

Тищенко О. О.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри класичної філології,
загального мовознавства та неоелліністики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПЕРЕНОСНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛІВ У ЗАГОЛОВКАХ ГРЕЦЬКИХ ГАЗЕТНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

Анотація. У статті розглянуто вживання слів у переносному значенні в заголовках грецьких газетних інформаційних повідомлень, проаналізовано частиномовну належність таких слів, встановлено специфіку їхнього вживання.

Ключові слова: переносне значення, заголовок, газетна публікація.

Постановка проблеми. Способи реалізації основних функцій заголовків газетних повідомлень цікавлять багатьох дослідників, оскільки створення стислих, інформативних і водночас влучних заголовків, що не залишаються поза увагою читачів, викликає в авторів потребу використовувати всі можливі прийоми, одним із яких є вживання слів у переносному значенні.

Газетним заголовкам присвячені праці Є.А. Лазаревої [1], В.Е. Шевченко [2], в елліністиці цю тему висвітлено в дослідженнях С. Хатзисаввідиса [3], П. Політиса [4].

Мета статті полягає у з'ясуванні специфіки вживання слів у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень на основі їх морфологічної характеристики.

Виклад основного матеріалу дослідження. У заголовках газетних публікацій слова здебільшого вживаються у їхньому прямому значенні. Як зазначає І.С. Олійник, «прямі номінативні значення слів безпосередньо вказують на співвідношення слова з явищами об'єктивної дійсності, що історично закріпилося у свідомості мовців» [5, с. 32]. Для заголовків новогрецьких газетних публікацій характерним є також вживання слів у переносному значенні. Переносне значення слова з'являється на основі прямого значення. Переносне значення завжди є вторинним, тому що всяке перенесення найменування стає можливим тільки тому, що новий предмет, нова якість чи дія чимось схожі, мають спільну ознаку з уже наявними, пізнаними, найменованими [5, с. 32–33].

Як відомо, заголовки газетних публікацій виконують декілька функцій. На нашу думку, вживання слів у переносному значенні сприяє реалізації рекламної та інформативної функцій заголовків газетних публікацій. У межах рекламної функції вживання слів у переносному значенні допомагає привернути увагу читачів, зацікавити їх та спровокувати перейти до прочитання статті. У межах інформативної функції, вживаючи слова у переносному значенні, автору вдається стисло передати основні відомості про події.

Переносне значення слова не слід плутати з переносним вживанням слова, що функціонує у мові у вигляді метафори, метонімії, синекдохи. «Переносне значення слова, як і вихідне, для нього пряме, стале, закріплене в мові суспільною практикою носіїв, інакше кажучи, воно сприймається як нове, окреме значення уже відомого слова. Переносні, тобто вторинні значення слова, обов'язково пов'язані з первинними, проте мовці ніколи їх не змішують. Цим переносні значення відрізняються

від переносного вживання слова, що використовується в мовленні як один із засобів надання висловленню певної образності й виразності» [5, с. 33]. Отже, головна відмінність між ними полягає в тому, що переносне значення є суспільно усвідомленим, зафіксованим у словниках, а переносне вживання є індивідуальним [5, с. 40].

Наше дослідження було проведено на основі вибірки заголовків інформаційних повідомлень грецької газети «Η Καθημερινή» [6] за жовтень 2016 р. Варто зазначити, що у вибірці слова, що були вжиті в переносному значенні, найчастіше було взято в лапки. Встановлення переносного значення було здійснено на основі глумачних словників новогрецької мови [7, 8].

Аналіз вибірки було здійснено на основі належності слів, вжитих у переносному значенні, до певної частини мови. Переважно більшість слів, вжитих у переносному значенні у проаналізованих заголовках, було виражено іменниками. Значну кількість таких слів також було виражено дієсловами. У переносному значенні було вжито слова, виражені прикметниками і дієприкметниками, але їх кількість була незначною.

