

## EKSPRESYVIOSIOS ANTRAŠTĖS NAUJIENŲ PORTALE *DELFI.LT*

ESMINIAI ŽODŽIAI: straipsnio antraštė, emocinė-ekspresinė leksika, stilistika.

Pastaruoju metu ypač daug diskutuojama apie internetinės žiniasklaidos kalbą, jos manipuliacinį pobūdį (Miliūnaitė 2011), kai pateikiamos informacijos kokybė, žinių objektyvumas nublanksta prieš žurnalistų ar redaktorių siekį bet kokia kaina pritraukti skaitytojų dėmesį, o žiniasklaidos įtaka, formuojant visuomenės nuomonę, net tautinę savimonę, jau niekas nedrįs ta abejoti (Radvilavičiūtė 2013). Kad kalbama ne apie vienadienį reiškinį, įrodo Lietuvių kalbos naujažodžių duomenyne (toliau – ND) 2014 m. pavasarį fiksuotas naujadaras *delfinizmas*, įvardijantis „internetu naujienų portalų madą kurti dviprasmiškas, neaiškias, turinio neatitinkančias straipsnių antraštes“.

Šio straipsnio objektas – naujienų portale *delfi.lt* paskelbtų straipsnių ekspresyvosios antraštės<sup>1</sup>, straipsnio autorės rinktos nuo 2012 m. spalio iki 2014 m. birželio mėn. Analizuojant antraštes, remiamasi Reginos Koženiausienės pateikta apibrėžtimi, straipsnio pavadinimas suvokiamas kaip „paprastai trumpas vieno sakinio tekstas, kuriuo nusakoma publikacijos esmė, pagrindinis turinys“ (Koženiausienė 2013: 46). Kaip nurodo Rūta Marcinkevičienė, antraštės, kurios „turi ne žodžių junginio, bet sakinio formą, tampa savarankiškais tekstais – tarsi kokiomis tezėmis ar apibendrinimais, paviršiniu hiperteksto lygmeniu, pro kurį gilyn į teksto džungles prasiskverbia ne kiekvienas“ (Marcinkevičienė 2010). Daugelis naujienų portalo skaitytojų, straipsnio antraštės nesudominti, tenkinasi tik joje pateikta informacija, kuri ne tik funkcionuoja kaip savarankiškas tekstas, bet ir lemia straipsnio populiarumą, mat nuo antraštės raiškos, jos pateikimo priklauso, ar tekstas apskritai bus skaitomas, ar bus perskaitytas visas iki galo, todėl antraštėse dažnai sąmoningai vartojama emocinių krūvį turinti leksika, nes antraštėmis „siekiami komercinių tikslų – suteikti tekstui tarsi kokį prekinį vaizdą, patraukti skaitytoją, todėl jos nebūtinai atspindi ir apibendrina viso teksto turinį. Kur kas dažniau įvardija vieną jo aspektą ar pikantišką detalę“ (Marcinkevičienė 2010). Kaip nurodo Diana Liepinytė-Kytrienė, „antraštės [...] tampa trumposiomis informacinėmis žinutėmis laiką taupančioms žmonėms. Su tuo susijusi ir internete pateikiama informacijos gausa. Vien *delfi.lt* kiekvieną dieną pateikiama apie 60 naujų straipsnių“<sup>2</sup> (Liepinytė-Kytrienė 2013: 3), todėl, skaitytojus viliojant ekspresyvosiomis antraštėmis, tikimasi, kad tokie straipsniai nepaskęs

<sup>1</sup> Regina Koženiausienė, atsižvelgdama į tai, kokią retorinę funkciją atlieka straipsnio pavadinimas, skiria neutraliąsias (nominacinė funkcija) ir ekspresyviausias (ekspresinė funkcija) antraštes (Koženiausienė 2013: 46).

<sup>2</sup> Tiesa, skaičiavimas atliktas D. Liepinytės-Kytrienės, asmens paminėjimo aspektu analizavusios *delfi.lt* antraštes.

didžiuliam informacijos sraute ir bus interneto naudotojų pastebėti. Žinoma, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad internetinę žiniasklaidą skaito tik tie asmenys, kurie naudojami kompiuteriu ir internetu. Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2014 m. daugiausia internetu naudojami šio amžiaus asmenys: 16–24 (97,3 proc.), 25–34 (94,5 proc.) ir 35–44 metų (86,3 proc.). Nors linkstama pabrėžti, kad *delfi.lt* – populiariausias naujienų portalas Lietuvoje<sup>3</sup>, kuriame paisoma įvairaus amžiaus žmonių poreikių, tačiau, atsižvelgus į Lietuvos statistikos departamento duomenis, galima teigti, kad pagrindinis *delfi.lt* skaitytojas – jaunas ar vidutinio amžiaus asmuo, todėl antraštės kuriamos taip, kad būtų patrauklios šiuolaikinei kartai.

Šio straipsnio tikslas – išanalizuoti naujienų portale *delfi.lt* skelbtų straipsnių ekspresyviausias antraštes ir išsiaiškinti, kokiomis kalbinės raiškos priemonėmis siekiama pritraukti skaitytojų dėmesį<sup>4</sup>. Straipsnyje nagrinėjama, kokių tikslų siekiama, antraštėse vartojant metaforiškuosius vardažodžius, vaizdinguosius veiksmažodžius, naujadarus, žargonybes, vulgarizmus, antonomazijas, asmenvardžius, frazeologizmus, citatas ir svetimų kalbų intarpus.

## METAFORIŠKIEJI VARDAŽODŽIAI

Straipsnių antraštėse vartojamus metaforiškuosius vardažodžius (dažniausiai – daiktavardžius ir būdvardžius) galima suskirstyti į dvi grupes:

1. uzualiniai perkeltinės reikšmės žodžiai (vienų perkeltinės reikšmės žodžių apibrėžtys įtrauktos į „Dabartinės lietuvių kalbos žodyną“ (toliau – DŽ<sub>6</sub>) ir „Lietuvių kalbos žodyną“ (toliau – LKŽ<sub>6</sub>), o kitų perkeltinės reikšmės, nors ir nefiksuotos žodynuose, tačiau vartosenoje plačiai paplitusios ir skaitytojų be vargo suvokiamos);
2. okaziniai perkeltinės reikšmės žodžiai (jų apibrėžčių nerasime nei DŽ<sub>6</sub>, nei LKŽ<sub>6</sub>)<sup>5</sup>.

Vartojant pirmosios grupės perkeltinės reikšmės žodžius, siekiama išvengti įprastos, neutralios publicistinio stiliaus raiškos ir tikimasi, kad metaforiškųjų vardažodžių vartojimas masins skaitytojus, pvz.:

Ar laikas Lietuvoje uždėti **apynasrį** nuomos kainoms? [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 09 05, Ugnė Karaliūnaitė)<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Remiantis *audience.lt* duomenimis, portale *delfi.lt* per 2014 m. spalio mėn. apsilankė 1 151 537 vartotojai – daugiausia iš visų Lietuvos naujienų portalų.

<sup>4</sup> Antraščių–faktinių teiginių poveikio priemonės interneto portale *delfi.lt* yra tyrusi D. Liepinytė-Kytrienė. Straipsnis, parengtas pagal minėtos autorės magistro darbą „Poveikio priemonės interneto portalo *delfi.lt* antraštėse: asmens paminėjimo aspektas“, skelbtas žurnale *Taikomoji kalbotyra*.

<sup>5</sup> Pagrindinis šių perkeltinė reikšmė vartojamų vardažodžių skirtumas yra tas, kad antrosios grupės žodžiai kelia smalsumą, antraštės sąmoningai kuriamos taip, kad straipsnio esmė iš teksto pavadinimo būtų neaiški, nesuprantama, todėl internetinės žiniasklaidos portalo lankytojas yra priverstas perskaityti visą tekstą iki galo, o pirmosios grupės žodžiai (uzualiniai metaforiškieji vardažodžiai), nors ir suteikia publicistinio stiliaus tekstui naujų spalvų, skaitytojams yra aiškūs. Asmuo, nesidomintis antraštėje iškeliamą problema, komentuojamu įvykiu ar situacija, tokio straipsnio neskaitys.

