

Тэма 3. Публіцыстычны стыль

Публіцыстычны стыль – гэта сістэма моўных сродкаў, якая абслугоўвае шырокую сферу грамадскіх адносін (палітычных, культурных, спартыўных). Вылучаюць тры падстылі публіцыстычнага стылю: *газетна-публіцыстычны, радыё- і тэлежурналісцкі, аратарскі*. Жанры гэтага стылю падзяляюцца на: *інфармацыйныя (заметка, справаздача, рэпартаж, інтэрв’ю), аналітычныя (артыкул, карэспандэнцыя, рэцэнзія, агляд), мастацка-публіцыстычныя (нарыс, эсэ, фельетон, памфлет)*.

У сучаснай публіцыстыцы аўтарскае “я” набывае рысы мяккасці, раскаванасці, чалавечнасці. Яно больш разнастайнае і багатае ў параўнанні з абагульнена-афіцыйным “мы”, якое актыўна выкарыстоўвалася ў савецкай журналістыцы. З газетнай перыёдыкі знікла такая жанравая разнавіднасць, як перадавы артыкул, а рэдакцыйная ці аўтарская ацэнка рэчаіснасці даецца ў спецыяльных рубрыках “Калонка рэдактара”, “Рэдакцыйны артыкул” і інш. Такую жанравую мадыфікацыю адзначае ў сваім навуковым артыкуле Т.У.Падаляк [1, с.73]. Напрыклад, у часопісе “Малодосць” існуе “Старонка галоўнага рэдактара”, матэрыялы якой сведчаць пра даверлівасць і павагу да чытача:

Грамадства ва ўсе часы, у самых розных стагоддзях развіваецца ў гармоніі матэрыяльнага з духоўным. Матэрыяльнае часта гіне пад пяскамі часу, духоўнае – застаецца... Уважліва прынікнем да творчасці беларускіх пісьменнікаў сярэдняга пакалення, і кожнаму стане зразумела: наша літаратура жыве, дышае, развіваецца. Трэба толькі схацець гэта пабачыць.

З найлепшых і гражаданнямі – Раіса Баравікова

Функцыя ўздзеяння гэтага тэксту выражаецца праз ацэначныя формы *гармонія, найлепшыя і метафару літаратура жыве, дышае*. Рэалізацыі сатворчасці з чытачом спрыяе і дзеяслоўная форма 1-й асобы множнага ліку (форма сумеснага дзеяння) *прынікнем*.

Функцыянальна і сістэмай моўных сродкаў публіцыстычны стыль (асабліва мастацка-публіцыстычныя жанры) найбольш збліжаецца з мастацкім, аднак існуюць пэўныя адрозненні. У мастацкім творы аб’ектыўная рэчаіснасць перадаецца ў вобразнай форме, праз фантазію пісьменніка. У публіцыстыцы жыццё адлюстроўваецца непасрэдна, журналіст адкрыта выражае сваю пазіцыю. Звернемся да тэкстаў мастацкага і публіцыстычнага стыляў на тэму “Травень”. Мастацкі тэкст:

*Зялёнай ніткай травень вышывае
Пяшчотныя, празрыстыя карункі.
Упала з неба пацэрка жывая,*

І дождж нахлынуў цёплым пацалункам.

З-пад небасхілу коннікамі хмары

Абрынулі вясновую пагоню.

А людзі беглі па няўклюдным шары,

Над кожным шчыт – вясёлы парасонік.

(Грына Багдановіч. “Зялёнай ніткай травень вышывае...”)

Эстэтычная функцыя гэтага мастацкага твора рэалізуецца праз разнастайныя вобразныя сродкі – метафары (*травень вышывае карункі, зялёная нітка, вясновая пагоня*), эпітэты (*пяшчотныя, празрыстыя, няўклюдны, вясёлы*), параўнанні (*цёплы пацалунак, коннікі, шчыт*), перыфразу (*кропелька дажджу ў вершы – пацерка жывая*).

Прыклад публіцыстычнага тэксту (урывак з эсэ):

Май – умайвае нашу зямлю. Май – гэта месяц траў. Нездарма ж яшчэ ў старажытнасці мы звалі яго траўнем.