Серед іменників, вживаних у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень, було виявлено такі, що трапляються частіше за інші. До них належать іменники зі значенням стихійних явищ, явищ природи:

– **βροχή:** «*Βροχή*» ἀσχετων και ακοστολόγητων τροπολογιών σε ν/σ του

υπουργείου Παιδείας (Η Καθημερινή 17/10/2016), «*Βροχή*» та πρόστιμα σε πολυεθνικές από ΗΠΑ και Ε.Ε. (Η Καθημερινή 05/10/2016);

– **καταιγίδα:** Εστειλε την «καταιγίδα» στην ΑΕΚ (Η Καθημερινή 04/10/2016);

– **θύελλα:** Θύελλα αντιδράσεων στον χώρο της Δικαιοσύνης (Η Καθημερινή 07/10/2016); та інші:

– **μάχη:** Η «μάχη» της Σουρωτής: Ένα ευρώ ανά μετοχή προσφέρουν Coca-Cola και Ιβάν Σαββίδης (Η Καθημερινή 25/10/2016), «*Μάχη*» για τη ρύθμιση του χρέους προανήγγειλε ο Ευκλ. Τσακαλώτος (Η Καθημερινή 20/10/2016), Σε θέση «μάχης» οι πρόεδροι των ΤΕΙ (Η Καθημερινή 19/10/2016), Στη Βουλή μεταφέρεται η «μάχη» των τηλεοπτικών αδειών (Η Καθημερινή 19/10/2016);

– **πόλεμος:** «*Πόλεμος*» μεταξύ του ΚΕΕΛΠΝΟ και του υπουργείου Υγείας (Η

Καθημερινή 18/10/2016), «*Πόλεμος*» ανακοινώσεων κυβέρνησης – Ν.Δ. (Η Καθημερινή 01/10/2016), «*Πόλεμος*» Ρέντσι – Ε.Ε. με... έπαθλο το δημοψήφισμα (Η Καθημερινή 02/10/2016).

Сюди належить і субстантивованій прикметник **εμφύλιος:** Κλιμακώνεται ο «εμφύλιος» στη Δικαιοσύνη (Η Καθημερινή 07/10/2016);

– **νανάγιο**: «*Νανάγιο*» μεταξύ Καναδά και βελγικής Βαλονίας για CETA (H

Καθημερινή 21/10/2016), Προς «*νανάγιο*» η συγκρότηση του ΕΣΡ (H Καθημερινή 18/10/2016);

– **βολή**: «*Βολές*» ΙΣΑ κατά Πολάκη (H Καθημερινή 06/10/2016);

– **ψαλίδι**: «*Ψαλίδι*» σε φοροαπαλλαγές, αφορολόγητο στις 5.000 ευρώ ζητεί η

Παγκόσμια Τράπεζα (H Καθημερινή 23/10/2016), Αμεσο ψαλίδι στο ΕΚΑΣ και σταδιακά η παροχή Επιδόματος Αλληλεγγύης (H Καθημερινή 04/10/2016);

– **φρένο**: «*Φρένο*» Μαξίμου στα εκλογικά σενάρια (H Καθημερινή 06/10/2016),

«*Φρένο*» της ΙΚΕΑ στα... συνοικέσια ηλικιωμένων (H Καθημερινή 19/10/2016);

– **αγκάθι**: Τα «*αγκάθια*» για τη CETA (H Καθημερινή 26/10/2016), «*Αγκάθι*»

στις διαπραγματεύσεις η αύξηση του ειδικού τέλους για την «πράσινη» ενέργεια (H Καθημερινή 01/10/2016);

– **όπλο**: Νέο «*όπλο*» κατά του πολλαπλού μυελώματος (H Καθημερινή

09/10/2016), Αντεπίθεση Μαξίμου με «*όπλο*» τα έσοδα (H Καθημερινή 05/10/2016);

– **βουτιά**: «*Βουτιά*» 12,7 % στην κατασκευή νέων κατοικιών το πρώτο 5μηνο (H Καθημερινή 26/10/2016);

– **πάγωμα**: Επικοινωνιακό το «*πάγωμα*» πλειστηριασμών για χρέη προς το

Δημόσιο (H Καθημερινή 17/10/2016).

«Дуже часто реалізувати переносне значення іменника допомагають означення, виражені прикметниками» [5, с. 39]: *Επεισόδια ενός δύσκολου «διαζυγίου» μεταξύ Βρετανίας και Ε.Ε.* (H Καθημερινή 23/10/2016), *Κρίσιμη «στροφή» στο Γιουρόπα Λιγκ* (H Καθημερινή 15/10/2016).