<sup>6</sup> Vartosenos pavyzdžių kalba netaisyta.

Kavinės savininkas: per vieną tokį **bamblių** aš prarandu rimtus klientus [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 06 07)<sup>7</sup>

Aferos **čiuptuvai** — nuo Lietuvos iki Azijos šalių [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: ELTA) 2012 10 24)

**Piktžaidė** Kaune – „ypatingasis“ konteineris [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 08 30, Paulius Gar-  
kauskas)

E. Zubas savo vartus išlaikė **sausus**, o jo komanda iškovojo ketvirtą pergalę [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: BNS) 2013 05 05)

Skalūnų įsisavinimas ženklina „Gazprom“ **saulėlydį** [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 05 16, Ramūnas Bogdanas)

Kovai su nedarbu – **abrakadabra** [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: diena.lt) 2013 04 08, Justinas Argustas)

*Tarptautinių žodžių žodyne* (toliau – TŽŽ) pateikiamos dvi žodžio *abrakadabra* reikšmės: „1. beprasmis žodis, kuriam vid. amžiais buvo priskiriama magiška galia ir kuris buvo rašomas amuletuose; 2. beprasmybė, nesuprantami žodžiai“. Skaitytojas, nutuokdamas šiam žodžiui priskiriamą magišką galią, jau iš straipsnio antraštės supranta, kad tekste kalbama apie beprasmišką, painią, gal net neįgyvendinamą nedarbo mažinimo šalyje priemones, plg.:

Kaip kovoti su nedarbu? Reikia skatinti kurti darbo vietas, ypač ten – kur didelis nedarbas. Tokius banalius ir abstrakčius pasiūlymus vardija ministerijų valdininkai, triūsiantys premjero suburtoje darbo grupėje.

Lengva įspėti ir šio straipsnio esmę:

Avarija „**traukinio**“ principu: Kaune susidūrė 4 automobiliai [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 09 11)

Skaitytojas, kuris žino, kad traukinys – „sąstatas iš geležinkelio vagonų ir lokomotyvo“ (žr. DŽ<sub>o</sub>), jau iš antraštės supras, kad *traukinio principas* – tai „įvykių seka, paremta priežasties ir pasekmės ryšiais“<sup>8</sup>. Plg. pirmą šio straipsnio sakinį:

Avarija vyko „**traukinio**“ principu – į pristabdžiusį mikroautobusą „VW Caravelle“ rėžėsi „Hyundai Lantra“, į šią mašiną trenkėsi iš paskos važiuavęs „Opel Vectra“, į „Vectrą“ – „Opel Corsa“.

Iš pateiktų pavyzdžių matyti, kad metaforiškai vartojami daiktavardžiai ir būdvardžiai pagyvina tekstą, tačiau, straipsnio autorės nuomone, nepakankamai suintriguoja skaitytoją. Naujienų portalą lankytojas teksto esmę suvokia iš antraštės, todėl tokius straipsnius skaitytų tik tie, kuriuos domina sporto, verslo ar kitos srities naujienos.

Vargu ar įmanoma tik iš antraštės, kurioje yra antrosios grupės perkeltinės reikšmės žodžių (okazinių metaforiškųjų vardažodžių), suprasti, apie ką kalbama straipsnyje, pvz.:

Didmiesčių ateitis – „**plaukuotieji**“ švediškai dangoraižiai? [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: technologijos.lt) 2013 05 23)

<sup>7</sup> Šiame darbe straipsnio autoriaus vardas ir pavardė pateikiami tik tuo atveju, jei autorius buvo nurodytas naujienų portale *delfi.lt* skelbtame straipsnyje.

<sup>8</sup> Žodžių apibrėžtys, prie kurių nėra šaltinio nuorodos, sukurtos autorės.

Tikėtina, kad tokioms antraštėms sudomintas smalsus skaitytojas panorės perskaityti visą straipsnį. Atsakymas į klausimą, kodėl švediški dangoraižiai įvardijami kiek neįprastai ir, kaip iš pirmo žvilgsnio gali pasirodyti, net nelogiškai, pateikiamas pačioje teksto pradžioje:

Iš pirmo žvilgsnio – visai toks pat dangoraižis kaip ir visi kiti, tik su kažkokiu keistu peruku. Tačiau ekspertai aiškina, kad toks, rodytus, trenktas ir „**plaukuotas**“ švediškas dizainas gali būti aukštuminių pastatų ateitis.

Keistieji „plaukai“ – ploni plaušeliai, į kuriuos pučiant vėjui, oro srauto energija konvertuojama į, pavyzdžiui, elektros energiją.

Akivaizdu, kad straipsnyje pateikiamas taiklus vienažodis švediškų dangoraižių apibūdinimas pagal jų išorinę ypatybę. DŽ<sub>6</sub> yra tik viena būdvardžio *plaukuotas* reikšmė „plaukais apaugęs, turintis plaukų“, o šiame tekste būdvardis vartojamas nauja, perkeltine reikšme, kalbant „apie tam tikros konstrukcijos dangoraižį, padengtą plonais plaušeliais, į kuriuos patekusi vėjo energija paverčiama į elektros ar kt. energiją“. Perskaičiusiems tokią antraštę, naujienų portalo *delfi.lt* lankytojams prieš akis iškyla kiekvieno savaip interpretuojamas *plaukuoto* dangoraižio vaizdas, juk „žodis, vartojamas tiesiogine reikšme, dažnai tereiškia tik kažką blanku, neapibrėžta, stilistiškai neutralu, pavartotas perkeltine, – virsta emocinės informacijos priemone, virsta vaizdu“ (Pikčilingis 1975: 319).

Tokiu principu *delfi.lt* kuriamų antraščių – apstu. Tiesa, pasitaiko ir tokių antraščių, iš kurių greičiau įmanoma nuspėti, apie ką straipsnyje tikrai nėra kalbama, tačiau gvildenamos temos įvardyti – beveik neįmanoma, pvz.:

Moteris Venesueloje puldinėja „**piranijos**“ [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 08 08)

Straipsnio antraštėje pavartotas metaforiškas daiktavardis *piranijos* parašytas kabutėse, todėl net ir kalbinio išsilavinimo neturintiems skaitytojams turėtų būti aišku, kad Venesueloje siaučia ne „plėšrios karpinių šeimos Pietų Amerikos žuvis“ (žr. DŽ<sub>6</sub>), o kitas miklus grobuonis:

Venesuelos pajūrio mieste Marakaibe jie vadinami **piranijomis**. Tačiau tai ne mėsa mintančios žuvis, aptinkamos kai kuriose Pietų Amerikos upėse.

Tai greitai ir žiaurūs vagys, vis dažniau puldinėjantys moteris, rašo *cnn.com*. [...]

„Tai gali nutikti centre, paplūdimyje ar parduotuvėje, kur būna daug jaunų merginų. Vagys čiumpa jas už plaukų, išsitaukia žirkles ir nurėžia joms plaukus. Tuomet sruogos parduodamos grožio salonams ar kirpykloms“; – pasakojo ji.

Perskaičius straipsnį, paaiškėja, kad dėl savo vikrumo, grobuoniškumo *piranijomis* vadinami „moterų plaukų vagys, kurie auką netikėtai užpuola viešoje vietoje, o jos nurėžtus plaukus parduoda grožio salonams, kirpykloms“<sup>9</sup>.

Galima daryti prielaidą, kad, jei būtų pasirinkta neutralioji antraštė, pavyzdžiui, „Moteris Venesueloje puldinėja (plaukų) vagys“, gerokai mažiau žmonių susidomėtų šiuo straipsniu dėl kelių priežasčių. Pirmiausia, dažnas skaitytojas pagalvotų, kad vagys siaučia daugelyje valstybių, tad anokia čia naujiena, kad ir Venesuela neatsigina plėšikų. Antra, tokia valstybė kaip

<sup>9</sup> Straipsnio autorė, atlikdama šį tyrimą, pastebėjo, kad dauguma tekstų, skelbiamų internetinės žiniasklaidos portale *delfi.lt*, pateikiami vadinamosios apverstos piramidės principu. Straipsnio pavadinimo sudomintam skaitytojui net nebūtina skaityti viso teksto iki galo, mat pati svarbiausia informacija, paaiškinanti antraštėje skelbiamą naujieną, pateikiama teksto pradžioje.

