

Я. І. Місцюкевіч (Мінск, Беларусь)

СІНТАКСІЧНЫЯ ЭКСПРЭСІЎНЫЯ СРОДКІ Ў ЗАГАЛОЎКАХ АРТЫКУЛАЎ ГАЗЕТЫ «ЗВЯЗДА»

На сённяшні дзень інфармацыя – гэта адна з асноўных каштоўнасцей сучаснага грамадства. Яе стварэнне і распаўсюджванне – справа сродкаў масавай інфармацыі. Нягледзячы на развіццё радыё, тэлебачання і інтэрнэту, газета займае асаблівае месца ў сродках мас-медыя і дакладна адлюстроўвае змены, якія адбываюцца ў сучаснай беларускай мове. Агульнавядома, што перш за ўсё людзі звяртаюць увагу на загаловкі газет і часта, праглядаючы прэсу, абмяжоўваюцца менавіта гэтым.

Кожнае публіцыстычнае выданне мае свой непаўторны стыль, вобраз, які падмацоўваецца рознымі элементамі. Важнымі ў гэтых адносінах з’яўляюцца асаблівасці зместу, мэтавай аўдыторыі, тэматыка і характар публікацый; афармленне, дызайн вёрсткі і ілюстравання; мова газеты і яе стылістычныя адметнасці.

Мэта дадзенага артыкула – аналіз экспрэсіўных сінтаксічных сродкаў у загаловках артыкулаў газеты «Звязда». Метадам суцэльнай выбаркі былі адабраны 126 заголоўкаў з трох нумароў газеты.

Загалавак – гэта сігнал, які ёмка гаворыць пра газету, уплывае на імідж выдання, давер аўдыторыі, эмацыйнае ўспрыманне, асацыяцыі і чаканні. Прафесар С. М. Гурэвіч адзначае: «Стыль заголовков в газете – одно из ее отличий от других периодических изданий. Этот стиль не следует менять в течение достаточно длительного времени. По стилю заголовков публикаций, как и по другим особенностям дизайна издания, постоянный читатель может узнавать свою газету, даже не глядя на ее название» [2]. Менавіта па гэтай прычыне можна сказаць, што поспех газеты на рынку СМІ залежыць ад таго, якія сродкі сінтаксічнай экспрэсіі выкарыстоўваюць аўтары, ствараючы загаловкі. Загаловкі могуць быць вызначальнай рысай выдання, ствараць яго імідж, садзейнічаць продажу ці, наадварот, стаць прычынай змяншэння тыражу.

У загаловках журналісты і рэдактары імкнуцца даць сваю ацэнку, адлюстравачь адносіны да той ці іншай падзеі, максімальна прывабна сфармуляваць сугнасыць матэрыялу. Загалавак з’яўляецца адзінкай, з якой пачынаецца акт камунікацыі з чытачом. Услед за Дж. Осцінам, прадстаўніком Оксфардскай школы і заснавальнікам «Тэорыі маўленчых актаў», Ж. Вардзелавілі лічыць, што выказванне можа з’яўляцца не толькі паведамленнем інфармацыі, але і выконваць іншыя дзеянні, напрыклад, уздзейнічаць на чытача [1]. Такім чынам, загалавак – гэта і намінацыйная, і камунікацыйная адзінка. Трэба адзначыць поліфункцыянальнасць як істотную ха-

рактарыстыку загалоўкаў публіцыстычных тэкстаў, якая падкрэсліваецца шматлікімі лінгвістамі.

Так, на думку Д. Э. Разенталя, газетныя загалоўкі выконваюць намінатыўна-інфармацыйную, рэкламна-экспрэсіўную, графічна-выдзяляльную функцыі [5]. А. А. Цяртычны асноўнымі называе 2 функцыі загалоўка: намінатыўную і атрактыўную [6]. Як слушна падкрэсліла Н. А. Кожына, заглавак вызначаецца накіраванасцю на тое, каб перадаць чытачу інфармацыю і стварыць у яго пэўны настрой, уздзейнічаць на светапогляд [3]. Найбольш дакладна функцыянальны бок загалоўкаў апісвае Т. Ф. Фільчук: інфармацыйная, рэкламная, інтэгратыўная, экспрэсіўная, знакавая, эстэтычная, ацэначная, тэматызуючая, функцыя ўздзеяння, сэнсаўтваральная, сімвалізуючая, графічна-выдзяляльная [7]. Функцыі газетнага загалоўка знаходзяцца ў цесным узаемадзеянні з яго формай, а таксама з жанравымі асаблівасцямі тэксту публікацыі. Выкарыстанне экспрэсіўных сінтаксічных сродкаў далейшыя звязваюць у асноўным з рэкламнай, атрактыўнай функцыямі.