І яшчэ гэта – месяц зеляніны, месяц апраання: кожнае дрэва, кожны куточак ён апраанае ў зялёныя ўборы. Да таго ж гэта месяц колераў – у ім вельмі хораша суседнічаюць і асоба адпавядаюць адно аднаму ўсе колеры вясёлкі. (Я. Сіпакоў. “Наш галяндар”)

Для гэтага тэксту-эсэ характэрна іобразнасць: *месяц апраання, месяц колераў, апраанае ў зялёныя ўборы*. Аднак такая вобразнасць спрыяе найперш інфармацыйнасці, аўтарскаму самавыяўленню.

У мастацкім творы з мэтай стылізацыі апавед можа весціся ад 1-й асобы. Тым не менш, “я” апавядальніка не супадае з аўтарскім “я”. У публіцыстычным творы “я” або “мы” – гэта не стылізацыя, а рэальнае выражэнне адносінаў да рэчаіснасці. Прааналізуем прыклады:

Дзякуючы Жулю Верну я рана пачаў вандраваць па свеце. Для гэтага не трэба было ні караблёў, ні цягнікоў, ні цягавітых мулаў. Хапала адной фантазіі. Пасля чужэйшай кнігі Жуля Верна я крочыў па тых самых сцэжках, што і яго героі. Гэта было лёгка і ўдавалася ў любы час і ў любым месцы. (І.Навуменка. “Жуль Верн”)

Прыведзены тэкст – мастацкага стылю, у якім выяўляецца вобраз апавядальніка праз форму 1-й асобы займенніка “я”. Публіцыстычныя тэксты выразна адлюстроўваюць пазіцыю моўцы:

Знаёмства з беларускай літаратурай пачалося ў школе, па чытанках.

Да Купалы і Коласа, пра чытацкую дружбу з якімі я ўжо трохі пісаў, хочацца ўпершыню дадаць Багушэвіча. Сваімі, блізкімі і вольна, без намагання замацаваліся ў памяці “Воўк і авечка”, “Ахвяра” і асабліва “Калыханка”. Таксама, як радкі Пушкіна ці Міцкевіча, -- з нашы замацаваліся, з пакрэманай парты, ад цьмянай газавай лямпы над родным сталом. І ў сталасць са мною пайшлі, часта і цёпла напамінаючы вобраз іх аўтара, мілага, мужанага чалавека. (Янка Брыль. “Думы ў дарозе”)

“Я” гэтага публіцыстычнага тэксту – не стылізацыя, а выяўленне асабістай пазіцыі аўтара.

Публіцыстычны стиль рэалізуе дзве функцыі мовы – інфармацыйную і ўздзеяння. Першая з іх садзейнічае фармаванню нейтральнай лексікі, маўленчых стандартаў, другая абумоўлівае наяўнасць ацэначнай лексікі. Дзякуючы ўзаемадзеянню гэтых дзвюх функцый у газетным тэксце спалучаюцца стандарт і экспрэсія.

Для публіцыстыкі характэрны такія рысы, як сацыяльная ацэначнасць і камунікатыўная агульнадаступнасць моўных адзінак. Газетныя тэксты не толькі паведамляюць факты і падзеі, але і сацыяльна ацэньваюць іх, інтэрпрэтуюць. Ацэначнасць уваходзіць у семантычны аб’ём многіх слоў публіцыстычнай лексікі: *сумленны, дастойны, трывалы, стабільны; грунтоўнасць, энтузіязм, ініцыятыва; безгаспадарчы, раўнадушны* і інш. Так, у сваёй манаграфіі “Дыскусія беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту” В.І. Іўчанкаў разглядае ацэначную шкалу друку. Даследчык звяртаецца да 70-х гадоў XX ст., перыяду перабудовы і пачатку XXI ст. [2, с.71 -- 72]. Напрыклад, у савецкім друку 70-х гадоў XX ст. станоўчую ацэнку набылі словазлучэнні *рашэнні партыі, крокі пяцігодак, пакарэнне космасу, светлае будучае, наватары вытворчасці, працоўны энтузіязм, прагрэсіўныя сілы* і інш., адмоўную – *буржуазная прапаганда, акулы імгелылізму, антысаветчыкі, гонка ўзбраенняў, свет капіталу, заганіваючы капіталізм, гнойныя язвы капіталізму, буржуазная мараль* і інш. У канцы XX ст. дзеянне сацыяльнай ацэначнасці захоўваецца, але яна набывае іншыя формы: знікае рэзкі падзел моўных сродкаў на станоўчыя і адмоўныя, многія словы мяняюць сваю ацэначнасць на супрацьлеглую (*бізнес, бізнесмен*) або нейтралізуюцца (*эліта*).