Venesuela lietuviams yra egzotiška šalis, kuria labiau domimasi dėl įspūdingo kraštovaizdžio, augalų ir gyvūnų įvairovės, o ne dėl toje šalyje vykstančių nusikaltimų.

Kaip matyti iš pateiktų pavyzdžių, norint suintriguoti, sužadinti naujienų portalo skaitytojų dėmesį, pirmenybė teikiama okaziniams perkeltinės reikšmės žodžiams.

## VAIZDINGIEJI VEIKSMAŽODŽIAI

Dar viena dažniausiai antraštėse vartojama stilistinė kalbos priemonė – vaizdingieji veiksmažodžiai, savo gausa nusileidžiantys tik tradiciniams frazeologizmams. Visi naujienų portale *delfi.lt* pateikiami vaizdingieji veiksmažodžiai šiame straipsnyje skirstomi į<sup>10</sup>:

1. sisteminius vaizdinguosius veiksmažodžius;
2. kontekstinius vaizdinguosius veiksmažodžius.

Straipsnių pavadinimuose vyrauja pastovųjį (sisteminių) vaizdingumą turintys veiksmažodžiai, pvz.:

V. Adamkui liga **apkartino**<sup>11</sup> Lietuvos šventę [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2014 03 12)

**Šturmuoja**<sup>12</sup> parduotuves – gražina per Kalėdas gautą šlamštą [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2012 12 27)

Rytų europiečiai iš Norvegijos parduotuvių **šluoja**<sup>13</sup> pigias sauskelnes [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 02 01)

Teismai **glosto**<sup>14</sup> viešai besišlapinančius išūlius pažeidėjus / teismų sprendimai netenkina ir policijos [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2014 03 30, Paulius Garkauskas)<sup>15</sup>

Sisteminiai vaizdingieji veiksmažodžiai, tokie kaip *apkartinti*, *šturmuoti*, *šluoti*, *glostyti*, vartojami perkeltine reikšme, be abejo, veikia skaitytojo vaizduotę, tačiau jų emocinis-ekspresinis poveikis nėra toks stiprus kaip šių kontekstinių vaizdingųjų veiksmažodžių:

S. Jovaiša **driokstelėjo**<sup>16</sup>: tarp siūlymų - ir baudos pažeidėjams iki 15 tūkst. Lt [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: BNS) 2013 04 20)

Generolą **klampina**<sup>17</sup> krosnis [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* (iš: BNS) 2013 03 18)

Naujas prietaisas gali **užuosti**<sup>18</sup> vėžį [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 08 05)

<sup>10</sup> Remiamasi Juozo Pikčilingio žodžių vaizdingumo klasifikacija ir šio autoriaus išskirtais vaizdinės leksikos tipais (Pikčilingis 1971: 224).

<sup>11</sup> DŽ<sub>6</sub>: *apkartinti* „prk. padaryti nemalonų, nemielą“.

<sup>12</sup> LKŽ<sub>6</sub>: *šturmuoti* „prk. apgulti ko reikalaujant“. DŽ<sub>6</sub> pateikiama visai kita šio žodžio perkeltinė reikšmė „prk. veržliai, įtemptai, skubiai žygiuoti, kopti ir pan.“

<sup>13</sup> DŽ<sub>6</sub>: *šluoti* „šnek. smagiai, smarkiai ką daryti (valgyti, eiti, mušti ir pan.)“.

<sup>14</sup> DŽ<sub>6</sub>: *glostyti* „prk. pataikauti; taikyti“. Plg. LKŽ<sub>6</sub> „prk. malonėti, pataikauti, girti“.

<sup>15</sup> Siekiant pritraukti skaitytojų dėmesį, straipsniai skelbiami ir su papildomomis antraštėmis – paantraštėmis. Jos naujienų portale *delfi.lt* rašomos šalia pagrindinės antraštės gerokai mažesniu šriftu. Šiame darbe paantraštės pateikiamos po pasivirojo brūkšnio.

<sup>16</sup> *Driokstelėti* „prk. sukelti nuostabą“.

<sup>17</sup> *Klampinti* „prk. kompromituoti“. Plg. LKŽ<sub>6</sub>: *klimpti* „prk. į bėdą pulti, pražūti“.

<sup>18</sup> *Užuosti* „prk. aptikti, rasti“. Plg. DŽ<sub>6</sub> „prk. nujausti“.

N. Venckienė **vizgina**<sup>19</sup> Seimą ir Lietuvos teisinę sistemą / prokurorai gali skelbti paiešką [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 05 08, Eglė Samoškaitė)

Tiesa, kai kurių kontekstinių veiksmažodžių perkeltinės reikšmės, nors ir nefiksuotos žodynuose, tačiau vartosenoje plačiai paplitusios, todėl yra daugiau ar mažiau nusistovėjusios. Šiuo atveju kontekstiniai veiksmažodžiai peržengia vieno konteksto ribas, jie perkeltinėmis reikšmėmis vartojami taip dažnai, kad, galima teigti, yra virtę šablonais, akiai perkeliama iš vienos antraštės į kitą:

Kol Lietuva nacionalizavo „Snorą“, iš „Krajbanka“ **išpumpuoti**<sup>20</sup> milijonai [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2012 10 18)

Aplinkosaugininkai **igėlė**<sup>21</sup> stiklinį namą po Pūčkorių atodanga pasistačiusiam G. Nausėdai [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 06 17, Mindaugas Jackevičius)

Straipsnių antraštėse, kuriomis sąmoningai siekiama sudominti, paveikti skaitytoją, vyrauja perkeltinės reikšmės veiksmažodžiai. R. Marcinkevičienė, kalbėdama apie antraštes, skiria tokius struktūrinius antraščių tipus: daiktavardinio žodžių junginio ir sakinio pavidalo (Marcinkevičienė 2008: 176). Anot autorės, antrajam – sakinio pavidalo – tipui „būtinai veiksmažodis, kuris laikomas labai svarbia pavadinimo dalimi. Būtent veiksmažodis suteikia antraštei aiškumo, konkretumo, o dažnai ir vaizdingumo, jis yra dinamiškas, įvardijantis baigtinę mintį“ (Marcinkevičienė 2008: 176). Tiesa, vartosenoje plačiai nepasklidusių kontekstinių vaizdingųjų veiksmažodžių emocinis-ekspresinis poveikis yra šiek tiek didesnis nei sisteminių vaizdingųjų veiksmažodžių.

## NAUJADARAI

Naujadarai būna dviejų rūšių (Pikčilingis 1975: 156):

1. uzualiniai naujadarai (nuolat kalboje atsirandantys nauji žodžiai, kurie įvardija naujas sąvokas);
2. okaziniai naujadarai (nauji žodžiai, vartojami vietoj įprastų reiškinių arba daiktų vardų ir teikiantys papildomą informaciją ar atliekantys kitą emocinę-ekspresinę paskirtį).

