

# МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЇ ЗАГОЛОВКА В СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

**Красавіна В.В.**

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української мови й літератури

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка  
м.Чернігів, Україна

Сьогодні функцію формування громадської думки (водночас і маніпулювання нею) найактивніше виконують електронні засоби масової інформації. Вони найдоступніші, забезпечують швидкий інформаційний зв'язок із найчисленнішою аудиторією. Як влучно зауважила Т. Космеда, „дія засобів масової інформації на сучасну пору настільки велика, що її називають „четвертою владою” в суспільстві, але вона все активніше прагне стати першою” [1].

Динамічність інтернет-медіа, оновлення змісту й форми комунікації, нестандартність, експресивність, емоційність інформації підвищують її прагматичний потенціал. Відповідно електронний формат ЗМІ висуває нові вимоги до заголовків тексту, які мають зацікавити, заінтригувати читачів, що особливо важливо в умовах конкуренції як різних типів ЗМІ, так й окремих видань.

Інтенсивний розвиток онлайн-медіа визначає актуалізацію сучасних лінгвістичних досліджень у цій царині. Аспекти вивчення мови інтернет-комунікації присвячені праці українських науковців К.Булаховського, С.Чемеркіна, польських – С.Гайди, А.Зберської-Савалі та ін.. Емоційно-експресивні засоби були предметом аналізу вітчизняних мовознавців С.Єрмоленко, Т.Коваль, Ж.Колоїз, Т.Космеди, К.Серажим, В.Чабаненка, Л.Шевченко; польських - А.Вежбицької, Р.Ґжегорчикової, Г.Згулкової, А.Цеслікової, М.Рутковського та ін.. Заголовкові присвячено розвідки А.Євграфової, І.Завальнюк, В.Здоровеги, З.Партико, М.Тимошика, В.Іванова,

В.Ільченка, Л.Каніболоцької, Т.Ковалевської, Г.Конторчук, І.Кочан, О.Кулініч, Н.Кутузи, В.Шевченко, Е.Шестакової та ін..

Заголовок - перше й основне джерело інформації для читачів, які проглядають головну сторінку сайту. За даними дослідників, 60–80% користувачів узагалі не читають тексту новин чи статей, а отримують необхідну інформацію лише із заголовків сайту [2]. За висновками Якоба Нільсена, користувачі зосереджують увагу на перших й останніх трьох словах заголовка. Саме ці лексеми, на думку дослідника, мають бути максимально змістовно навантажені [3].

Отже, заголовок виконує щонайменше три головних завдання – максимально стисло передає суть змісту публікації, привертає увагу читача до матеріалу та формує емоційне ставлення до тексту. Поєднуючи інформативну та емоційно-експресивну функції, заголовок посилює прагматичну функцію мови як одну із найважливіших для мас-медіа, які формують суспільну свідомість.

Експресивність – властивість мовної одиниці підсилювати логічний та емоційний зміст висловленого, виступати засобом суб'єктивного вираження мови [4, с.156].

Сучасні електронні ЗМІ використовують різні типи заголовків (залежно від сфери вживання): звичайні, які передають змістово-фактуальну інформацію, та образні, що подають змістово-концептуальну або підтекстову інформацію. Заголовок-експресив, компонентами якого є оцінність, емоційність, образність, актуалізуючи додаткове конотативне значення, транслює авторське ставлення до повідомлення, моделює ймовірні емоції адресата, пов'язані зі сприйняттям та інтерпретацією дійсності, та слугує дієвим засобом впливу на сприйняття тексту реципієнтом. В українському суспільно-політичному інтернет-дискурсі досить поширеними є заголовки-метафори, які увійшли до арсеналу активних засобів впливу на читача.

Сучасні дослідники на матеріалі політичних, рекламних та інших текстів вивчають стилістичні можливості метафори, її семантику, функції,

закономірності метафоризації тощо (Ю.Караулов, М.Арутюнова, О.Шейгал, Г.Воробйова, Х.Дацишин, А.Чудінов, Л.Кравець, Т.Доброзінська, Т.Карвер, Дж.Пікало, Д.Стенвол та ін..)

Виникнення метафор супроводжується комплексом емоційних та оцінних нашарувань у структурі лексичного значення, які пов'язані зі сприйняттям описуваного явища чи ситуації. Метафора відкриває не тільки певний аспект речі чи явища, про які йде мова, а зображає об'єкт перенесення в аксіологічній перспективі [5, с.137]. У простій метафорі поєднується оцінність, контрастність і несподіванка переносного значення слова. Зауважимо, що сучасна когнітивна лінгвістика вважає метафору не тропом, який прикрашає мову і робить образ більш зрозумілим, а формою мислення. Дж. Лакофф та М. Джонсон у праці «Метафори, якими ми живемо» стверджують, що «звичайна концептуальна система, в межах якої ми думаємо й діємо, в основі є метафоричною за своєю суттю» [6, с.3]. Науковці справедливо підкреслюють, що метафорична модель може слугувати ефективним знаряддям для маніпулювання суспільною свідомістю [6, с.153].

