *Νέο «φάουλ» από Τραμπ στην τρίτη τηλεμαχία* (23/10/2016), *Η δημοσιονομική ελληνική άβυσσος* (21/10/2016), *Τα ποδοσφαιρικά “σκλαβοπάζαρα” και οι μάνατζερ* (16/10/2016). Іноді метафоризовані іменники означаються порядковим числівником: *Πρώτο “κρας τεστ” για Παναθηναϊκό* (14/10/2016).

У заголовках грецьких газетних текстів нерідкісними є випадки вживання прецедентних імен у метафорах: *Σιδηρούς Κύριος της Ευρώπης* (27/10/2016), *Η Σκύλλα και η Χάρυβδη* (26/10/2016), *Ο εξεγερμένος Ζορμπάς* (10/09/2016), *Ο Δον Κιχώτης (λέμε τώρα) υπουργός και τα εργασιακά* (30/09/2016).

Як уже згадувалося вище, в заголовках грецьких газетних публікацій вживаються прикметникові метафори. Прикметникова метафора – це метафора-характеристика; вона поєднує функції номінації і дескрипції з акцентом на дескриптивності метафоричного вислову [2]. Як зазначає Г. Строганова, прикметникові метафори виконують у реченні функцію означення до іменника. Вони можуть також вживатися у функції предиката, тобто бути частиною іменного складеного присудка [6, 96]. У заголовках грецьких газетних публікацій прикметникові метафори сприяють влучному та емоційному опису певного явища, тому заголовки із використанням прикметникових метафор є стислими, влучними та нерідко саркастичними: *Κόκκινος καπνός* (25/10/2016), *Τοξική ατμόσφαιρα* (08/10/2016), *Τοξική κυβερνητική αστάθεια* (02/10/2016), *Προς τα πού κινείται το “έξυπνο” χρήμα* (01/10/2016), *Μεταμφιεσμένη δημοσιογραφία* (21/09/2016) – у функції означення, *Από ΔΕΘ σε ΔΕΘ το ποτάμι είναι βαθύ* (06/09/2016) – у функції предиката. Для прикметникових метафор, уживаних у заголовках грецьких газетних статей, є актуальним твердження Х. Дацишин про те, що невисока частотність прикметникової метафори пов'язана з тим, що прикметник у ролі залежного члена словосполучення може залишатися поза увагою читача [2].

Дієслівні метафори також часто вживають у побудові заголовків газетних публікацій. Це, безумовно, пов'язано поширеністю дієслівних заголовків у грецькій пресі. Х. Дацишин вважає, що метафоричний потенціал дієслова – дуже великий, оскільки будь-яке дієслово передає інформацію про динаміку розвитку, процесуальність та змінність [2]. Наведемо приклади дієслівних метафор заголовків грецьких газетних публікацій: *Η μουσική “πλέει” στο Ντουμπάι* (17/10/2016), *Την προσπεράσαμε και ... σκοντάψαμε* (11/09/2016).

Ми не заперечуємо можливості функціонування прислівникових метафор у заголовках грецьких газетних публікацій, проте у нашій вибірці такі метафори відсутні.

Синтаксична класифікація визначається конструкціями, за допомогою яких метафора реалізується в мовленні [6, 96]. З синтаксичного погляду метафори можуть бути виражені словом, словосполученням, реченням, текстом [2]. У заголовках грецьких газетних публікацій, як впливає з вищенаведених прикладів, метафори найчастіше виражені словом. Проте нерідко є випадки метафоричного вживання словосполучень: *Το “μισογεμάτο ποτήρι”* (23/10/2016), *Φθινόπωρο και βρέχει...σειρές* (22/10/2016), *Σκληρό ροκ μεταξύ κυβέρνησης και αξιωματικής αντιπολίτευσης* (17/10/2016), *“Κλείνουν τα σύνορα” προς τα αριστερά* (16/10/2016),