Siekiant antraštei suteikti „prekinį vaizdą“, dažniausiai vartojami antrosios grupės stilistiniai naujadarai. Tiesa, nevengiama ir uzualinių naujažodžių, sėkmingai įsitvirtinusių vartosenoje ir netekusių „naujumų aureolės“ (Popova 2005: 9–13, cit. iš Jakaitienė 2010: 205), plg.:

Vagis į Lietuvą veržėsi nepaisydamas šūvių ir „ežio“, jį sučiupti pavyko tik užblokavus kelią sunkvežimiais [straipsnio antraštė]

<sup>19</sup> *Vizginti* „prk. priversti kitą elgtis taip, kaip nori tu (aliuzija į filmą „Uodega vizgina šunį“):

<sup>20</sup> *Išpumpuoti* „prk. pavogti“: LKŽ<sub>e</sub> nurodoma tik viena perkeltinė reikšmė „prk. sunkiai iškrauti“:

<sup>21</sup> *Igelti* „prk. pašiepti, pajuokti; įskaudinti“:

Operatyviai reagavę Kalvarijos užkardos pareigūnai Lenkijoje nestojusią mašiną pasiruošę sulaukyti ties buvusiu Kalvarijos kontrolės punktu. Čia ant važiuojamosios kelio Suvalkai – Marijampolė dalies buvo patiesta priverstinio stabdymo juosta, vadinamasis „ežys“. (*delfi.lt* 2013 03 07)

„**Euriukais**“<sup>22</sup> vadinami vaikai paminėjo devintąjį gimtadienį [straipsnio antraštė]

Su močiutėmis, mamomis ir tėčiais, sesėmis ir broliais, pusbroliais ir pusseserėmis šiandien gimtadienį švenčia 55 vaikai. Visi jie gimę lygiai Lietuvos įstojimo į ES dieną – 2004 m. gegužės 1 d. (*delfi.lt* 2013 05 01)

Kaip rašo J. Pikčilingis, „naujadaras ir pasičiumpamas dėl to, kad būtų galima prabilti į klausytoją arba skaitytoją žodžiu, turinčiu kuo daugiau ekspresinių priedų savo reikšmės užribyje“ (Pikčilingis 1975: 164). Plg. tokius antraštėse vartojamus emocinę-ekspresinę funkciją turinčius okazinius naujadarus: *Kakaparkas* „juok. parkas, kuriame raudonomis vėliavėlėmis pažymėtos nesurinktos šunų išmatos (socialinė akcija, kuria siekta atkreipti neatsakingų šunų augintojų dėmesį)“, *vaikas-bumerangas* „suaugęs vaikas, kuris pabandė gyventi savarankiškai, tačiau turėjo sugrįžti į tėvų namus dėl finansinių sunkumų“, *sarkozizmas*<sup>23</sup> „buvusio Prancūzijos prezidento Nicolas Sarkozy (2007–2012) vykdyta politika“ (žr. ND), *automobilis-frankenšteinas* „po sunkios avarijos kelyje iš kelių skirtingų transporto priemonių detalių suremontuotas ir vėl eksploatuojamas automobilis“.

Vilniuje atidarytas „**Kakaparkas**“ – raudonomis vėliavėlėmis sužymėtas „minų laukas“ [straipsnio antraštė]

Ankstų penktadienio rytą Žirmūnų ir Šnipiškių rajonų sankirtoje esančiame skvere „Goethe’s partizanai“ paskelbė kovą su neatsakingais šunų šeimininkais ir surengė akciją „**Kakaparkas**“. Šiuo kūrybiniu veiksniu projekto dalyviai siekia atkreipti šunų augintojų dėmesį į išmatų „minų lauką“. (*delfi.lt* 2013 05 03)

Ekonomikos krizės pasekmė – **vaikai-bumerangai** [straipsnio antraštė]

Visai neseniai Amerikiečių Merriam – Websterio žodynas papildė nauju žodžiu „**vaikas-bumerangas**“ (boomerang child). Taip vadinamas suaugęs vaikas, kuris pabandė gyventi savarankiškai ir grįžo į tėvų namus dėl finansinių sunkumų. (*delfi.lt* 2013 01 18, Rūta Juozapaitytė)

Romų padėtis Prancūzijoje po 2012 m. rinkimų: „**sarkozizmas**“ be Sarkozy? [straipsnio antraštė]

2007–2012 m. Prancūzijos valdančiosios centro dešinėsios pakraipos Sąjungos už liaudies judėjimą (pranc. Union pour un Mouvement Populaire – UMP) ir jos lyderio prezidento Nicolo Sarkozy vykdoma prieš Prancūzijoje gyvenančią romų etninę grupę nukreipta deportacinė politika sukėlė diskusijas visame pasaulyje. (*delfi.lt* (iš: DELFI pilietis) 2013 01 03, Skaistė Mašalaitytė)

**Automobilis-frankenšteinas** pradeda šiurpinančią kelionę po Lietuvą / projektas „Geležiniai spąstai“ [straipsnio antraštė]

Lietuvos gyventojai pirmieji Europoje turės galimybę savo akimis įsitikinti, kokios galimos skaudžios pasekmės eksploatuojant po avarijų iš kelių dalių sulipdytus ir dėl to saugumo reikalavimų neatitinkančius automobilius. (*delfi.lt* 2013 09 06)

Naujadarai pasitelkiami ne tik dėl naujesnės, originalesnės kalbinės raiškos, bet ir siekiant parodyti aiškia poziciją konkretaus asmens atžvilgiu, pvz.:

<sup>22</sup> Į ND yra įtrauktas semantinis naujadaras *ežys* „dygliuota priverstinio automobilių stabdymo kelyje juosta“ ir *eurukais*, –ė „vaikas, gimęs Lietuvos įstojimo į ES dieną (2004 m. gegužės 1 d.)“.

<sup>23</sup> ND žodžio *sarkozizmas* skyrelyje *Pastabos vartotojams* pateikiama tokia informacija: „nors viename vartosenos pavyzdyje naujažodis yra su priesaga *-izmas* kaip originalo kalboje, sistemškai lietuvių kalboje turėtų būti baigmuo *-izmas*“, todėl į ND kaip antraštinis žodis įtrauktas *sarkozizmas*.



Dviratininką partrenkęs „**kelių gaidelis**“ sprukdamas iš automobilio išmetė priekaištavusią draugę [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2014 03 01)

A. Jasaitytė-Čeburiak reklamoje įsiamžino su dukrele ir „**nėštukės**“ pilvuku [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 08 06)

ND fiksuoti du naujažodžiai: *kelių gaidelis* ir *kelių erelis*, skirti apibūdinti „vairuotojui – kelių chuliganui, akiplėšiškai ir piktybiškai nepaisančiam eismo taisyklių“. Nors menkinamąjį atspalvį turi tiek *kelių gaidelis*, tiek *kelių erelis*, tačiau, atsižvelgus į žodžių *gaidys* ir *erelis* reikšmes<sup>24</sup>, galima daryti išvadą, kad antraštėje šis naujai sukurtas junginys vartojamas neatsitiktinai. Antrame pavyzdyje, priešingai, vietoj neutralaus žodžio *nėščioji* pasirenkamas maloninį atspalvį turintis uzualinis naujadaras *nėštukė*, rodantis itin šiltus jausmus besilaukiančiai moteriai.

## ŽARGONYBĖS IR VULGARIZMAI

Į straipsnių antraštes žargonybės patenka dėl labai įvairių priežasčių: vienomis siekiama taikliai apibūdinti tam tikros socialinės grupės gyvenamąją aplinką, kitos vartojamos, nes bendrinėje kalboje nėra patogaus vienažodžio atitiktis, dar kitos pasiskolinamos iš siauros profesinio žargono srities, siekiant sudominti skaitytoją, mat daugumos profesionalizmą plačioji visuomenės dalis nėra girdėjusi ir jų reikšmės be papildomo paaiškinimo nesuvokia. Nepaisant skirtingų žargonybių vartojimo tikslų, galima drąsiai teigti, kad kone visoms antraštėse vartojamoms žargonybėms „būdingas stiprus emocinis užtaisas“ (Jakaitienė 2010: 198).