Камунікатыўная агульнадаступнасць моўных адзінак – спецыфічная асаблівасць публіцыстычнага тэксту, у якім неабходна пазбягаць незразумелых або вузкаспецыяльных слоў. Аднак інфармацыйная функцыя публіцыстыкі часта звязана з выкарыстаннем прафесіяналізмаў і тэрмінаў, функцыя ўздзеяння – размоўных і прастамоўных слоў, аўтарскіх неалагізмаў. Інфармацыйная функцыя спрыяе стандартызаванасці – гэта значыць наяўнасці *моўных штампаў*. З аднаго боку, такія адзінкі дазваляюць хутчэй зразумець сэнс выказвання, а з другога – пазбаўляюць маўленне журналіста індывідуальнасці і арыгінальнасці. На думку даследчыкаў, “штамп – гэта сцёрты шматразовым ужываннем выраз” [4, с.332]. Прыклады моўных штампаў: *вытрымаць экзамен на сталасць, маленькая радзіма, працаваць з агеньчыкам, унесці дастойны ўклад, сур’ёзныя недахопы, прапіска ў юнацтве, паставіць кропку*. Сустрэкаюцца і штампаваныя газетныя загалоўкі: *Свята кнігі; Зялёны цэх краіны; Новае жыццё старога горада; Майстры добрага настрою*.

Спецыфіка публіцыстычнага тэксту ў многім абумоўлена характарам публіцыстычнага суб'екта. Журналіст – канкрэтная асоба, чалавек “прыватны”, маўленню якога характэрны эмацыйнасць і суб'ектыўнасць. Яшчэ адзін бок асобы аўтара публіцыстычнага тэксту – чалавек сацыяльны, што абумоўлівае сацыяльна-палітычны і сацыяльна-ацэначны падыход да рэчаіснасці. Якраз грамадска-палітычная лексіка і складае самы значны пласт публіцыстыкі: *прагрэс, вытворчасць, мандат, інцыдэнт* і інш. Актыўна ўжываюцца словы інтэрнацыянальнай палітычнай лексікі: *рэйтынг, эксклюзіўны, прэзентацыя, спікер, парламент, электарат* і інш.

На марфалагічным узроўні для тэкстаў публіцыстычнага стылю характэрна частае выкарыстанне аддзеяслоўных назоўнікаў: *падпісанне, прыватызацыя, падрыхтоўка, выкарыстанне, набліжэнне*. Менавіта назоўнік выступае ў ролі выразніка асноўнай думкі. Назоўнікі часцей за іншыя часціны мовы могуць спалучацца з прыназоўнікамі, напрыклад: *пажаданні ад сяброў, аплата за кватэру, камісія па аздараўленні, гатоўнасць да дыскусіі, размова пра надзённае, цікаvasць да навізны, прапановы аб супрацоўніцтве*. У публіцыстычных тэкстах назіраецца працэс расчাপлення выказніка, у выніку чаго асноўнае семантычнае напаўненне набывае назоўнік: *акцэнтаваць – рабіць акцэнт, кантраляваць – знаходзіцца пад кантролем, уплываць – аказваць уплыў, непакоіцца – выказваць непакой*. Для публіцыстыкі характэрна ўжыванне дзеясловаў загаднага ладу:

Усё гэта – пушча. Усё гэта – неўміручая душа яе. Яна цудоўная, як душа нашага народа. Калі вы таміліся, калі хочаце прыпасці вуснамі да вечна жывой крыніцы жыцця – прыйдзіце сюды, у найдзівоснейшы куток зямлі. Бо тут – фантэст чалавечнасці, літасці чалавека да прыроды, сястры нашай. (У. Караткевіч. Прадмова да кнігі “Белавежская пушча”)

Зварот да чытача ў гэтым тэксце выражаецца і дзеяслоўнай формай загаднага ладу – *прыйдзіце*.

На сінтаксіс газетнай мовы значны ўплыў аказвае размоўны стыль, якому характэрны сцісласць і лаканічнасць. Ёмістасць зместу сведчыць пра важнае патрабаванне сучаснасці: у адзінку часу – максімум інфармацыі. Асаблівую выразнасць набываюць эліптычныя сказы -- “самастойныя няпоўныя сказы, у якіх апушчанымі адчуваюцца дзеяслоўныя выказнікі са значэннем існавання, наяўнасці, знаходжання, руху, дзеяння” [12, с.166 -- 167]. Напрыклад: *Разам – на навуковы Эверэст* (“Звязда”); *Выратаванне – у вакцынацыі* (“Звязда”).