У ЗМІ суспільно-політичне, економічне, культурне життя держави, світу, політичні лідери тощо представлені через призму метафори. Метафоричне моделювання здійснюється за допомогою залучення реалій із різних поняттєвих сфер. Суспільно-політична діяльність часто концептуалізується як військові дії. Відзначаємо метафоричне переосмислення спеціальної військової лексики, яка в новому контексті втрачає термінологічний зміст. Наприклад: «*Битва за Україну*»: Порошенко виступить на конференції в Британії (<https://ru.slovoidilo.ua/2017/04/15/novost/politika/>); У парламенті йде *війна* за перерозподіл посад і впливів – експерт ([http://rss.novostimira.com/n\\_7667317.html](http://rss.novostimira.com/n_7667317.html)); Україну роздирають дві *війни* - огляд ЗМІ (<http://www.bbc.com/ukrainian/press-review-40069592>); Бізнес російських олігархів в Україні – *таємна зброя* Кремля, – брат Немцова (<http://expres.ua/news/2017/03/26/234743>); *Агенти впливу*. Як працює *п'ята*

колона Росії (<http://tyzhden.ua/Politics/189975>); Україна vs олігархи: хто переможе? (<http://uainfo.org/blognews/1490722418>); Путін – в'язень гібридної війни, яку сам розв'язав, але в якій не зможе перемогти – Дікінсон (<http://www.radiosvoboda.org/a/28401734.html>); Українська корупція становить ядерну небезпеку для всієї Європи, – The Washington Times (<http://informer.news/>); Мінський фронт (<http://tyzhden.ua/Politics/185591>); Безвіз — це перемога України на дипломатичному фронті (<http://vucherpno.ck.ua/>). Більшість із таких метафор – це стерті форми, які оновлюються в нових контекстуальних умовах. Активізації мілітарної метафори сприяє позамова дійсність. Війна відбувається не лише на Східному фронті, але й у суспільно-політичному житті.

Показове використання слів із кримінальної сфери, що дозволяє висловити негативне ставлення до політичної діяльності взагалі і до окремих її суб'єктів зокрема. Наприклад: *Наперсточники Банкової*: як АП помстилася активістам за е-декларування (<http://24tv.ua/>); Треба рятувати країну від владних кланів (<http://gazetavv.com/news/policy/1491916150>); Сімейні клани в українській політиці (<https://politeka.net/428621>); Забужко назвала Кремль "світовим гонником" (<https://gazeta.ua/articles/culture/>); Трамп прийде до розуміння, що Путін є політичним шулером, – Березовець (<http://www.radiosvoboda.org/a/28268413.html>). Показово, що мілітарна метафора, на відміну від кримінальної, часто має позитивне емоційне забарвлення.

За допомогою морбальної метафори, в структурі якої є медична лексика, автор може донести до реципієнта важливу інформацію про актуальні політичні, суспільні події та описати їх з додатковою експресією. Наприклад, *Вірус страху*. Чому ми поступаємось в інформаційній війні (<http://tyzhden.ua/Society/185582>); *Терапія президентської партії* (<http://tyzhden.ua/Politics/189434>); «Клінічна смерть» Революції Гідності (<http://hvylya.net/analytics/society/>); Екс-прем'єр Великобританії назвав корупцію *раковою пухлиною*, яка вбиває Україну

(<https://strana.ua/news/63156>); Транші МВФ – це *знеболювальне*, а не *ліки* для української економіки (<http://informer.news/-washington-times/>). Морбальна метафора виражає негативну оцінку описуваного, вказує на важливі нерозв'язані проблеми в державі.

Отже, увійшовши до глобального інформаційного простору, українські інтернет-медіа із засобу інформатизації перетворюються на важливий інструмент маніпулювання суспільною свідомістю. У заголовках онлайн-медіа спостерігаємо структурно-семантичні процеси, пов'язані з пошуками мовних засобів, які увиразнюють експресію, виконують прагматично-оцінну функцію, створюють смислову багатозначність висловлення, яке має привернути увагу читача. Апелюючи не лише до раціонального, логічного, а й до емоційно-образного мислення адресата, його культурного досвіду, метафора сприяє формуванню політичної свідомості суб'єктів.

#### Література

1. Космеда Т.А. Языковая игра – продуктивный прием публицистического стиля современной эпохи (на материале газеты „Арт-Мозаика”) [Електронний ресурс]/Т.А.Космеда.– Режим доступу:<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75572/105>
2. Амзин А. Новостная Интернет-журналистика: сетевой учеб. [Електронний ресурс] / А. Амзин. – Режим доступу: <http://pr.marketologi.ru/PR-committee/Library/Journal.pdf>.
3. Нильсен Я. Л. Юзабилити. Наука или идеология [Електронний ресурс] / Я. Л. Нильсен. – Режим доступу: [www.webmascon.com](http://www.webmascon.com).
4. Українська мова: Енциклопедія / Редкол. Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. та ін. – К.: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М.П.Бажана, 2000. – 752с.
5. Dobrzyńska T. Mówiąc przenośnie...studia o metaforze [Tekst] /T. Dobrzyńska. – Warszawa : Wyd-wo IBL, 1994. – 158 s.
5. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by / G.Lakoff, M. Johnson. - Chicago, 1980. - 242 p.