У дачыненні да сінтаксічных канструкцый экспрэсіўнасць можа разумецца па-рознаму. Менавіта з гэтым звязана адсутнасць адзінай класіфікацыі фігур і сродкаў сінтаксічнай экспрэсіі і розныя погляды на тое, што ўвогуле да іх належыць. Як адзначае Н. Э. Шандроха, пры даследаванні экспрэсіўнага сінтаксісу важна ўлічваць тое, што «экспрэсіўная сінтаксічная адзінка – гэта варыянт, мадыфікацыя пэўнай нейтральнай інварыянтнай сінтаксічнай адзінкі» [8]. У сувязі з гэтым пералічым і праілюструем прыкладамі толькі тры віды сродкаў сінтаксічнай экспрэсіі (сінтаксічныя фігуры), якія сустракаюцца ў загалоўках газеты «Звязда».

Намінатыўная функцыя з’яўляецца асноўнай і ўласціва ўсім загалоўкам, яна па сутнасці стрыжань, на які налізваюцца ўсе астатнія функцыі. Так, доля загалоўкаў, якія выконваюць толькі функцыю намінацыі, нязначная. Сярод прааналізаванага матэрыялу такіх загалоўкаў 4 %. Яны маюць структуру назывных сказаў: *Лагістычны цэнтр і экспрэс-дастаўка* (20 снежня 2016 г.); *Бяспека і супрацоўніцтва* (21 снежня 2016 г.).

Такім чынам, 96 % загалоўкаў газеты «Звязда» маюць тры ці іншыя сродкі экспрэсіі. Адным з папулярных прыёмаў з’яўляецца выкарыстанне загалоўкаў-пытанняў (як уласнапытальных, так і рытарычных), якія часцей выконваюць ацэначную, рэкламную функцыі: *Злосьныя неплацельчыкі застануцца без святла?* (20 снежня 2016 г.); *Хто лішні на футболе?* (21 снежня 2016 г.).

Форма пытання выступае вельмі зручным сродкам перадачы інтэнцый аўтара артыкула, загалоўкі такога тыпу ствараюць эфект дыялога з чытачом. Трэба адзначыць, што такія загалоўкі могуць быць як арыентуючымі (*Як адзначаюць Новы год у краінах ЕАЭС?* (20 снежня 2016 г.)), так і дэзарыентуючымі (*Як дзяліць будзем?* (21 снежня 2016 г.)).

Менш папулярнымі ў якасці загаловаў з’яўляюцца пабуджальныя сказы, па сваім значэнні гэта заклікі, запрашэнні да сумеснага дзеяння (*Сустранемся на пошце!* (20 снежня 2016 г.); *Трымаемся разам* (21 снежня 2016 г.)) ці парады, перасцярогі (*Будзь пільным! Асабліва падчас палявання* (17 снежня 2016 г.)).

Гэты прыклад з’яўляецца таксама ілюстрацыяй такога сродку экспрэсіўнага сінтаксісу, як парцэляцыя. Гэта прыём камунікатыўна-стылістычнай арганізацыі тэксту, які выкарыстоўваецца для ўзмацнення інтэлектуальнага і эмацыянальнага ўздзеяння на чытача. Разам з парцэляцыяй часта сустракаюцца прыклады такой лінгвістычнай з’явы, як прэцэдэнтны тэкст – сродак стварэння яскравага, прывабнага загалова. У такіх выпадках мы назіраем уваходжанне парцэляцыі ў стылістычную канвергенцыю – «сложный стилистический прием, основанный на взаимодействии стилистических средств одного или разных уровней языка в результате выполнения ими единой стилистической функции» [4]. Напрыклад: *Выйдзі з «ценю». І жыві спакойна* (20 снежня 2016 г.).

Значнае месца займае выкарыстанне інверсіі – такой расстаноўкі слоў або словазлучэнняў (сінтаксічных кампанентаў) у сказе, якая парушае іх звычайны граматычны парадак [8]. Інверсія дапамагае сэнсава ці эмацыянальна падкрэсліць пэўнае слова, думку, надае загаловаку своеасаблівую інтанацыю, з яе дапамогай аўтары артыкулаў дабіваюцца найбольшага ўздзеяння на чытача: *Паверыць у сябе дапамагаюць маладым людзям у Міханавічах* (21 снежня 2016 г.); *Без папярэдніх умоў мы гатовы развіваць супрацоўніцтва з Малайзіяй* (20 снежня 2016 г.).

Для сучасных загаловаў увогуле, і для загаловаў газеты «Звязда» ў прыватнасці, тыповымі крытэрыямі з’яўляюцца сцісласць, лаканічнасць, эканомія моўных сродкаў, таму характэрнай рысай газетных загаловаў з’яўляецца шырокае выкарыстанне няпоўных і эліптычных сказаў.