У публіцыстычных тэкстах выкарыстоўваюцца сегментаваныя канструкцыі. Яны складаюцца з дзвюх частак (сегментаў): першая частка называе асобу (прадмет), якая ў другой частцы абазначаецца займеннікам: *Улюбёнец публікі, Артыст, майстар камедыйнага жанру. Яго пазнаюць у класічнай аперэце і ў мюзікле, у святочным тэатральным шоу і ў*

спектаклі, адрасаваным самаму патрабавальнаму глядачу – дзецям. (“ЛіМ”) Газетныя тэксты часта пачынаюцца ўводнай канструкцыяй, што ўказвае на крыніцу паведамлення: *Паводле даных Сусветнай арганізацыі аховы здароўя, штогод на грып хварэе каля 20 працэнтаў насельніцтва планеты.* (“Звязда”); *Паводле інфармацыі Мінскага абласнога ўпраўлення МНС, з раніцы жыхары Жодзіна прыехалі сюды па дары лесу.* (“Звязда”) Для ўзмацнення выразнасці маўлення журналісты звяртаюцца да парцэляцыі, калі змест выказвання рэалізуецца не ў адной, а ў некалькіх інтанацыйна-сэнсавых адзінках:

Лёг (Макаравіч. – Т.С.) на тым жа тапчанку, заплюшчыў вочы. Думкі тут жа паслужліва перанеслі яго ў вёску. Дзе вырас... Дзе наўчыўся касіць і хадзіць за плугам. Дзе пазнаёміўся з нябожчыцай-жонкай... Дзе вадзіў на рыбалку сыноў, а потым і ўнукаў... Дзе рос цяпер яго сад... Дзе (вакол яго!) было столькі сваіх, столькі добрых людзей і чыстага гаючага наветра. (“Звязда”)

Вылучэнне даданых частак у асобныя сказы спрыяе экспрэсіўнасці. Параўнаем: *Думкі тут жа паслужліва перанеслі яго ў вёску, дзе вырас, дзе наўчыўся касіць і хадзіць за плугам, дзе пазнаёміўся з нябожчыцай-жонкай...* У такім варыянце ўвага чытача акцэнтуюцца не на пэўных момантах жыцця Макаравіча, а на вёсцы. Лічэ прыклад: *Фатаграфуемся каля помніка пісьменніку. На памяць.* (“ЛіМ”) Перабудуем: *На памяць фатаграфуемся каля помніка пісьменніку.* Відавочна, што ў журналісцкім прыкладзе прыцягвае ўвагу спелуэнне *на памяць*. Яно падкрэслівае асаблівую значнасць фотаздымка.

Да сродкаў экспрэсіўнага сінтаксісу публіцыстыкі адносяцца намінацыйныя сказы, якія толькі канстатуюць існаванне прадметаў і з’яў рэчаіснасці. Такія сказы звычайна выкарыстоўваюцца з іншымі тыпамі сказаў:

Узгоркі Новагродчыны, калі глядзець з гары, ледзь не ў шахматным парадку ўкрытыя пералескамі. Дубы і грабы. Жытнія мэндлі. Грэчка ў пахкай красе. Жніўная песня. Рушліва махае рукамі жняўра. (Янка Брыль. “Голле чапае нас лістотай”)

Для публіцыстыкі характэрны сінтаксічны паралелізм, заснаваны на аднолькавых мадэлях сказаў:

І палюе на янотаў егер. І клічуць-клічуць белыя лебедзі, б’юць на рэках пудовыя шчупакі, шумяць сонечныя дубы і грабы. І чырванюць падасінавікі. І дымок ад ранішняга вогнішча змешваецца з туманам. (У.Караткевіч. Прадмова да кнігі “Белавежская пушча”)

У многіх сказах тэксту ўжываецца інверсія – адметны ад звычайнага парадак сінтаксічных кампанентаў у сказе, калі, напрыклад, дзейнік стаіць пасля выказніка.

Як бачым, інфармацыйная функцыя і функцыя ўздзеяння публіцыстычнага стылю рэалізуюцца на розных моўных узроўнях.