*Παλιό παραμύθι δίχως δράκο* (23/09/2016), *Τα βλαστικά κότταρα, η πολιτική και οι ελπίδες* (20/09/2016), *Η κατάθλιψη της γηραιάς κυρίας* (15/09/2016). Крім того, в заголовках грецьких газетних публікацій метафора може бути розгорнута в речення: *Το κοχύλι έχει ραγίσει* (23/10/2016), *Οι «πήλινοι άνθρωποι» της Ελένης Ζευγαρίδου ψιθυρίζουν ιστορίες ζωής* (11/10/2016), *Οι φόροι «ροκανίζουν» τις διακοπές των Ελλήνων* (01/10/2016). Метафора в заголовках газетних публікацій не може розгорнутися у текст.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Отже, метафора досить часто вживається в заголовках грецьких газетних публікацій, оскільки сприяє реалізації рекламної функції заголовка, що полягає у приверненні уваги читача та спонукання його до прочитання. Семантична класифікація метафор, уживаних у заголовках грецьких газетних публікацій, становить інтерес подальших досліджень.

#### Джерела та література

1. Блэк М. Метафора / Макс Блэк // Теория метафоры : сборник / общ. ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журиной ; пер. с англ., фр., нем., исп., пол. яз. – М. : Прогресс, 1990. – С. 153–172.
2. Дацишин Х. Морфологічний і синтаксичний принципи структурної класифікації метафор у політичному дискурсі / Х. Дацишин // Вісник Львів. ун-ту. Сер. «Журналістика». – 2001. – Вип. 21. – С. 506–509.
3. Олійник І. С. Слово в лексичній системі української мови / І. С. Олійник // Сучасна українська літературна мова. Лексика і фразеологія / за заг. ред. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1973. – С. 27–100.
4. Приблуда Л. М. Функції мовної метафори у творчості українських письменників-постмодерністів (на матеріалі творчості Ю. Андруховича, Т. Антиповича, Ю. Винничука, С. Жадана, О. Забарного, Ю. Іздрика, О. Ірванця, Ю. Покальчука) / Л. М. Приблуда // Вісник Запоріж. нац. ун-ту. Сер. «Філологічні науки». – 2012. – № 1. – С. 363–367.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
6. Строганова Г. О. Структурна класифікація метафор німецького економічного медіа-дискурсу / Г. О. Строганова // Наукові праці. Сер. «Філологія. Мовознавство». – 2013. – Вип. 211, т. 223. – С. 95–98.
7. Η Καθημερινή [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr).

#### References

1. Blek, Maks, trans. 1990. "Metafora". In *Teoriia metafory*, edited by Nina Arutiunova and Marina Zhurinskaia, 153–172. Moskva: Progress.
2. Datsyshyn, Khrystyna. 2001. "Morfolohichni i Syntaksichni PryntsyPy Strukturnoi Klyasyfikatsii Metafor u Politychnomu Dyskursi." *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriiia "Zhurnalistyka"*, 21: 506–509.
3. Oliinyk, Ivan. 1973. "Slovo v Leksychnii Systemi Ukrainskoi Movy". In *Suchasna Ukrainaska Llitteraturna Mova. Leksyka i Frazeolohiia*, edited by Ivan Bilodid, 27–100. Kyiv: Naukova Dumka.
4. Prybluda, Liudmyla. 2012. "Funktsii Movnoi Metafory u Tvorchosti Ukrainskykh Pysmennykiv-Postmodernistiv (na Materiali Tvorchosti Yu. AndrukhoVycha, T. Antypovycha, Yu. Vynnychuka, S. Zhadana, O. Zabarnoho, Yu. Izdryka, O. Irvantsia, Yu. Pokalchuka)". *Visnyk Zaporizkoho Natsionalnoho Universytetu. Filolohichni Nauky*, 1: 363–367.
5. Selivanova, Olena. 2006. *Suchasna Linhvistyka: Terminolohichna Entsyklopediia*. Poltava: Dovkillya.
6. Strohanova, Halyna. 2013. "Strukturna Klyasyfikatsiia Metafor Nimetskoho Ekonomichnoho Media-Dyskursu". *Naukovi Pratsi. Filolohiia. Movoznavstvo*, 211(223): 95–98.
7. I Kathimerini, 2016. Web. Sep., Oct. 2016. [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr).

