

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. Заглавак – 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 ключавага элемента публікацыі – заглаўка.

Мэта артыкула – на аснове аналізу назваў журналісцкіх тэкстаў вылучыць асаблівасці прымянення некаторых камунікатыўных стратэгий 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 стратэгий: інфармавання, уздзеяння, эмацыянавання, фарміравання, прагназавання, інтэрпрэтацыі [1]. У аснову класіфікацыі пакладзены віды функцый, што рэалізуюцца праз змест заглаўкаў 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 заглаўках 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 заглаўку 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 заглаўку 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 заглаўкаў, якія адлюстроўваюць дзеянне названай стратэгіі: *Навагодні лайфхак: як зрабіць елку з падручных сродкаў; 10 падарункаў, якімі можна здзівіць*

міленіяла; Лілія Ананіч: *Тое, што нас каштавалі на зуб, добра разумее беларускае грамадства; І сыты, і п'яны: гэтыя супы можна ў пост – і яны вас здзівяць!*; Натарыус для бабы Раі: *стаць зразумелым для любога кліента – гэта магчыма.*

Камунікатыўная **стратэгія эмацыянавання** выяўляецца ў выкарыстанні ў назве публікацыі сродкаў, якія выклікаюць у чытача эмацыянальны водгук. Прыкладам рэалізацыі дадзенай стратэгіі могуць паслужыць загаловкі «*Давай, пазванкі яму ламай!*» Расійскія найміты знялі на відэа, як забілі сірыйскага дзержыцыра; *3 ракі ў Піцеры вылавлі дацэнта ўніверсітэта. А ў яго запlechніку былі адрэзаныя жаночыя рукі; “Задушаная голымі рукамі”*. У Мінску зладзілі акцыю супраць дамашняга гвалту. Такія загаловкі толькі называюць прадстаўленыя ў публікацыях праблемы, але і выклікаюць масу негатыўных эмоцый.

Стратэгія інтэрпрэтацыі падразумявае бесперапыннае даследаванне і аналіз СМІ сацыяльнай рэчаіснасці, не толькі канстатацыю існуючых фактаў, але і іх супастаўленне, абагульненне, выяўленне знешніх і ўнутраных сувязяў. Названая стратэгія рэалізуецца ў аналітычных жанрах. Напрыклад, у матэрыяле «*Вам не перадаць, колькі эксперыменту на ёй ставілі*». Як тата адзін выхоўвае дачку аўтар распавядае пра нялёгкае само па сабе жыццё інвалідаў, якое абцяжарваецца шэрагам сацыяльных праблем. У загаловку ўсе гэтыя праблемы абагульняюцца і называюцца эксперыментамі.

Заклучэнне. Такім чынам, праведзенае намі даследаванне паказала, што ў загаловках тэкстаў беларускамоўнага перыядычнага друку найбольш актыўна выкарыстоўваюцца стратэгіі інфармавання і ўздзеяння як спосаб закрануць эмоцыі і свядомасць адрасата. Такая папулярнасць названых стратэгий, на наш погляд, звязана з асноўнымі функцыямі, якія рэалізуюцца праз СМІ, – інфармацыйная, камунікатыўна-кагнітыўная і функцыя кантролю і крытыкі.

1. Назаров, А.А. Коммуникативные стратегии периодических печатных изданий на региональном информационном рынке [Электронный ресурс] / А.А. Назаров. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/kommunikativnye-strategii-periodicheskikh-reshatnyh-izdaniy-na-regionalnom-informatsionnom-gynke>. – Дата доступа: 02.03.2020.
2. Олешков, М.Ю. Интенция как основа коммуникативной стратегии в институциональном дискурсе / М.Ю. Олешков // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка / Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, филологический факультет, 20 – 23 марта 2007 г.: Труды и материалы / Составители М.Л. Ремнева, А.А. Поликарпов. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 401 – 402.

ВЯЛІКАЯ АЙЧЫННАЯ ВАЙНА ПРАЗ ПРЫЗМУ МОВЫ ТВОРАЎ НІЛА ГІЛЕВІЧА

Марозава А.А.,

студэнтка 3 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Дзядова А.С., канд. філал. навук, дацэнт

Ніл Гілевіч з'яўляецца агульнапрызнаным майстрам паэтычнага слова, якое прасякнута грамадзянскім пафасам і публіцыстычным гучаннем. Уся яго творчасць – гэта імкненне да нацыянальна-культурнага адраджэння Беларусі, жаданне вярнуць беларусам гістарычную памяць і разуменне страчаных духоўных каштоўнасцей, паказ таго, “як цяжка шлях нам церабіць да Беларусі”. Актуальнасць тэмы нашага даследавання абумоўлена неабходнасцю вывучэння моўных асаблівасцей мастацкіх твораў у гісторыка-культурным аспекце, што з'яўляецца адной з прыярытэтных задач сучаснай лінгвістыкі.

Мэта артыкула – раскрыць спецыфіку моўных сродкаў, праз якія рэпрэзентуецца тэма Вялікай Айчыннай вайны ў паэзіі Ніла Гілевіча.

Матэрыял і метады. Даследаванне праведзена на матэрыяле паэтычных твораў Ніла Гілевіча [1]. Асноўнымі метадамі даследавання выступаюць апісальны метады і метады сістэмнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. Адной з самых трагічных старонак у гісторыі Беларусі стала Вялікая Айчынная вайна. Колькасць тых, хто загінуў ад рук фашыстаў, немагчыма дакладна падлічыць і сёння. Пасля заканчэння ваеннага ліхалецця прайшло шмат часу, аднак для беларускіх пісьменнікаў як старэйшага, так і малодшага пакалення “падзеі вайны не толькі не блякнуць, але... набываюць новую рэчыўнасць” [2, с. 13]. Адным з такіх пісьменнікаў з'яўляецца Ніл Гілевіч, дзяцінства якога прыпала на гады нямецкай акупацыі. На ўсё жыццё ў памяці паэта, які нарадзіўся ў вёсцы Слабада Лагойскага раёна, засталіся апаленыя вайной дзіцячыя ўспаміны.

На тэрыторыі Беларусі, як вядома, набыў асаблівы размах партызанскі рух. У разгортванні партызанскага супраціўлення вялікую дапамогу аказалі жыхары Лагойшчыны, што неаднаразова ўзгадваецца ў вершах паэта: “*Зямля бацькаў, Лагойшчына мая, / Край неўміручай партызанскай славы!*” / *На ўсё жыццё ўвабраў у сэрца я / Тваіх кастроў і боек дым гаркавы* [1 с. 37]. У гэтых радках адчуваецца гонар аўтара за тое, што яго родная зямля не скарылася ворагу. Развіты зваротак *край неўміручай партызанскай славы* дастаткова дакладна семантызуе подзвіг патрыётаў лагойскага краю. Праз эпітэт *неўміручай славы* выказваецца ўпэўненасць, што гераічныя, самаданыя ўчынкi партызанаў, якія дзейнічалі на тэрыторыі малой Радзімы Ніла Гілевіча, назаўсёды застануцца ў памяці нашчадкаў.

У гады ваенных дзеянняў, якія адбываліся на тэрыторыі Беларусі, будучы паэт быў яшчэ падлеткам. Тое, што чынілі фашысты на яго роднай зямлі, пакінула след у сэрцы і моцна паўплывала на светапогляд, мастацкую творчасць, прымусіла задумацца над праблемай наступстваў войнаў у будучым.