Kaip teigia Evalda Jakaitienė, „dėl savo ekspresyvumo jos [žargonybės – A. A.] greitai plinta, peržengia profesines ar socialines ribas ir tampa plačiai žinomos. Tokios žargonybės, patekusios į visuotinę šnekamąją leksiką, vadinamos specialiu terminu – slengu“ (Jakaitienė 2010: 200). Šio straipsnio autorės nuomone, slengo, kurį daugiau ar mažiau vartoja didžioji visuomenės dalis, emocinis krūvis, ekspresyvumas yra gerokai „nusitrynęs“, tačiau juo taikliai apibūdinama konkrečių asmenų socialinė aplinka, pvz.:

Uždraudus „**bambalius**“ iš parduotuvių lentynų šluojamas spirituotas vynas [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 01 23, Ugnė Karaliūnaitė)

Šiurpi beglobių vaikų socializacija – „**bomžyne**“ [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 09 03, Ieva Urbonaitė-Vainienė)

Perspėjimas: mokytojus „**mobiliakais**“ terorizuojantiems mokiniams grės mėnesio areštas [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 09 02, Ieva Urbonaitė-Vainienė)

<sup>24</sup> Egidijaus Zaikausko *Lietuvių žargono žodynelyje* pateikiamos tokios *gaidžio* reikšmės: „*menk.* išsipuštęs, išsipuošęs vyras, dabita, puošėiva“, „*menk.* homoseksualistas, gėjus (pasyvus)“, „*krim.* silpnas, negalintis apsiginti kalinys, kuris lytiškai išnaudojamas arba iš kurio lytiškai tyčiojamasi“. DŽ<sub>6</sub> nurodoma antra šio žodžio reikšmė yra „*prk.* silpnas, menkas žmogus“. Akivaizdu, kad visuomenėje plačiai paplitusios neigiamos *gaidžio* reikšmės, o *erelis* suvokiamas kaip didingas, stiprus paukštis. 2014 m. rugpjūčio mėn. naujienų portale *balsas.lt* skelbtame straipsnyje psichologas Gediminas Navaitis siūlo „kelių chuliganų nebevadinti „kelių ereliais“, nes tai yra „skatinantis, šaunumą liudijantis epitetas“ (Navaitis: 2014).



Straipsnių antraštėse pasitaiko ir socialinių grupių vartojamos leksikos. Tokiu būdu siekiama atkreipti šioms grupėms priklausančių žmonių dėmesį, pavyzdžiui, žodis *mobiliakas* paplitęs tarp vaikų ir paauglių, todėl galima daryti išvadą, kad trečioje antraštėje pateikta žinutė siunčiama ir mokyklinio amžiaus vaikams, juk pranešimo turinys aktualus ne tik mokymo įstaigų darbuotojams, bet ir ją lankantiems jaunuoliams.

Kartais antraštėse neišsiverčiama be žargonybių dėl to, kad bendrinėje kalboje nėra patogaus vienažodžio atitiktumens, pvz.:

Raudonosios knygos istorija: pirmąją knygą įsigyti buvo galima tik už rimtą „**blatą**“ [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 05 26, Vitalius Zaikauskas)

E. Zaikausko *Lietuvių žargono žodynėlyje* pateikiama tokia netrumpa *blato* apibrėžtis: „*sen.* (iki XX a. 10 dešimtmečio) privatūs ryšiai, kuriais naudojama, kai reikia ką nors gauti ar padaryti, kas oficialiai būtų labai sunku“. Akivaizdu, kad ieškoti visuomenei priimtino šios žargonybės pakaitalo net nebūtų prasmės, nes *blatas* ne tik įvardija tam tikrus privačius ryšius, bet ir atspindi konkretaus istorinio laikotarpio gyvenamojo meto tikrovę.

Anot J. Pikčilingio, „dalis profesinių žargonybių, būdamas savo įprastinėje aplinkoje, esti, galima sakyti, stilistiškai neutralios. Bet išėjusios į platesnę areną, atseit, išėjusios iš atitinkamos profesijos ar socialinės grupės ribų, stilistiškai itin suaktyvėja“ (Pikčilingis 1975: 143), pvz.:

Abortų draudimas grąžins „**abormacherius**“ su pakabomis? / lietuvis grįžta iš Airijos nutraukti nės-tumą; dalyvauk apklausoje! [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 04 07, Vytenė Stašaitytė)

Šio medikų vartojamo profesionalizmo plačioji visuomenės dalis tikrai nežino, todėl žurnalistai tikisi, kad naujienų portalo lankytojai, norėdami išsiaiškinti antraštėje pateiktos žargonybės reikšmę, privalės skaityti visą straipsnį, kuriame ir pateikiamas *abormacherio* paaiškinimas:

Ji pridūrė, kad uždraudus abortą žmonės, patekę į tokią situaciją, vis tiek ieško galimybių nutraukti nės-tumą ir tuomet tai dažnai daroma nesaugiai – nemedicininėje įstaigoje, pas medikų žargonu vadinamus „**abormacherius**“.

Nekyla abejonių, kad tokie konkrečios profesijos atstovų vartojami žodžiai turi daug didesnę emocinę krūvį nei slengas. Atliekant tyrimą pastebėta, kad beveik visada (jei tik straipsnyje yra žargoniškų žodžių) į antraštę iškeliamos kokios nors srities specifinės žargonybės, norint privilioti kuo didesnę skaitytojų būrį, pvz.:

Ralio žiūrovę mirtinai taranavusio „**nulinuko**“ šturmanas: nereikia ieškoti kaltų / kas atsakingas dėl tragedijos? [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 05 28, Mindaugas Augustis)

Šioje antraštėje straipsnio autorės paryškinta sporto srities žargonybė, kurio reikšmę įmanoma suvokti tik iš teksto, todėl naujienų portalo *delfi.lt* skaitytojas, smalsumo vedamas, ryžtasi perskaityti visą straipsnį, iš kurio paaiškėja, kad *nulinukas* – tai „automobilis, kurio startiniai numeriai dažniausiai sudaromi vien tik iš nulio skaitmenų, o šioje transporto priemonėje esančios įgulos tikslas – patikrinti trasą prieš lenktynių pradžią ir apie jos būklę, pastebėtus pavojus informuoti ralio teisėjus“.

Tam tikrų socialinių grupių, pavyzdžiui, mokinių, studentų, žargonybės yra plačiai paplitusios, todėl neturi tokio stipraus emocinio krūvio kaip, tarkime, kalinių žargonas:

Kalėjimas iš vidaus: tapus „**dūchu**“ arba gaidžiu, galimybės pakilti nebelieka [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 04 27, Paulius Garkauskas)

Tokiai antraštei ekspresyvumo suteikia nepagražintas kalėjimo tikrovės vaizdavimas. Kaip aiškina Robertas Kudirka, *dūchu* vadinamas tas, „kas dirba už kitus kaip tarnas (plauna indus, skalbia kitų rūbus, tvarko kamerą, gamina maistą)“ (Kudirka 2014: 95). Šiuo atveju straipsnio pavadinime esanti žargonybė netgi negalėtų būti pakeista į kitą, neutralų žodį, nes kiltų abejonių dėl „kalėjimo iš vidaus“ vaizdavimo objektyvumo, mat tokių asmenų, vergaujančių *chazeinui* „nuteistajam, kuriam tarnauja kitas nuteistasis“ (Kudirka 2014: 82), kalėjime kalintys asmenys neutraliais žodžiais nevadina. Žinoma, jei tokią žargonybę pakeistų emocinio krūvio neturintis žodis, antraštė kaipmat prarastų savo ekspresyvumą.