Тэарэтычная літаратура

1. Асновы культуры маўлення і стылістыкі / Пад рэд. У.В.Анічэнкі. – Мн.: Універсітэцкае, 1992. – С. 48 – 55.
2. Іўчанкаў В.І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. – Мн.: БДУ, 2003. – 257 с.
3. Каўрус А.А. Стылістыка беларускай мовы. – Мн.: Нар. асвета, 1987. – С. 48 – 51.
4. Лексікалогія сучаснай беларускай літаратурнай мовы / Пад рэд. А.Я.Баханькова. – Мн.: Навука і тэхніка, 1994. – С. 328 – 334.
5. Падаляк Т.У. Жанры журналістыкі: Традыцыі і наватарства // Роднае слова. – 2006. -- №3. – С. 71 – 73.
6. Розенталь Д.Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика. – М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2006. – С. 33 – 44.
7. Стилистика и литературное редактирование / Под ред. проф. В.И.Максимова. – М.: Гардарики, 2004. – С. 114 – 126.
8. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н.Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 312 – 315.
9. Цікоцкі М.Я. Стылістыка беларускай мовы. – Мн.: Універсітэцкае, 1995. – С. 265 – 274.
10. Цікоцкі М.Я. Стылістыка тэксту. – Мн.: Бел. навука, 2002. – С. 183 – 192.
11. Юрэвіч А.К. Стылістыка беларускай мовы. – Мн.: Выш. шк., 1992. – С. 112 – 115.
12. Яўневіч М.С., Спідко П.У. Сінтаксіс сучаснай беларускай мовы. – Мн.: Аверсэв, 2006. – С. 165 – 168.

Практычныя заданні

1. Выпішыце з прыведзеных словазлучэнняў моўныя штампы.

Далейшае ўдасканаленне, разрадка напружанасці, раўнавага сіл, пальма першынства, празрыстыя карункі, прапісныя ісціны, сродкі масавай інфармацыі, атрымаць пуцёўку ў жыццё, газетны тэкст, моўная сістэма, сябраваць з кнігай, чорнае золата, свабодная вакансія, асвоіць выпуск, мова газетнай паласы, перыяд часу, інтэлектуальныя эвалюцыя, сюжэтная канва, стылістычны кантэкст, сацыялінгвістычная з’ява, журналісцкая творчасць.

2. Прааналізуйце ўрывак з артыкула Т.М.Трыпуцінай “Мова газетных загаловаў” (Культура мовы і грамадства: Матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф. – Мн.: БДПУ, 2002. – С. 234 – 235).

Непажаданую стылістычную афарбоўку надаюць заглаўкам так званыя канцылярызмы і штампы. Звернемся да заглаўка “Інфармаванне

аб стане навакольнага асяроддзя – важнейшая задача айчынных метэаролагаў”, які можна прапанаваць студэнтам-журналістам для аналізу на занятках па тэме “Як не трэба пісаць”. Назоўнік **інфармаванне** ўтварыўся ад дзеяслова **інфармаваць** (такія аддзеяслоўныя назоўнікі – прэрагатыва афіцыйна-справавога стылю). У беларускай мове ёсць назоўнік **інфармацыя**, які мае некалькі значэнняў. Сэнсавае адрозненне паміж прыгаданымі назоўнікамі настолькі неістотнае, што, мабыць, не было патрэбы ўжываць у загалоўку аддзеяслоўны назоўнік, які, хутчэй за ўсё, з’явіўся ў выніку перакладу з рускай мовы слова **информирование**.

Замест прыназоўніка **аб**, які найчасцей ужываецца ў афіцыйна-справавым стылі (прыгадаем: Закон аб адукацыі, Дэкларацыя аб дзяржаўным суверэнітэце, Указ аб памілаванні), варта было б ужыць прыназоўнік **пра**, што больш адпавядае ладу беларускай мовы. Прыем пад увагу і тую акалічнасць, што ў прыгаданым загалоўку на стыку слоў (аб стане) узнікае спалучэнне трох зычных гукаў, цяжкіх для вымаўлення і нехарактэрных для беларускай мовы.

Назоўнік **задача**, як і назоўнікі **робота**, **увага**, **пытанне**, **склад**, **якасць**, **уздым** і пад., належыць да так званых універсальных назоўнікаў, з дапамогай якіх журналісты могуць пісаць на любыя тэмы. Лексічнае значэнне гэтых слоў відавочна аслабляецца, у мове газет яны набываюць вельмі няпэўнае, прыблізнае значэнне.

