

участвующих в ассоциативном эксперименте. При этом ядерное функционирование топонима «Беларусь» свидетельствует о значимости национальной самоидентификации региональной языковой личности.

*(Работа выполнена при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований).*

#### Литература

1. Информационный городской портал Минск Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minsknews.by/moya-pozitsiya-akademik-aleksandr-lukashanets-beloruskiy-yazyk-dokazal-svoyu-samostoyatelnost>. – Дата доступа: 03.10.2019.
2. Максимчук, Н.А. Нормативно-научная картина мира русской языковой личности в комплексном лингвистическом рассмотрении : в 2 ч. / Н.А. Максимчук. – Смоленск : СГПУ, 2002. – Ч. 1. – 204 с.
3. МИД Белоруссии: Белорусский язык необходимо популяризовать / EurAsia Daily [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://easaily.com/ru/news/2019/10/08/mid-belorussii-beloruskiy-yazyk-neobhodimo-populyarizovat>. – Дата доступа: 04.10.2019.
4. Национальное самосознание // Политическая наука: Словарь-справочник / Академик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/122/%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5>. – Дата доступа: 03.10.2019.

**В.В. Шунейка** (Мінск)

### ФУНКЦЫЯ НАВАННЕ ЗАГАЛОЎКАЎ АРТЫКУЛАЎ У ГАЗЕТНАЙ ПУБЛІЦЫСТЫЦЫ

Як вядома, заглавак выконвае інтэгральную функцыю, надае цэласнасць тэксту, якая дасягаецца выкарыстаннем лексічных сродкаў, аб’яднаных сэнсавым і стылістычным адзінствам.

Ствараючы тэкст, журналіст заўсёды ставіць перад сабой задачу не толькі інфармаваць чытача пра сацыяльна значныя факты, падзеі і з’явы рэчаіснасці, але і абавязкова даць ім ацэнку. Тым самым функцыянальна-стылёвае адзінства мовы газеты забяспечваецца пастаяннай рэалізацыяй у газетных тэкстах інфарматыўных і ацэначных элементаў. Безумоўна, “дазваляльная здольнасць” розных груп газетных жанраў неаднолькавая ў плане выкарыстання ў іх гэтых сродкаў, але адначасовая арыентацыя на інфарматыўнасць і ацэначнасць уласцівая ўсім тыпам газет, усім матэрыялам масавай камунікацыі. Гэтая асаблівасць публіцыстыкі і публіцыстычнага стылю знайшла сваё адлюстраванне і ў газетных заглаўках. Праблема суадносінаў аб’ектыўнага (інфармацыйнага) і суб’ектыўнага (ацэначнага) элементаў у тэксце і, адпаведна, у заглаўку газетнага артыкула заўсёды выклікала вялікую цікавасць даследчыкаў. Экспрэсійныя сродкі выкарыстоўваюцца і пры фарміраванні заглаўкаў

газетных артыкулаў. Таму вельмі важным і актуальным з’яўляецца вывучэнне разнастайнасці сродкаў выразнасці ў загалоўках артыкулаў і ў газетным радку, іх прыроды і функцый, стылістычных прыёмаў іх уключэння ў тэксты рознай жанравай прыналежнасці, крыніц іх фарміравання і г. д.

Газета – сродак інфармацыі і сродак пераканання. Яна разлічана на масавую і прычым неаднародную аўдыторыю, якую яна павінна ўтрымаць, прымусіць сябе чытаць. Газету звычайна чытаюць ва ўмовах, калі засяродзіцца даволі цяжка: у метро, у цягніку, за сьнеданнем, у абедзенны перапынак і г. д. Адсюль неабходнасць так арганізаваць газетную інфармацыю, каб перадаць яе хутка, сцісла, паведаміць асноўнае, нават калі нататка не будзе дачытаная да канца, і аказаць на чытача пэўнае эмацыйнае ўздзеянне. Выклад не павінен патрабаваць ад чытача папярэдняй падрыхтоўкі, залежнасць ад кантэксту павінна быць мінімальнай. Артыкул пачынаецца з загалоўка, таму дадзеныя заўвагі сравадлівыя і ў дачыненні да загалоўкаў газетных артыкулаў.