„Autoriai gerai žino, kad skaitytojas pasiduoda pirmojo akimirksnio padarytam poveikiui, todėl siekdamas atkreipti jo dėmesį nesitenkina neutraliaja antrašte, dažnai nevengia ir perdėti, persūdyti, kitaip tariant, hiperbolizuoti, gal tada skaitytojas skaitys publikaciją toliau, iki galo“ (Koženiauskienė 2013: 46). Puikus „persūdymo“ antraštėje pavyzdys, gerai iliustruojantis minėtąjį *delfinizmą*, – Ramūno Bogdano straipsnis, skambiu pavadinimu:

Skrybėlė, **pederastai** ir žmonos skėtis [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 07 24, Ramūnas Bogdanas)

Toks straipsnio pavadinimas itin išsiskiria iš didžiulio informacijos srauto portale *delfi.lt*, nes retai kada antraštėse galima išvysti storžievišką žodį ar posakį, jie dažniausiai redaktorių keičiami į eufemizmus. Nenuostabu, kad ši R. Bogdano straipsnio antraštė gali papiktinti, netgi šokiruoti ar sukelti piktdžiugišką juoką tų, kurie visiškai neprijaučia homoseksualams. Kaip pastebi Kęstutis Masiulis, „vyrauja emocijos, ir jos metai po metų vis labiau kaitinamos. Kaitinimo lygis auga, nes prie emocinio kalbėjimo nuolat pratintam žiniasklaidos vartotojui palengva formuojasi abejingumas, ir žiniasklaida, stengdamasi išlaikyti vartotojo dėmesį, emocijų lygį priversta vis labiau kelti“ (Masiulis 2009). Galima net neabejoti, kad tokią antraštę sugalvojęs asmuo<sup>25</sup> nori pakurstyti skaitytojų emocijas, puikiai suvokdamas žodžio *pederastas* neigiamą emocinį krūvį, atsiradusį dabartinėje europietiškoje civilizacijoje. Labai tikėtina, kad daugelis naujienų portalo lankytojų, išvydę antraštėje vartojamą vulgarizmą, spėjo, jog straipsnio autorius siekia išjuokti ar pažeminti homoseksualus, nors R. Bogdanas tokių ketinimų neturi, priešingai, kalbėdamas apie homoseksualumo ištakas ir XXI a. visuomenę, remiasi racionaliais argumentais ir senovės civilizacijų – Graikijos ir Romos – patirtimi, aiškina minėto vulgarizmo graikišką kilmę, todėl į straipsnio pavadinimą ir yra įtraukiamas toks įvairias emocijas kurstantis žodis.

Vienas iš būdų straipsnio autoriui parodyti savo požiūrį į susiklosčiusią situaciją, konkretų įvykį – parinkti reikiamo emocinio turinio žargonybę, pvz.:

Girtų „**budulių**“ pramogos – važinėjimas žiedu prie Vilniaus stoties [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 08 06)

<sup>25</sup> „Antraščių rašymas – sunkus ir atsakingas darbas, teigia žinovai, todėl dažniausiai atliekamas specialaus antraščių kūrėjo viename iš paskutiniųjų numerio rengimo etapų. Taigi teksto ir jo pavadinimo autorius – nebūtinai tas pats asmuo.“ (Marcinkevičienė 2008: 176).

Kad straipsnio antraštėje sąmoningai vartojamas stilistiškai žymėtas žodis, įrodo tai, jog toliau tekste vartojamas tik neutralus žodis *jaunuoliai*. Akivaizdu, kad ekspresyvia antrašte siekiama paveikti skaitytojų vaizduotę, mat daug kam turėtų kilti asociacijų su Rimo Šapausko humoro laidoje „Dviračio šou“ kuriamu agresyvaus ir atgrasaus sportinio stiliaus jaunuolio Budulio personažu. Skaitytojai neturėtų sudvejoti ir dėl straipsnio rengėjo neigiamos nuostatos dėl šių neatsakingų jaunuolių, nes įprastai *buduliu* vadinamas „agresyvus sportinio stiliaus jaunuolis (ppr. dėvintis sportinį kostiumą, ant galvos užsimovęs kepurę su snapeliu ir nešiojantis masyvią, netikro aukso grandinėle)“.

Abejonių nekelia ir Eduardo Eigirdo pozicija rinkimuose pirmaujančios Darbo partijos atžvilgiu. Šiuo atveju tam tikrais stilizacijos sumetimais antraštėje vartojama ne žargonybė ar vulgarybė, o iškraipytas žodžio *ekonomika* tarimas:

Rinkimuose pirmaujanti Pravieniškių koalicija generuos skurdo **ikanomiką** [straipsnio antraštė] (delfi.lt (iš: žurnalas „Valstybė“) 2012 10 24, Eduardas Eigirdas)

Straipsnio antraštėje ne tik pašiepama Darbo partijos lyderio kalbėsena, bet ir aiškiai parodoma straipsnio autoriaus E. Eigirdo nuomonė apie šios partijos nesąžiningą dalyvavimą rinkimuose, pateikus užuominą į Pravieniškių pataisos namus, kurių gyventojai, vykstant rinkimams, autoriaus teigimu, dažniausiai yra paperkami. Tiesa, ironiškame *Pravieniškių koalicijos* pavadinime galima įžvelgti dar vieną straipsnio autoriaus užšifruotą žinutę – rinkimuose pirmuoja partija, kurios lyderiams iškeltos bylos, todėl vieną dieną patys minėtos partijos nariai gali patekti į Pravieniškių pataisos namus.

## ANTONOMAZIJOS<sup>26</sup> IR ASMENVARDŽIAI

Skelbiant naujienas, susijusias su viešaisiais asmenimis, nevengiama netiesioginio visuomenei gerai žinomų asmenų veiklos ar net jų pačių asmenybės įvertinimo, pvz.:

Pieno milijardieriui nedavusi ūkininkė: Puškinu geriau domėkitės, o ne **bransonais** [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 06 04, Paulius Garkauskas)

Pavargo nuo **bunkių, pikulių** ir turtingų vyrų žmonių ant podiumo: mada turi būti rodoma ant modelio, o ne ant bet ko / atskleidė profesionalių manekenių honorarus [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2014 04 23, Eiviltas Paraščiakas)

Iš pateiktų pavyzdžių matyti, kad tikriniai įžymių asmenybių vardai bendrine reikšme vartojami, norint sumenkinti jų pasiekimus ar net panaikinti garsenybės, „žvaigždės“ statusą<sup>27</sup>.

Mažvydas Jastramskis, atsižvelgdamas į Darbo partijos lyderio, kaltinamo sukčiavimu, veiklą *uspaskichais* išdrįsta pavadinti apskritai visus kada nors mokesčius slėpusius asmenis:

*Uspaskichų* turi ir Vakarų Europos šalys [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 07 23, Mažvydas Jastramskis)

<sup>26</sup> „Antonomazijos – garsių žmonių (istorinių asmenybių, žymių visuomenės veikėjų), mitologinių būtybių, literatūros personažų vardai, vadinamieji *vocabula sollemnia*, vartojami bendrinėmis reikšmėmis.“ (Pikčilingis 1975: 258).

<sup>27</sup> Iš viso straipsnio autorė surinko 17 antonomazijos vartosenos pavyzdžių. Visuose pavyzdžiuose bendrine reikšme vartojami tik neigiamų literatūrinių personažų ar skandalais pagarsėjusių garsenybių vardai.

Galima teigti, kad antonomazijos dažniausiai vartojamos, siekiant parodyti straipsnio autoriaus poziciją, netiesioginį vertinimą, tačiau garsių žmonių ar literatūrinių personažų vardai, vartojami bendrine reikšme, nėra tokie ekspresyvūs kaip asmenvardžiai. Asmens, literatūrinio personažo, filmo herojaus vardą, pravardę ar slapyvardį taikliai perkėlus kitam asmeniui, skaitytojas skatinamas straipsnį skaityti toliau, iki galo, nes dažniausiai be platesnio konteksto galima tik nuspėti, dėl kokių priežasčių mažiau žinomam asmeniui suteikiamas garsenybės vardas, pvz.:

Lietuviškoji **Ksena** Londone ieško vyro, kuris jos nebijotų [straipsnio antraštė]  
Didžiosios Britanijos sostinėje lietuvaitė išsiskiria iš aplinkinių. Kasdieniame jos garderobe – vikingų šalmas, indėniškos plunksnos, kaubojiškos skrybėlės, pagoniškos suknelės, karingąją princesę **Kseną** primenantys kailiai ir batai. (delfi.lt (iš: LRT televizijos laida „Emigrantai“) 2013 03 17, Orijus Gasanovas)

Perskaičius straipsnį, parengtą pagal LRT televizijos laidą „Emigrantai“, paaiškėja, kad lietuvė dėl savo neįprastos aprangos praminta JAV sukurto fantastinio veiksmo serialo „Ksena: karingoji princesė“ pagrindinės herojės vardu.

