

в) мовай міжнацыянальных і міжнародных зносін. На сённяшні дзень не існуе дастатковых лінгвістычных, палітычных, ідэалагічных і адукацыйных падстаў лічыць рускую мову ў Беларусі нацыянальным (беларускім) варыянтам і набыцця ёю статусу мовы беларускай нацыі.

Літаратура

1. Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь (са змяненнямі і дапаўненнямі, прынятымі на рэспубліканскіх рэферэндумах 24 лістапада 1996 г. і 17 кастрычніка 2004 г.).
2. Закон Рэспублікі Беларусь ад 26 студзеня 1990 г. № 3094-ХІ «Аб мовах у Рэспубліцы Беларусь» (У рэдакцыі Закона ад 13 ліпеня 1998 г. N 187-З).
3. Вонсовіч, Л.В. Нацыя / Л.В. Вонсовіч // Рэспубліка Беларусь: Энциклопедия: в 6 т. Т. 5. – Мінск: БелЭН, 2007. – 752 с.
4. Дубянецкі, С.Ф. Нацыя / С.Ф. Дубянецкі // Беларуская энцыклапедыя: У 18 т. Т. 11. – Мн.: БелЭН, 2000. – 560 с.
5. Степанов, Г.В. Национальный язык / Г.В. Степанов // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

Л.В. Лукашова (Віцебск)

ВІДЫ ЗАГАЛОЎКАЎ АРТЫКУЛАЎ СМІ ПА СПАСАБЕ ІХ ВЫРАЖЭННЯ

Вядома, што загалюўкі займаюць значнае месца ў структуры твора, бо яны падкрэсліваюць асноўную яго думку, лаканічна перадаюць змест, выражаюць стаўленне аўтара да апісанай сітуацыі або падзеі. Вартасць публіцыстычнага тэксту залежыць ад яго магчымасці зацікавіць чытача. Загалавак адыгрывае ў гэтым далёка не апошнюю ролю. Менавіта таму актуальным з'яўляецца даследаванне стылістычных і функцыянальных асаблівасцяў загалюўкаў, іх структуры і спосабаў выражэння. Мэта артыкула – выяўленне відаў загалюўкаў артыкулаў беларускамоўных СМІ па спосабе іх выражэння.

Матэрыялам паслужыла картатэка, сабраная аўтарам з наступных беларускамоўных інтэрнэт-версій газет: “Наша Ніва”, “Звязда”, “Беларускі партызан”, “Рэгіянальная газета”, а таксама з інфармацыйных інтэрнэт-рэсурсаў “БЕЛ спутнік” і “Белта” за 2017-2019 гг. Выкарыстаны апісальны, тэкстуальна-аналітычны і супастаўляльны метады даследавання.

Спецыфічныя па сваёй структуры загалюўкі прааналізаваных выданняў служаць розным мэтам: яны прымушаюць чытача зацікавіцца інфармацыяй, пабуджаюць да дзеяння, аказваюць уплыў на эмоцыі і пачуцці, забяспечваюць кампрэсію інфармацыі. Загалюўкі могуць быць выражаны рознымі спосабамі. У сувязі з гэтым вылучаюцца загалавак-рэклама, загалавак-факт, загалавак-цытата, загалавак-пытанне, загалавак-паведамленне, загалавак-тэма.

Найбольш распаўсюджанымі з'яўляюцца **загаловак-факт** і **загаловак-паведамленне**. Загаловак-факт часцей за ўсё выражаны простым аднастаўным (дзеяслоўным) ці двухстаўным апавядальным сказам, у якім змяшчаецца фактычны матэрыял (лічбы, даты, уласныя імёны, прозвішчы, геаграфічныя найменні, гістарычныя факты, назвы пасад і г.д.). Да ліку загатоўкаў-фактаў мы аднеслі наступныя: *“Беларусь стала імпарцёрам нарвежскай фарэлі”*; *“Супрацоўнікі МНС выратавалі жыццё журналісту Вадзіму Казначэву”*; *“Памёр літаратурны крытык Дзмітрый Бугаёў”*; *“Сапраўдны замак Чорнай Панны быў не ў Нясвіжы”*; *“390 гадоў Шарлю Кэро”*; *“На выданне беларускамоўнага збору твораў Алексіевіч сабралі 230 тысяч рублёў”*; *“Амаль 100 кілаграмаў гашышу затрымалі беларускія пагранічнікі пад Брэстам”*; *“Фільмы Спілберга сабралі ў пракаце звыш \$10 млрд.”*; *“У Егіпце знайшлі грабніцу высакароднай жрыцы”*; *“Пашынян абраны прэм’ер-міністрам Арменіі”* і інш. Такія загатоўкі не патрабуюць ад чытача папярэдняга ведання інфармацыі і лёгка запамінаюцца дзякуючы сваёй лаканічнасці.

Загаловак-паведамленне па сваёй форме і структуры падобны да загатоўка-факта, аднак ён не змяшчае лічбаў, статыстычных дадзеных ці гістарычных фактаў, а толькі паведамляе пра нейкую падзею. Да іх ліку мы аднеслі наступныя: *“У Літве прапануюць забараніць георгіеўскія стужкі”*; *“У Вільні ў дзяржаўныя святы праезд у грамадскім транспарце будзе бясплатным”*; *“Як каралеўскія гусары Стэфана Баторыя акружылі шведаў у Гродне”*; *“Трамп назваў адносіны з Кім Чэн Ынам добрымі”*; *“Як Наста і Зміцер Дашкевічы закалолі свінку. Адзін дзень з жыцця маладой сям’і”* і інш.