Заголовки з іменниками, вжитими у переносному значенні, є поширеними, оскільки таким чином можна стисло та емоційно описати певну подію або явище. Одним іменником можна передати атмосферу, що стосується певної події, її масштабність тощо. Таким чином, вони є інформативними, оскільки, прочитавши лише заголовок, читач отримує чималу кількість стисло вираженої інформації. Стислий передачі інформації у грецьких заголовках сприяє використання конструкції «іменник у переносному значенні + родовий суб'єкта + прийменник *σε* + знахідний-адресат дії»: *Το «τιμόνι» της ΕΠΟ στη FIFA* (H Καθημερινή 16/10/2016), *Τρικλοποδιά Σπίρτζη στην πόληση της ΕΕΣΣΤΥ* (H Καθημερινή 01/10/2016).

Вживання іменників у переносному значенні сприяє реалізації завдань заголовків – бути стислими та влучними. Крім того, вони викликають інтерес у читача, а на емоційному рівні спонукають його прочитати статтю.

Для заголовків грецьких газетних статей найхарактернішими є дієслівні заголовки, оскільки вони можуть чіткіше та ясніше передати короткий зміст тексту; дають можливість використовувати стилістичні фігури, такі як еліпси, метафори тощо. Крім того, стиль і структура дієслівних заголовків більше нагадують стиль і структуру повсякденного розмовного мовлення [3, с. 649]. Кількість заголовків, у яких дієслова вжито в переносному значенні, також є значною. Проте заголовки, що містять дієслова у переносному значенні, поступаються за кількістю заголовкам з іменниками у переносному значенні.

У заголовках грецьких газетних статей «відсутність певного члена речення є дуже поширеним морфолого-синтаксичним

явищем» [3, с. 650]. Як зазначає С. Хатзисаввідис, використання еліптичних конструкцій не мало би відповідати вимогам, що висуваються до заголовка, який, окрім того, що має бути стислим, повинен чітко надавати основну інформацію щодо змісту тексту, який він називає. Однак автори статей свідомо створюють неясність. На думку дослідника, найлогічнішим поясненням цього явища є те, що використання еліптичних конструкцій у заголовках газетних статей спрямоване на те, щоб викликати інтерес у читача прочитати статтю, яка, як правило, надає відсутню в заголовках інформацію [3, с. 650–651]. Проте усі заголовки вибірки, що містили дієслова у переносному значенні, є повними реченнями: *Τα ακίνητα «κρίνουν» τα κόκκινα δάνεια* (H Καθημερινή 27/10/2016), *«Ακμάζουν» τα ιδιωτικά ασθενοφόρα* (H Καθημερινή 22/10/2016), *«Ψαλιδίζεται» η καθυστέρηση στη γραμμή μετρό προς Πειραιά* (H Καθημερινή 15/10/2016), *Το επενδυτικό ενδιαφέρον «σκοντάφτει» στη φορολογία* (H Καθημερινή 14/10/2016), *ΣΕΒ: Οι υψηλοί φόροι «γυατίζουν» την οικονομία* (H Καθημερινή 11/10/2016), *«Σκαρφάλωσε» μέσω Λάρισας η ΑΕΚ* (H Καθημερινή 18/10/2016), *Ένας καλός ύπνος «γεννάει» παραγωγικότητα και καινοτομία* (H Καθημερινή 16/10/2016), *Οι φόροι «ροκανίζουν» τις διακοπές των Ελλήνων* (H Καθημερινή 01/10/2016), *Η έλλειψη ρευστότητας «πνίγει» το Χρηματιστήριο* (H Καθημερινή 01/10/2016). На нашу думку, це пов'язано з тим, що такі заголовки є емоційними вже завдяки вживанню дієслів у переносному значенні і тому не мають потреби в перервантженні стилістичними фігурами.

Цікавим є випадок заголовка, де дієслово, вжите у переносному значенні, стало частиною усталеного виразу: *Η Ηθοποιδεία «πάει» σχολείο* (H Καθημερινή 15/10/2016) – *Εθιχ-не виховання «йде» до школи*. У статті йдеться про ініціативу проведення певних заходів у дитячих садках та перших класах початкової школи, що мають на меті виховання дітей свідомими громадянами. Отже, дієслово вжито в переносному значенні, оскільки предмет навчання не може йти до школи, проте до речним є вживання усталеного виразу «іти до школи», оскільки такий предмет буде запроваджено у школі.