## FRAZEOLOGIZMAI, CITATOS IR SVETIMŲ KALBŲ INTARPAI

Naujienų portalo *delfi.lt* antraštėse labai dažnai kaip stilistinio poveikio priemonė pasirenkami tradiciniai frazeologizmai. XXI a. įvairiems internetinės žiniasklaidos portalams kovojant dėl skaitytojų dėmesio, tradicinių frazeologizmų paveikumas, palyginti su kitomis stilistinėmis priemonėmis, ypač okaziniais frazeologizmais, – šiek tiek nusilpęs. Kita vertus, tradiciniuose frazeologizmuose „glūdi didi gyvenimo patirtis, liaudies išmonė, kadangi jie kupini sąmojo, ironijos arba lyrizmo, tai esti psichologiškai labai veiksmingi“ (Pikčilingis 1975: 356), plg.:

Rusija **šiepia dantis**: imsimės atsakomųjų veikslių [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2014 04 23)

Prokurorai gaisrą Grozne vadina ne **Dievo pirštu**, o padėgimu [straipsnio antraštė] (delfi.lt (iš: BNS) 2013 04 05)

Nuomotis mantijos nepanorusi studentė liko **it mušę kandusi**: daug nervų ir jokios šventės [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 06 27, Mindaugas Jackevičius)

Klaipėdos blusturgio prekybininkas dėdė Romas apie lietuvius: gabūs, bet vaikšto **kaip kelnes pridėję** [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 07 28, Eglė Samoškaitė)

Darbuotojo atleidimas, kad **nors skradžiai žemę prasmek** [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 08 13)

Išeidami iš darbo, **nedeginkite senų tiltų** [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 05 15)

Sutartis su banku baigėsi **ubago lazda** [straipsnio antraštė] (delfi.lt 2013 09 27, Rasa Lukaitytė-Vnarauskienė)

Psichologiškai paveikūs yra ir okaziniai frazeologizmai, kurie atspindi modernių laikų įpročius, šiuolaikinio gyvenimo ypatumus, plg.:

Kiek kainuoja „**antrosios Kalėdos**“? [straipsnio antraštė]

Rugsėjo pirmoji tampa nacionaline švente. Visi bėga, puošiasi, tvarkosi, perka. Paskutinės rugpjūčio savaitės tradiciškai itin intensyvus laikotarpis ne tik dienas iki vasaros atostogų pabaigos skaičiuojantiems mokiniams, bet ir jų tėvams. (*delfi.lt* (iš: *etaplus.lt*) 2013 08 23)

Kalbant apie psichologinį poveikumą, emocinę–ekspresinę funkciją, reikėtų atkreipti dėmesį į citatas<sup>28</sup>, kurios nukreiptos į skaitytojo prisiminimus, asmeninę patirtį, todėl antraštėje pateikiamą informaciją naujienų portalo lankytojas šifruoja, remdamasis savo asmeniniu patyrimu, pvz.:

**Dangus griūva:** pasakos apie homoseksualią meilę išgąsdino cenzorius [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2014 05 16, Donatas Paulauskas)

Kaip perkrauti Saulę, kad ji „**šviestų mums vėl**“? [straipsnio antraštė]

Žvaigždės miršta. Kąkada metas mirti ateis ir mūsų žvaigždei Saulei. Mokslinėje fantastikoje mirštančios žvaigždės perkraunamos atominių superužtaisų sprogimais. Kodėl mūsų Saulėje senka degalų atsargos ir ką žmonija gali padaryti, kad mūsų žvaigždė **šviestų mums vėl**? (*delfi.lt* (iš: *technologijos.lt*) 2014 03 14)

**Saulė virė, saulė virė...** [straipsnio antraštė] (*delfi.lt* 2013 01 21, Paulius Saudargas)

Kaip matyti iš pateiktų pavyzdžių, dažniausiai antraštėse vyrauja anoniminės citatos<sup>29</sup>, „kai cituojamas gerai žinomas svetimas tekstas, bet nenurodomi jokie duomenys, tokiu atveju autorius, matyt, pasitiki skaitytojo ar klausytojo apsiskaitymu, bendromis literatūrinėmis žiniomis“ (Koženiauskiene 2013: 62). Akivaizdu, kad nurodyti šiuose vartosenos pavyzdžiuose pateiktų citatų šaltinius nėra prasmės, nes jie visiems puikiai žinomi. Donato Paulausko straipsnio antraštėje pavartota frazė sutampa su pasakos „Dangus griūva“ pavadinimu ir apibūdina kritinę padėtį, į kurią žvelgiama šiek tiek pašaipiai, antrame pavyzdyje užšifruotas Stasio Povilaičio atliekamos garsios lietuviškos estrados dainos pavadinimas „Švieski man vėl“, o Pauliaus Saudargo straipsnio antraštę sudaro vienintelis sakinytis – lietuvių liaudies dainos „Du gaide liai“ eilutės. Tiesa, perskaičius tokį P. Saudargo straipsnio pavadinimą galima apsigauti, nes po tokia, rodos, lengvabūdiška antrašte slypi visuomenei opūs klausimai, plg.:

Praėjusią savaitę virusios diskusijos dėl saulės energijos gamybos suformulavo keletą klausimų.

Ne visada straipsnių autoriai žvelgia per lietuvių tautos pasaulio matymo, gyvenimo patirties prizmę, kartais antraštėse aptinkama ir svetimos kultūros ženklų, pvz.:

Namuose kanapių plantaciją įsirengęs vilnietis policininkams pareiškė: **Alach akbar**, tik užeikite ir žūsitate jūs visi! [straipsnio antraštė]

Atvykus pagalbai, patruliai užėjo į butą. G. Z. buvo užsidaręs savo kambaryje. Sklido rytietiška muzika, akomponuojanti to paties stiliaus „gyvam“ vokalui. Į kambarį įėjusius policininkams, G. Z. juos pasitiko

<sup>28</sup> „Pagal nuorodų būdus skiriamos klasikinės, nedokumentuotos ir anoniminės citatos.“ (Koženiauskiene 2013: 62).

<sup>29</sup> Kaip aiškina R. Koženiauskiene, „anoniminis citavimas būdingas senosios Lietuvos raštijos autoriams: daugelį cituojamų autorių – visuotinai pripažintų autoritetų eiles, kalbas, poemas, ištikus prozos veikalus, net Bibliją – mokytoji visuomenė (panašaus išsilavinimo ir rašytojai, ir skaitytojai) mokėjo atmintinai, todėl tipografiškai žymėti ar nurodyti, iš kur kokia svetima eilutė paimta, nė nereikėjo, o plagiato sąvokos net nebuvo, ji apskritai nevertota“ (Koženiauskiene 2013: 62).

žodžiais [Į kambarį įėjusius policininkus G. Z. pasitiko žodžiais – A. A.] „**Alach akbar**, tik užėikite ir žūsitate jūs visi!“, paskui sviedė atsuktuvą, laimei, nieko nesužeidė. (*delfi.lt* 2013 05 30)

TŽŽ nurodoma, kad *Allah akbar* yra arabiška frazė, reiškianti „Dievas yra visagalis“. Nors šis arabų šūkis gali būti vartojamas įvairiose situacijose<sup>30</sup>, šiame kontekste jis nuskamba kaip kovinis musulmonų šūkis.