**Тищенко Елена. Морфологическая и структурно-синтаксическая классификация метафор в заголовках греческих газетных публикаций.** Рассмотрено употребление метафоры в заголовках греческих газетных публикаций. Для исследования важно различение переносного значения и переносного употребления слова. Метафора в языке является выразителем переносного употребления слова. В статье приведены трактовки понятия метафоры в логико-философском, логико-психологическом, психологическом, лингвистическом, когнитивном аспектах. Актуальным для исследования является рассмотрение метафоры в пределах коммуникативной лингвистики. Метафоры классифицированы на основе морфологического и синтаксического принципов. Согласно морфологическому принципу метафоры в проанализированном материале выражены существительными, прилагательными и глаголами. Они имеют эмоционально-оценочную окраску и в пределах рекламной функции заголовков привлекают внимание читателей и убеждают их перейти к прочтению статьи. С синтаксической точки зрения метафоры в заголовках греческих газетных публикаций могут быть выражены словом, словосочетанием или предложением. Чаще всего используются метафоры, выраженные словом.

**Ключевые слова:** метафора, переносное значение, переносное употребление, заголовок, греческие газетные публикации.

**Tyschenko Olena. Morphological and Structural Syntactic Classification of Metaphors in the Headlines of Greek Newspaper Articles.** The article deals with the use of metaphors in the headlines of Greek newspaper articles. It is important for the study to distinguish figurative meaning and figurative use of the word. The metaphor is an expression of the figurative use of the word. The article presents the interpretation of the concept of metaphor in logical and philosophical, logical and psychological, psychological, linguistic, cognitive aspects. Relevant for the study is the examination of the metaphor within communicative linguistics. The material of the research is outlined. Classification of metaphors has taken place on the basis of morphological and syntactic principles. According to the morphological principle the metaphors in the analyzed corpus are expressed by nouns, adjectives and verbs. They have emotional and evaluative meaning and within the advertising function of the headlines attract readers' attention and convince them to start reading the article. From the syntactic perspective, metaphors in the headlines of Greek newspaper articles can be expressed by word, phrase or sentence. Metaphors expressed by words are more commonly used.

**Key words:** metaphor, figurative meaning, figurative use, headline, Greek newspaper publications.

УДК 81'276.6:62+81.111

*Marta Tomakhiv*

### **MEASURING SPEECH INFLUENCE: EXPERIMENTAL PHONETICS RESEARCH METHODOLOGY**

The article offers an experimental phonetic research methodology to investigate the role of intonation in speech influence realization. This methodology is elaborated according to the proven techniques in contemporary phonetics and combines the use of subjective (perceptive and auditory), objective (acoustic) methods, methods of quantitative data analysis, method of semantic differential. The goal of the experiment is to prove the hypothesis about the role of rhythmic organization and prosodic components of the tutors' intonation in video lectures in better supporting students' attention, capturing the interest to the subject, facilitating understanding, which help in realization of speech influence in scholarly discourse, thus making the communication and learning more efficient, productive and successful. As a result of the experiment, the intonation pattern used in the video lecture should be established, and the indices of the temporal, dynamic and frequency characteristics most optimal for speech influence realization should be defined. The paper gives brief insights into such notions as speech influence, scholarly discourse and an e-lecture as a genre of modern scholarly discourse.

**Key words:** experimental phonetics, research methodology, speech influence, video lecture, English scholarly discourse, intonation, prosody.

**Formulation of a research problem and its significance.** Plenty of contemporary linguistic research is conducted mainly in the light of cognitive and discursive approaches, for many scientists have a great interest in particularly cognitive processes which mediate our communication. A significant number of studies are devoted to the speech influence realization by the speaker within different kinds of discourse and on different types of audience. It is worth to highlight that discourse has become a popular object of linguistic research as it facilitates our communication between one another in our ordinary lives as well as between individuals within social, cultural, scientific and political institutions. Along with that, the matter of influence on people's conscience with the help of means of the natural language on different language levels which may have manipulative power has recently appeared to be a common object of investigation. The phenomenon of speech influence [7; 9; 12; 15] is peculiar to various discourse practices, including scholarly discourse, and identifies the efficiency of communication. Speech influence may be conducted through various structures of the human language, including phonetic and prosodic means. The hypothesis we put forward concerns the role of rhythmic organization and prosodic components of the tutor's intonation in successful speech influence realization in a video lecture (as a newly established scholarly discourse genre variety) in making this type of scientific communication between the tutor of a digital lecture