

## АПЕЛЯЦЫЯ ДА РЭЛІГІЙНАГА СВЕТУ Ў НІЗЦЫ ВЕРШАЎ “ЗАПАВЕТА” К. БАНДУРЫНАЙ

Лонскі А.П.,

студэнт 2 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь  
Навуковы кіраўнік – Падстаўленка В.Ф., канд. філал. навук, дацэнт

Крысціна Бандурына – маладая беларуская паэтка, чый дэбютны зборнік “Номо” выйшаў у 2019-м годзе. Сярод усіх вершаў кнігі сваім моцным ідэйна-тэматычным зместам выдзяляецца нізка “Запаветы”, якая адкрывае зборнік.

Мэта артыкула: выявіць ідэйна-мастацкія асаблівасці рэлігійнага свету названай паэткі, чые творы ўдала пашырылі сучасны беларускі рэлігійны дыскурс.

**Матэрыял і метады.** Матэрыялам даследавання ў артыкуле з’яўляецца зборнік “Номо” Крысціны Бандурынай. Асноўнымі для навуковага аналізу абраны прыёмы канкрэтна-гістарычнага, дэскрыптыўнага метадаў.

**Вынікі і іх абмеркаванне.** Згаданая нізка складаецца з дзесяці вершаў, якія паслядоўна прэзентуюцца ў адпаведнасці з кожным хрысціянскім запаветам. У першым вершы “Не май іншых багоў” інтымны вобраз каханага чалавека ўзвільчаецца, ён замяняе сабой нават Бога. Фактычна, рэлігійнае тут выяўляецца праз адмаўлення ад яго:

“і не будзе ў мяне  
іншага бога,  
акрамя памяці  
пра тваю ўсмешку...” [1, 3].

Ідэйна блізкая сітуацыя дэманструецца і ў вершы “Не вымаўляй імя бога твайго дарэмна”: тут узвышаецца імя каханага, але разам з гэтым з’яўляюцца матывы перасцярогі і абароны:

“Яго трэба хаваць ад іншых,  
як тое, што хочацца зберагчы  
ад частага карыстання” [1, 5].

У наступных паэтычных прыкладах усё шырэй і глыбей пачынаюць выкарыстоўвацца вобразы агульнавядомага міфа аб стварэнні свету. У вершы “Памятай дзень святы” дні тыдня асацыятыўна звязваюцца з ударамі сэрца. Пры гэтым выключную значнасць набывае суботні дзень, святы ў хрысціянстве. Адметна, што суботні дзень тут не сёмы, як у Бібліі, а шосты, згодна з сучаснай свецкай традыцыяй:

“Маё сэрца ўмее лічыць да пяці,  
а кожны шосты ўдар  
прапускае  
замірае  
быццам гаворыць  
спыніся  
і паглядзі на сябе” [1, 7].

Верш “Шануй бацькоў сваіх” па сваёй сутнасці з’яўляецца адмаўленнем ад адпаведнага запавету. Калі хрысціянства патрабуе шанавання бацькоў, што б ні было, то адносіны лірычнай герайні да бацькоў метафарычна звязваюцца з колерамі, уласцівымі ім:

“маці была белаі  
і яе лёгка было любіць  
а бацька быў чорным  
яго любіць не выпадала” [1, 10].

Падобную характарыстыку можна даць і вершу “Не забівай”, тут ад запавету адмаўляецца не лірычная герайня, а ўвесь навакольны свет. Герайня крытыкуе адзін з асноўных момантаў хрысціянства – распяцце Хрыста:

“Тут гуманізм  
не працаваў  
ад пачатку –  
калі ўкрыжавалі аднаго  
дзеля спакойнага сумлення  
ненажэрных многіх” [1, 13].

У вершах “Не чужалож” і “Не крадзі” рэлігійнае сінтэзуецца з інтымным. Каханы чалавек зноў метафарычна атаясамліваецца з Богам, звяртаючыся да якога, лірычная герайня кажа:

“нават калі б цябе не было  
я павінна была выдумаць цябе  
дзеля таго  
каб стрэлкі гадзінніка  
майго сусвету <...>  
адлічвалі  
свае дзве тысячы гадоў  
любаві” [1, 14].

**Заклучэнне:** Такім чынам, у прааналізаванай нізцы можна выдзеліць дзве пануючыя тэндэнцыі адлюстравання рэлігійнага свету. Па-першае, гэта тэндэнцыя да адмаўлення, замены рэлігійных вобразаў свецкімі, “зямнымі”. Па-другое, сінтэз рэлігійных матываў і вобразаў з інтымнымі. У выніку ў зборніку “Номо” Крысціны Бандурынай ствараюцца адметныя мастацкія карціны з акцэнтаванымі духоўнымі каштоўнасцямі.

1. Бандурына, К. Номо : вершы / Крысціна Бандурына. – Мінск : Галіяфы, 2019. – 72 с.