Загалоўкі, выражаючы асноўную думку публіцыстычнага тэксту, могуць быць стылістычна нейтральнымі, не мець яскрава выражанай экспрэсіўнай афарбоўкі. Гэтага вымагае сама інфармацыя, выкладзеная ў артыкуле, таму журналісты выбіраюць менавіта такія моўныя адзінкі: *На “Беларусьфільме” прайшоў першы кінаклуб (Культура, 28.09-05.10.2019); Бягучыя і перспектывыя задачы развіцця (Звязда, 03.10.2019); Слова пра пісьменніка Уладзіміра Караткевіча (Культура, 11.02-16.12.2018).*

Вызваляючыся ад стандартызацыі маўлення, публіцысты звяртаюцца да пошуку больш дзейсных, экспрэсіўных сродкаў выражэння ацэначнасці. Да ліку такіх сродкаў адносяцца розныя стылістычныя фігуры і прыёмы. Іх значнасць у сістэме ацэначных сродкаў газетнай мовы ўсё больш узрастае.

Актыўнае выкарыстанне экспрэсіўных ацэначных сродкаў адпавядае агульнай тэндэнцыі сучаснай газеты да ўзмацнення эмацыянальнасці выкладу, да “ажыўлення”, дэмакратызацыі мовы.

Журналісты, выкарыстоўваючы паронімы ў назве артыкула, абыгрываюць нюансы іх значэння: *Паламанья лёсам, але не зламаныя (Звязда, 03.10.2019); Згубленыя, загубленыя душы (ЛіМ, 14.11.1997).* Сэнсавыя адценні значэння, выражаныя суфіксамі (постфіксамі) асабліва выразна праяўляюцца, на нашу думку, у наступным загалоўку артыкула: *Усіх слухаць, але не ўсіх слухацца (Звязда, 16.01.2003).* Так, лексема слухаць ужываецца са значэннем ‘накіроўваць слых на што-небудзь’ [ТСБЛМ, с. 609], а слова слухацца – гэта ‘дзейнічаць, паводзіць сябе згодна з чыімі-небудзь парадзімі’ [ТСБЛМ, с. 609]. Загалоўка жа мае такі сэнс: трэба чуць усіх, але дзейнічаць паводле свайго разумення сітуацыі. Такім чынам, нюансы значэнняў паронімаў выяўляюцца праз постфікс, што і стварае экспрэсіўнасць назвы артыкула.

Журналісты часта выкарыстоўваюць паранамазію ў загалюках з мэтай прыцягнуць увагу чытача да найбольш вострай праблемы, паднятай у артыкуле. Так, разважаючы пра лішнюю вагу, аўтар удала выкарыстаў наступнае сугучча слоў: *Жаваць – не перажываць?* (Звязда, 25.05.2004).

Прэцэдэнтныя тэксты ў якасці загалюка – лаканічныя, выразныя, вобразныя. Яны ствараюць пэўны эффект успрыняцця, прыцягваюць увагу, надоўга застаюцца ў памяці. Чым больш вынаходлівы журналіст у выкарыстанні прэцэдэнтных тэкстаў, тым больш яскравы яго матэрыял і больш эфектыўнае ўздзеянне на чытачоў. Выкарыстанне прэцэдэнтных тэкстаў дазваляе журналісту не толькі прыцягнуць увагу да свайго артыкула, але і ўцягнуць яго ў пэўную гульню, мэтай якой становіцца ўспамінанне цытаты і яе крыніцы: *Некрымінальнае чытво?! (ЛіМ, 22.02.2008); Не ў грашах і часце (Звязда, 20.08.2005); Пра нуль, што пнецца ў велічыні (ЛіМ, 12.12.1997).*

Экспрэсіўнасць прэцэдэнтнага тэксту ў сучаснай газетнай публіцыстыцы абумоўліваецца “пазнавальнасцю” і ў той жа час незвычайнасцю прадукта трансфармацыі тэксту-крыніцы. Апора на папярэдні вопыт сведчыць аб развіцці і актуалізацыі новага экспрэсіўнага рэсурсу газетнай публіцыстыкі, а таксама аб узаемадзеянні газетна-публіцыстычнага стылю з іншымі функцыянальнымі стылямі, аб свайго роду дыфузнасці публіцыстычнага стылю: *Апошняя з магіканаў (ЛіМ, 24.04.1998); Ёсць на балет электронны білет? (Культура, 7-13.11.2009); Ведаючы брод... (Звязда, 03.10.2019).*

Эфектыўнасць газетнага тэксту шмат у чым вызначаецца яго загалюкам, так як вядома, што з дапамогай удалай назвы лягчэй пераканаць чытача, “прымусіць” прачытаць артыкул. Экспрэсіўная, “кідкая” назва прыцягвае ўвагу, дае вобразную характарыстыку і ацэнку публікуемага матэрыялу, пры гэтым не раскрываючы яго зместу.

#### Літаратура

ТСБЛМ – Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы / пад рэд. М.Р. Судніка, М.Н. Крыўко. – 3-е выд. – Мн.: БелЭн, 2002. – 784 с.