Загаловак-цытата ўтрымлівае цытату з тэксту публікацыі, можа змяшчаць найменні галоўных дзейных асоб, іх думкі, тым самым дапамагае падвоіць цікавасць да артыкула. Цытата, як правіла, належыць вядомай, аўтарытэтай асобе, што і прыцягвае ўвагу чытача, дапамагае яму сфармуляваць стаўленне да падзеі ці сітуацыі, апісанай у тэксце. Праз загаловак-цытату можна зразумець аўтарскія адносіны да падзеі, бо менавіта аўтар выбірае з вялікай колькасці цытат тую адзіную, якая стане загатоўкам. Да загатоўкаў-цытат мы аднеслі наступныя: *«Поўная маральная дэградацыя», – Раўкоў рэзка выказаўся пра дзедаўшчыну і стаўленне афіцэрства*; *«Марыя Васілевіч: “Сваю перамогу прысвячаю бацькам”*»; *«ALEKSEEV: “Good luck на-беларуску – прывітанне!”*» і інш.

Загаловак-тэма звычайна выражаны простым аднастаўным іменным апавядальным сказам. Радзей – складаным сказам, дзе першая частка – аднастаўны іменны сказ, у якім задаецца тэма, а другая – двухстаўны сказ, які коратка тлумачыць папярэдні. У такіх загатоўках заўсёды называецца праблема, што знаходзіцца ў цэнтры журналісцкага твора. Такі від загатоўка выкарыстоўваецца у выпадку, калі прадметам гаворкі выступае не падзея ці з’ява, а чалавек ці матэрыяльны або духоўны аб’ект, напрыклад: *“Новы сезон Прэміі Цёткі”*; *“Кніга Валянціны Аксак”*;

“Сяброўскае вітанне Таджыкістану”; “Малая радзіма Івана і Кацярыны”; “Працяг падарожжаў з Францыскам Скарынам”; “Афрадыта і Станюта – у экспазіцыі твораў Уладзіміра Слабодчыкава”; “Канстанцін Астрожскі”; “Пуцяводная зорка Паўла Шарамета”; “Хто іграў Шэрлака Холмса” і інш.

На пятым месцы па колькасці ўжыванняў знаходзіцца спосаб выражэння загалоўка праз пыталны сказ – **загалавак-пытанне**. Да ліку такіх загалоўкаў трэба аднесці наступныя: “Як яно – быць ростам 126 см у правінцыяльным горадзе? Гісторыя Галіны”; “Чаму Скарына не наважыўся выдаць Біблію народнай мовай?”; “Ці здарыцца нашэце тараканаў на Кітай?”. Выступаючы ў ролі загалоўка, пыталныя сказы могуць у большай ступені, чым іншыя віды загалоўкаў, прыцягнуць увагу чытача да наступнага тэксту, накіраваць аўдыторыю на пошук адказу. Такія загалоўкі дазваляюць журналісту выказаць сваё стаўленне да з’яў, адлюстраваных у публікацыі, задаць гэтакія пытанне адразу і тым самым заклікаць яго да роздумаў. Часам такія загалавак заснаваны па прынцыпе параўнання ці супрацьпастаўлення, напрыклад: “Дарвін, ты памыляешся? Людзі пайшлі ад кракадзіла?”; “Чым чыноўнікі ЖКГ падобны на барона Мюнхгаўзена?”; «Чаму ў праграмах “Барадзіно” ёсць, а “Пахне чабор” няма» і інш.

Яшчэ адзін від загалоўка, які сустракаецца на старонках газет, – гэта **загалавак-рэклама**. Такія загалавак анансуюць пэўнае мерапрыемства, выхад фільма, кнігі ці адкрыццё якой-небудзь пабудовы. Звычайна ён выражаны простым аповядальным сказам, у склад якога ўваходзяць дзеясловы *пакажуць, адбудзецца, плануецца, правядзе, пройдзе* і інш. Да загалоўкаў-рэклам мы аднеслі наступныя: “У Мінску ў суботу пройдзе парад рэтраўтамабіляў”; “У Беларусі пакажуць 3D-спектакль наводле Дастаеўскага”; “У Беларусі пройдуць экалагічныя акцыі”; “Баксёр Кірыл Рэліх правядзе абарону тытула чэмпіёна свету ў верасні”; «Фільм “Трэнер” ужо ў пракаце»; “Копіі дакументаў аб стасунках Горкага і Багдановіча з’явіцца ў Мінску”.

Такім чынам, варта падкрэсліць разнастайнасць відаў загалоўкаў па спосабе іх выражэння, выяўленых намі ў прааналізаваных выданнях, і звярнуць увагу на тое, што ўсе вылучаныя віды назваў адрозніваюцца функцыянальным прызначэннем, формай падачы інфармацыі і структурай.

Літаратура

1. Шостак, М.И. Репортёр: профессионализм и этика / М.И. Шостак. – Москва: Изд. РИП-холдинг, 2001.