Пра адрозненне простых формаў вышэйшай і найвышэйшай ступеняў параўнання прыметнікаў ведаюць вучні сярэдняй школы. Але журналісты ігнаруюць правільную граматыку і замест найвышэйшай формы (**найважнейшая задача**) ужываюць вышэйшую.

Празмернай з’явіўся і колькасць слоў у загалоўку – спецыяльныя даследаванні паказваюць, што колькасць лексічных адзінак у загалоўку не павінна перавышаць 5–6.

3. Напішыце заметку (тэматыка: паездка на завод, экскурсія па вядомых мясцінах Беларусі і інш.), выкарыстоўваючы стылістычна нейтральныя моўныя сродкі, і тэматычна такую ж заметку, але са стылістычна афарбаванымі сродкамі. Прыдумайце і запішыце загалоўкі тэкстаў.

4. Напішыце тэксты – публіцыстычнага, мастацкага і навуковага стыляў – на тэму “Верасень”.

5. Уявіце, што вам неабходна расказаць замежным гасцям пра Беларусь. Падрыхтуйце тэкст выступлення публіцыстычнага стылю на тэму “Мая Беларусь”.

6. Прааналізуйце лексічныя і граматычныя асаблівасці публіцыстычнага тэксту.

Мы – беларусы! Як горда, як пашанотна павінны гучаць два гэтыя словы ў сэрцы кожнага з нас! Мы – нашчадкі славітага старажытнага славянскага роду, дзеці зямлі, што, нягледзячы на ўсе навалы, войны і катастрофы, якое ўжо стагоддзе корміць-поіць нас, і мы абавязаны памятаць пра гэта. Абавязаны – і перад продкамі, што не далі вынішчыць ні зямлі, ні мовы сваёй, і перад нашчадкамі, што ўзжадаюць і чыстае крынічнае вады, і чыстага, спеўнага слова беларускага, бо і ім, як нам, не жыць без гэтага.

Усё – і ва ўласным дабрабыце, і ў дабрабыце нашай краіны – залежыць ад нас. Ад нашай адданасці сям’і, справе, Айчыне. Ад нашай упэўненасці ў сваёй сіле, у сваёй праваце. Ад нашай перакананасці ў сваім праве гучна, горда заявіць усяму свету: мы – беларусы! (“ЛіМ”)

Адказы да практычных заданняў

1. Моўныя штампы:

далейшае ўдасканаленне, пальма першынства, прапісныя ісціны, атрымаць пуцёўку ў жыццё, сябраваць з кнігай, чорнае золата, асвоіць выпуск.

3. Прыкладныя тэксты на тэму “Паездка на завод”

Тэкст са стылістычна нейтральнымі моўнымі сродкамі:

Таямніца знаёмых пакетаў

У пачатку снежня вучні 1 “А” класа 30-й мінскай школы наведалі Мінскі гармалаказавод №3. Арганізавалі экскурсію настаўніца пачатковых класаў Н.У.Ракітніцкая і бацькі першакласнікаў. На заводзе вучням раздалі халаты, правялі па асноўных цэхах, дзе разліваюцца малако, кефір, ёгурты. А яшчэ першакласнікі ўбачылі цэнтральны пульт кіравання тэхналагічнымі працэсамі, які вызначае ўсе стадыі прыгатавання – ад сырога малака да ўжо гатовага к спажыванню. У канцы экскурсіі дзяцей пачаставалі ёгуртамі, пудынгамі і сырам з мармеладам.

Атмасфера добразычлівасці надоўга запомніцца першакласнікам. Нехта з іх, убачыўшы на паліцах магазінаў знаёмыя пакеты, абавязкова прыгадае паездку на завод.

Тэкст са стылістычна афарбаванымі моўнымі сродкамі:

Беласнежнае задавальненне

У пачатку снежня вучні 1 “А” класа 30-й мінскай школы атрымалі беласнежнае задавальненне дзякуючы адміністрацыі і работнікам Мінскага гармалаказавода №3. Арганізавалі экскурсію настаўніца пачатковых класаў Н.У.Ракітніцкая і бацькі першакласнікаў. На заводзе вучням раздалі

халаты, правялі па асноўных цэхах, дзе разліваюцца малако, кефір, ёгурты. А яшчэ першакласнікі ўбачылі цэнтральны пульт кіравання тэхналагічнымі працэсамі, які вызначае ўсе стадыі прыгатавання – ад сырага малака да ўжо гатовага к спажыванню. У канцы экскурсіі дзяцей чакала зала дэгустацыі з ёгуртамі, пудынгамі і сырам з мармеладам.