Vartodami svetimos kalbos intarpus, straipsnių autoriai siekia parodyti įvairių kultūrų reiškiniių sąsajas, pavyzdžiui, nusikalstamų grupuočių veikimo principus, pvz.:

Koalicija: **krugovaja poruka** [straipsnio antraštė]

Rusų kalboje yra išsireiškimas „**krugovaja poruka**“, kurį į lietuvių kalbą galima būtų išversti kaip „pri-rišimas“. Šis terminas vartojamas tarp nusikaltėlių. Kai į nusikalstamą gaują stoja naujas narys, jam skiriama kriminalinė užduotis, kad šis sulaužytų įstatymus, susipurvintų ir taptų toks pat pažeidžiamas kaip ir kiti gaujos nariai. Tada naujas narys tampa lojalus ir patikimas, nes jo likimas būna glaudžiai susietas su bendrų likimu. (*delfi.lt* 2012 11 28, Kęstutis Masiulis)

## IŠVADOS

1. Ekspresyvosiose naujienų portalo *delfi.lt* antraštėse, siekiant pritraukti skaitytojų dėmesį, vartojamos šios kalbinės raiškos priemonės: metaforiškieji vardažodžiai, vaizdingieji veiksmažodžiai, naujadarai, žargonybės, vulgarizmai, antonomazijos, asmenvardžiai, frazeologizmai, citatos ir svetimų kalbų intarpai.
2. Okaziniai metaforiškieji vardažodžiai (dažniausiai – daiktavardžiai ir būdvardžiai) yra ekspresyvesni nei uzualiniai perkeltinės reikšmės žodžiai, kurie neskatina skaitytojų straipsnių skaityti toliau, iki galo. Okaziniai perkeltinės reikšmės žodžiai kelia smalsumą, antraštės sąmoningai kuriamos taip, kad straipsnių esmė iš teksto pavadinimo būtų nei-aiški, todėl žurnalistai tikisi, kad naujienų portalo *delfi.lt* skaitytojai nesitenkins antraš- tėje pateikta informacija ir skaitys visą straipsnį. Nors uzualiniai metaforiškieji vardažo- džiai taip pat pagyvina publicistinio stiliaus tekstus, tačiau jų raiška nėra įmantri, šie perkeltinės reikšmės žodžiai neapsunkina informacijos suvokimo, todėl skaitytojai iš antraštės lengvai suvokia, kokia tema gvildenama straipsnyje.
3. Siekiant antraštėms suteikti „prekinį vaizdą“, dažniausiai vartojami okaziniai naujadarai. Apskritai naujadarai pasitelkiami ne tik dėl naujesnės, originalesnės kalbinės raiškos, bet ir norint parodyti aiškia poziciją konkreto asmens atžvilgiu.
4. Į straipsnių antraštes žargonybės patenka dėl įvairių priežasčių: vienomis siekiama tai- kliai apibūdinti tam tikros socialinės grupės gyvenamąją aplinką, kitos vartojamos, nes bendrinėje kalboje nėra patogaus vienažodžio atitikmens, dar kitos pasiskolinamos iš siauros profesinio žargonų srities, siekiant sudominti skaitytojus. Profesionalizmai ir specifinių, uždarų socialinių grupių vartojama leksika turi itin stiprų emocinį krūvį, to- dėl labai patraukia skaitytojų dėmesį.
5. Žargonybes bei antonomazijas straipsnių autoriai dažniausiai vartoja, norėdami parodyti savo neigiamą poziciją, pašiepti ir sukritikuoti aprašomą asmenį ar situaciją.

<sup>30</sup> Remtasi Laisvosios enciklopedijos „Vikipedija“ duomenimis. Prieiga internete: [http://lt.wikipedia.org/wiki/Alach\\_akbar](http://lt.wikipedia.org/wiki/Alach_akbar).



6. Dažniausiai ekspresyvosiose straipsnių antraštėse pasitaiko tradicinių frazeologizmų bei vaizdingųjų veiksmažodžių, vartojamų perkeltine reikšme.

## ŠALTINIAI

- DŽ<sub>6</sub> 2011: *Dabartinės lietuvių kalbos žodynas*. Vyr. redaktorius S. Keinys. Šeštas (trečias elektroninis) leidimas, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2011. Prieiga internete: <http://dz.lki.lt>.
- K u d i r k a R. 2014: *Kalėjimo, kriminalinio ir narkomanų žargono žodynas*. Antrasis pataisytas ir papildytas leidimas, Vilnius: Kitos knygos.
- LKŽ<sub>6</sub> 2005: *Lietuvių kalbos žodynas 1–20* (elektroninis variantas). Vyr. red. G. Naktinienė, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas. Prieiga internete: [www.lkz.lt](http://www.lkz.lt).
- LS – *Lietuvos statistikos departamentas*. Prieiga internete: <http://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliu-analize?portletFormName=visualization&hash=631de7a1-469e-48f0-8f4b-a2844b8f7637> (žiūrėta 2014 12 22).
- ND – *Lietuvių kalbos naujažodžių duomenynas*. Internetinė duomenų bazė. Sud. R. Miliūnaitė, Vilnius: Lietuvių kalbos institutas. Prieiga internete: <http://naujazodziai.lki.lt/>.
- TŽŽ 2001: *Tarptautinių žodžių žodynas*. Atsak. red. A. Kinderys, Vilnius: Alma littera.
- Z a i k a u s k a s E. 2008: *Kalbos paribiai ir užribiai: lietuvių žargono žodynėlis*, Vilnius: Alma littera.
- W – *Laisvoji enciklopedija „Vikipedija“*. Prieiga internete: [http://lt.wikipedia.org/wiki/Alach\\_akbar](http://lt.wikipedia.org/wiki/Alach_akbar) (žiūrėta 2014 08 29).

## LITERATŪRA

- J a k a i t i e n ė E. 2010: *Leksikologija*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- K o ų e n i a u s k i e n ė R. 2013: *Retorinė ir stilistinė publicistinių tekstų analizė*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- L i e p i n y t ė - K y t r i e n ė D. 2013: *Antraščių-faktinių teiginių poveikio priemonės interneto portale Delfi.lt*. Prieiga internete: <http://taikomojikalbotyra.lt/lt/2013/12/antrasciu-faktiniu-teiginiu-poveikio-priemones-interneto-portale-delfi-lt>.
- M a r c i n k e v i č i e n ė R. 2010: *Kokia spaudos kalba – tokia ir visuomenė?* Prieiga internete: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2010-02-23-ruta-marcinkeviciene-kokia-spaudos-kalba-tokia-ir-visuomene/40878>.
- M a r c i n k e v i č i e n ė R. 2008: *Žanro ribos ir paribiai. Spaudos patirtys*, Vilnius: Versus Aureus.
- M a s i u l i s K. 2009: *Apie lietuvišką žiniasklaidą*. Prieiga internete: <http://www.bernardinai.lt/archyvas/straipsnis/91441>.
- M i l i ū n a i t ė R. 2011: *Laikraštinės ir interneto žiniasklaidos kalba*. Prieiga internete: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2011-01-10-laikrastines-ir-interneto-ziniasklaidos-ypatumai/55777>.
- N a v a i t i s G. 2014: *Psichologas G. Navaitis: „kelių erelius“ reikia vadinti vištgaidžiais*. Prieiga internete: <http://www.balsas.lt/naujiena/802027/psichologas-g-navaitis-keliu-erelius-reikia-vadinti-vistgaidziais>.
- P i k č i l i n g i s J. 1971: *Lietuvių kalbos stilistika 1*, Vilnius: Mokslas.
- P i k č i l i n g i s J. 1975: *Lietuvių kalbos stilistika 2*, Vilnius: Mokslas.
- R a d v i l a v i č i ū t ė G. 2013: *Žiniasklaidos kuriama Lietuva*. Prieiga internete: <http://literaturairmenas.lt/2013-08-30-nr-3438/1056-publicistika/1628-giedra-radvilaviciute-ziniasklaidos-kuriama-lietuva>.

Gauta 2014 09 08



## THE EXPRESSIVE HEADLINES ON THE NEWS PORTAL *DELFI.LT*

### *S u m m a r y*

The objects of the current article are the expressive headlines of articles published on the news portal *Delfi.lt* collected by the author from October 2012 to June 2014. The expression and presentation of the headline determines whether the article will be read at all; therefore, emotionally charged lexis is used deliberately. The purpose of the current article is to analyse the expressive headlines of articles published on the news portal *Delfi.lt* and find out the linguistic means of expression used in order to attract the readers' attention. Metaphoric name-words, figurative verbs, neologisms, jargon, vulgarisms, antonomasias, personal names, phraseologisms, quotations and foreign language inserts are analysed in the article; out of them, traditional phraseologisms and figurative verbs were the most frequent.

KEYWORDS: headline, emotive-expressive lexis, stylistics.

AGNĖ ALEKSAITĖ  
Lietuvių kalbos institutas  
Petro Vileišio g. 5, LT-10308 Vilnius  
*agne.aleksaite@lki.lt*