Випадки вживання прикметників у переносному значенні в заголовках грецьких інформаційних повідомлень є рідкісними (два заголовки у вибірці), оскільки, безумовно, увага читача фокусується або на певній дії, вираженій дієсловом, або на суб'єкті чи об'єкті дії, вираженими іменниками. Прикметник, як правило, постає в ролі означення і несе додаткову інформацію, а тому в автора статті немає потреби зосереджувати увагу читача на ньому. Однак іноді іменник, вжитий в заголовку, сам по собі не несе жодної нової інформації для читача, саме тоді таку інформацію може надати вжитий разом із ним прикметник: *Σε «ομιχλώδες» τοπίο για το χρέος η κυβέρνηση* (H Καθημερινή 12/10/2016). У цьому заголовку прикметник, що означає іменник, стисло надає певну характеристику події. В іншому заголовку вибірки прикметник також відіграє роль означення: *Προς τα πού κινείται το «έξυπνο» χρήμα* (H Καθημερινή 01/10/2016).

У вибірці також є один заголовок, де в переносному значенні вжито дієприкметник: *Εγκλωβισμένος μετά το Στε Ο κ. Τσίπρας* (H Καθημερινή 30/10/2016). Цей заголовок є еліптичним із пропущеним дієсловом-зв'язкою, дієприкметник відіграє роль іменної частини присудка. Саме дієприкметник несе основну інформацію щодо події, цим пояснюється і порядок слів у заголовку, де дієприкметник стоїть на першому місці, одразу ж привертаючи до себе увагу. Переносне значення слова, з одного боку, передає суть ситуації, описаної у статті, а з іншого – робить заголовок більш емоційним, чим зацікавлює читача.

Висновки. Отже, значна кількість заголовків грецьких газетних інформаційних повідомлень містить слова, вжиті в переносному значенні. Вони сприяють реалізації цілей заголовків – стисло надати основну інформацію щодо події, а також зацікавити та переконати читача прочитати статтю. У заголовках грецьких газетних інформаційних повідомлень у переносному значенні найчастіше вживаються іменники, оскільки саме вони одразу ж впадають в око читачу, є емоційними і водночас стисло інформують читача щодо певної події. Встановлення найпоширеніших стилістичних фігур, що вживаються у заголовках грецьких газетних статей, становить інтерес для подальших досліджень.

Література:

1. Лазарева Е.А. Заголовок в газете : [учебное пособие для студентов-журналистов] / Е.А. Лазарева. – Свердловск: Изд. Уральського унів-та, 1989. – 96 с.
2. Шевченко В.Е. Заголовний комплекс сучасної молодіжної газети – важливий засіб її змістового спрямування / В.Е. Шевченко // Стиль і текст. – 2001. – Вип. 2. – С. 197–207.
3. Χατζησαββίδης Σ. Η ρητορική των τίτλων στον ελληνικό δημοσιογραφικό λόγο / Σ. Χατζησαββίδης // Μελέτες για την Ελληνική γλώσσα : πρακτικά της 17ης συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας, Α.Π.Θ. – 1996. – Σ. 643–657.
4. Πολίτης Π. Μέσα μαζικής ενημέρωσης: το επικοινωνιακό πλαίσιο και η γλώσσα τους [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.komvos.edu.gr/glwssa/odigos/thema_b_10/thema_pdf.pdf
5. 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.: Наукова думка, 1973. – С. 27–100.
6. Η Καθημερινή [Електронний ресурс] – Режим доступу до газети: www.kathimerini.gr
7. Λεξικό για το σχολείο και το γραφείο [Μπαμπινιώτης Γ.]. – Αθήνα : Κέντρο Λεξικολογίας, 2004. – 1263 σ.
8. Λεξικό της κοινής νεοελληνικής [Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη]. – Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, 1998. – 1532 σ.

Тищенко Е. А. Переносное значение слов в заголовках греческих газетных информационных сообщений

Аннотация. В статье рассмотрено употребление слов в переносном значении в заголовках греческих газетных информационных сообщений, проанализирована принадлежность таких слов к частям речи, установлена специфика их применения.

Ключевые слова: переносное значение, заголовок, газетная публикация.

Tyschenko O. Figurative meaning of the words in the headlines of informational articles of Greek newspapers

Summary. The article deals with the use of words in a figurative sense in the headlines of informational articles of Greek newspapers, their belonging to the parts of speech is analysed, special aspects of their use are defined.

Key words: figurative meaning, headline, newspaper publication.