## КАМУНІКАТЫЎНЫЯ СТРАТЭГІІ, ШТО РЭАЛІЗУЮЦА Ў ЗАГАЛОЎКАХ ТЭКСТАЎ БЕЛАРУСКАМОЎНАГА ПЕРЫЯДЫЧНАГА ДРУКУ

*Лукашова Л.В.,*

*магістрант 1 курса ВДУ імя П.М. Маішэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь*  
Навуковы кіраўнік – Семьянкова Г.К., канд. філал. навук, дацэнт

Сёння тэхнічныя сродкі даюць універсальны доступ да разнастайных звестак і дазваляюць задаволіць попыт на журналісцкую інфармацыю. Тэксты перыядычнага друку прэзентуюцца чытачу праз загаловкі. Загалоўка – першае, што бачыць чытач, беручы ў рукі газету або адкрываючы патрэбны сайт у інтэрнэце. Таму вельмі часта лёс публікацыі прадвызначаецца эфектыўнасцю яе назвы, стварэнне якой патрабуе не толькі спецыяльных прафесійных ведаў, але і вялікага майстэрства і крэатыву, чым валодае далёка не кожны журналіст. Па гэтай прычыне даследчыкі распрацоўваюць разнастайныя камунікатыўныя стратэгіі, дзеянне якіх спрыяе стварэнню прыцягальных назваў твораў СМІ. Актуальнасць абранай тэмы абмоўлена перш за ўсё павышанай цікавасцю журналістаў і лінгвістаў да спосабаў прыцягнення і ўтрымання чытацкай ўвагі на стадыі ўспрымання першаснага і ключавога элемента публікацыі – загаловка.

Мэта артыкула – на аснове аналізу назваў журналісцкіх тэкстаў вылучыць асаблівасці прымянення некаторых камунікатыўных стратэгіяў у беларускамоўным перыядычным друку.

**Матэрыял і метады.** Матэрыялам даследавання паслужыла картатэка, сабраная аўтарам з наступных беларускамоўных інтэрнэт-версій газет: “Наша Ніва”, “Звязда”, “Рэгіянальная газета”, а таксама з інфармацыйнага інтэрнэт-рэсурсу “БЕЛ спутнік” за верасень – снежань 2019 года. Выкарыстаны апісальны і тэкстуальна-аналітычны метады даследавання.

**Вынікі і іх абмеркаванне.** Даследчыкі вылучаюць наступныя віды камунікатыўных стратэгіяў: інфармавання, уздзеяння, эмацыянавання, фарміравання, прагназавання, інтэрпрэтацыі [1]. У аснову класіфікацыі пакладзены віды функцый, што рэалізуюцца праз змест загаловкаў СМІ.

Самай распаўсюджанай у беларускамоўным перыядычным друку з’яўляецца *стратэгія інфармавання*. У яе аснове ляжыць перадача фактаў і трансляцыя ведаў аўтара артыкула. Асноўнай задачай такой стратэгіі з’яўляецца менавіта перадача фактычнай інфармацыі. Для рэалізацыі названай стратэгіі выкарыстоўваюцца наступныя інфармацыйныя жанры: навіна, паведамленне, анонс, аб’ява. У загаловках стратэгія інфармавання выкарыстоўваецца практычна заўсёды, але не ў чыстым выглядзе, напрыклад: *Студэнт з Горак скраў машыну у Оршы, каб не спазніцца на заняткі, і абсыпаў салон перцам* (інфармаванне + інтрыга); *Ва "Укантакце" з’явіцца дызлайкі да каментароў* (інфармаванне + абуджэнне пачуцця небяспекі); *Ватныя палачкі могуць быць небяспечнымі для здароўя* (інфармаванне + папярэджанне) і інш. У прыведзеных прыкладах выкарыстоўваецца тактыка ўтойвання часткі інфармацыі, таму ў свядомасці адрасата ўзнікаюць пытанні, а разам з імі і цікавасць да далейшага азнаямлення са зместам журналісцкага твора.

Часам, па нашых уласных назіраннях, калі абрана не тая тактыка, стратэгія можа дзейнічаць не зусім паспяхова. Гэта адбываецца ў выпадках, калі заглавак настолькі інфарматыўны па сваім зместе, што далейшае азнаямленне з артыкулам непатрэбнае: *Каляды на парозе: агні ўжо гараць, глінтвейн дыміцца; Лукашэнка і Пуцін дамовіліся правесці сустрэчу да новага года; «Матрыца» вяртаецца! Лана Вачоўскі пацвердзіла, што плануе здымаць чацвёртую частку* і інш. Але з пункту погляду псіхалінгвістыкі і такія загаловкі не пустыя ў плане фарміравання настрою і эмацыянальнага фону чытача. Так, у загаловку нататкі *“Навукоўцы: Курэнне спрыяе развіццю шызафрэнні і дэпрэсіі”* выкарыстоўваецца штампаваны выраз, які грунтуецца на пэўным стэрэатыпе адносна курэння. Такая назва артыкула не садзейнічае абуджэнню цікавасці да зместу журналісцкага твора, але выклікае жах за будучыню і настройвае на сур’ёзнае стаўленне да названай ў загаловку праблемы. Прытрымліваючыся камунікатыўнай стратэгіі інфармавання, СМІ забяспечваюць працэс узаемадзеяння, фарміруюць у грамадстве розныя ідэі, меркаванні, інтарэсы і ўстаноўкі.

Наступная стратэгія – гэта *стратэгія ўздзеяння*. «Асноўная мэта стратэгіі – выклікаць да жыцця пажаданыя змены ў шырокім экстракамунікатыўным кантэксце сітуацыі ...» [2]. Найбольш папулярнымі тактыкамі рэалізацыі гэтай стратэгіі ў журналістыцы з’яўляюцца перакананне, патрабаванне, дамаўленне, просьба. Мы выявілі пэўную колькасць прыкладаў загаловкаў, якія адлюстроўваюць дзеянне названай стратэгіі: *Навагодні лайфхак: як зрабіць елку з падручных сродкаў; 10 падарункаў, якімі можна здзівіць*