У няпоўных сказах-загаловаках адсутнасць аднаго або некалькіх членаў структуры ў большасці выпадкаў з’яўляецца сінтаксічнай нормай, якая стварае стылістычную і экспрэсіўную афарбоўку загаловаў. Газетныя загаловкі, багатыя такімі структурамі, выказваюць думку ў максімальна сціснутай форме. Сярод загаловаў такога тыпу фарміруюцца спецыфічныя мадэлі, прымальныя толькі ў сферы назваў і немагчымыя ў самім тэксце артыкула ці нататкі: *Эканамічны рост – за кошт інавацый* (21 снежня 2016 г.); *Нафтавая дыверсіфікацыя: разглядаюцца ўсе варыянты* (21 снежня 2016 г.); *Гадавая справаздача – за лічаныя дні* (21 снежня 2016 г.); *Сталіца – у лідарах* (21 снежня 2016 г.). Такія сказы з’яўляюцца семантычна поўнымі, таму эліптычныя канструкцыі выйграюць у дынамізме і нічога не губляюць у зразумеласці: *Змены да лепшага – праз эвалюцыю* (20 снежня 2016 г.).

Эліпсіс часта выкарыстоўваецца ў адзінстве з антытэзай – сінтаксічнай фігурай кантрасту, супастаўлення процілеглых паняццяў, перажыван-

няў, думак з мэтай узмацнення ўражання ад гэтых з'яў, падкрэслівання кантрасту [8]. Напрыклад: *Учора – юнак, а сёння – дэсантнік!* (20 снежня 2016 г.); *Эканоміка – у «плюс», інфляцыя – у «мінус»* (21 снежня 2016 г.).

З мэтай павышэння выразнасці шырока выкарыстоўваецца прыём умаўчання ці апасіапезы, які ў загалюўках афармляецца з дапамогай шматкроп'я. Гэтыя канструкцыі перадаюць спецыфіку вуснага маўлення, выражаюць эмацыйны стан аўтара: *Калі дрэва загарэлася...* (20 снежня 2016 г.); *Можна і трэба было абараніць...* (20 снежня 2016 г.); *Проста – жыць...* (20 снежня 2016 г.).

Таксама сустракаецца прыём перарвана-працягнутага выказвання: *Мост паплыве...на тэхагляд* (20 снежня 2016 г.); *З-за храма і... дрывасека!* (20 снежня 2016 г.). З дапамогай гэтага прыёму аўтар падкрэслівае незвычайнасць, парадаксальнасць апісанай у артыкуле сітуацыі.

Такім чынам, мы бачым, што журналісты газеты «Звязда» ў загалюўках да сваіх артыкулаў шырока выкарыстоўваюць шматлікія экспрэсіўныя сінтаксічныя сродкі: эліптычныя і няпоўныя сказы, антытэзу, умаўчанне, перарвана-працягнутыя выказванні, розныя віды пытанняў, інверсію, парцэляцыю. Іх выкарыстанне абумоўлена дзвюма асноўнымі тэндэнцыямі мовы газет: імкненнем да эканамічнасці і да экспрэсіўнасці. Сінтаксічныя прыёмы актуалізацыі газетных загалюўкаў дапамагаюць у эмацыянальна-экспрэсіўнай форме сканцэнтраваць увагу чытача на найбольш важных момантах паведамлення, што дазваляе зрабіць загалюўкі яркімі, а таксама перадаць утвараючы сэнс, раскрыць пазіцыю аўтара артыкула.

Літаратура

1. Вардзелашвили, Ж. Заголовок в средствах массовой информации как средство воздействия на сознание личности [Электронный ресурс] / Ж. Вардзелашвили // Когнитивная лингвистика : персональный сайт Вардзелашвили Жаннетты Александровны. – Режим доступа: http://vjanetta.narod.ru/page_7.htm. – Дата доступа: 24.11.2016.
2. Гуревич, С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра : учеб. пособие для вузов / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
3. Кожина, Н. А. Нечто большее чем название / Н. А. Кожина // Русская речь. – 1984. – № 6. – С. 21.
4. Копнина, Г. А. Конвергенция стилистических фигур в современном русском литературном языке (на материале художественных и газетно-публицистических текстов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Г. А. Копнина ; Красноярск. гос. ун-т. – Красноярск, 2001. – 41 с.
5. Стилистика газетных жанров / Д. Э. Розенталь [и др.] ; под ред. Д. Э. Розенталя. – М. : Изд. Моск. ун-та, 1981. – 230 с.
6. Тертычный, А. А. Заголовок – слово главное / А. А. Тертычный // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80.
7. Фильчук, Т. Ф. Атракціонная прырода заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса / Т. Ф. Фильчук // Вісник Харківського