Добрачыслівасць да цікаўных і вясёлых гасцей завода стварала асаблівую ўтульнасць. Яна захаваецца ў дзіцячай памяці надоўга. І, знаходзячы на паліцах магазінаў знаёмыя пакеты, нехта з першакласнікаў абавязкова прыгадае, дзе нараджаюцца якасныя прадукты.

4. Прыкладныя тэксты на тэму “Верасень”

Тэкст публіцыстычнага стылю:

Спяшаюся ва ўспамінах у вераснёўскі ранак – звонкі ад галасоў, рознакаляровы ад кветак, цёплы ад усмешак. Школьны верасень. Першы званок. Яшчэ не астылыя ад лета калідоры. Якім будзеш ты, новы навучальны год? Што прынясеш і чым парадуюеш? А ў прамежку паміж пытаннямі – захапленне вераснёўскім рамкам, такім па-летняму святочным, але ўжо па-восеньску заклапочаным. Хіду ў школу!

Тэкст мастацкага стылю:

Гаспадарлівы верасень завітаў у лес. Ён развесіў белыя павуцінкі-карункі на дрэвах і шчодрою рукою ўпрыгожыў усё навокал. У ягонай палітры – самыя розныя колеры, але найбольш светлых, сонечных. Уначы верасень спіць у непраходным шумчы, а ўранні зноў пачынае працаваць. Шукае новыя колеры для дрэў, гадуе грыбочкі і ветліва сустракае лясных гасцей.

Тэкст навуковага стылю:

Верасень – дзевяты месяц года. Назва гэтага месяца паходзіць ад слова *верас*, які менавіта ў гэты час пачынае красаваць. Ва ўкраінскай мове ўжываецца слова *вересень*, у англійскай, французскай і нямецкай – варыянты рымскага *september*. Як зазначаюць даследчыкі, у французскім рэспубліканскім календары *верасень* называецца *фрукідорам* – месяцам пладоў, які заканчваўся 22 верасня і завяршаў год.

5. Прыкладны тэкст выступлення на тэму “Мая Беларусь”

Урывак з эсэ Янкі Сіпакова “Дзе мы знаходзімся ў свеце” (Зялёны лісток на планеце Зямля. – Мн.: Харвест, 2006. – С. 5):

Любая Радзіма! Вельмі шаноўная мая Беларусь! Маці наша родная – усіх нас разам і кожнага паасобку! Нізка схіляюся перад табою ў пашане толькі за тое, што ты заўсёды была, заўсёды ёсць і заўсёды будзеш. І калі думаеш пра цябе, і калі часам забываешся – ты спрадвеку з намі!

Твае палі – самыя хлебадайныя, твае лугі – самыя духмяныя, твае аблогі – самыя высокія, твае вятры – самыя ласкавыя, твае крыніцы – самыя чыстыя, твае лясы – самыя прыгожыя, твае людзі – самыя добрыя, а твая зямелька – як лекі нам: прыкладзі да раны – адразу ўсё зажывае...

Вельмі прыгожая наша зямля. У нас шмат лясоў, рэк і рэчак, вялікіх і малых азёраў. З космасу, як сцвярджаюць нашы землякі-касманаўты Пятро Клімук і Уладзімір Кавалёнак, Беларусь выглядае зялёнаю-зялёнаю. З блакітнымі ўкрапінамі азёраў – нездарма нашу краіну называюць у свеце сінявокаю.

У нас вельмі цудоўныя людзі – добрыя, ласкавыя, спагадлівыя, працалюбівыя, сціплыя, вясёлыя, але не бесклапотныя. Мы крыху задумлівыя – час і войны, якія, з рэдкім пастаянствам, праязджаліся па нашай зямлі, навучылі нас думаць пра многае.

У нас не горача і не холадна. У нас не сыра і не суха. Праўда, часам бывае і холадна, і горача, і сыра, і суха. Але ў асноўным – памяркоўна. Бо клімат у нас такі – памяркоўна-кантынентальны!

Твой народ, з якім ты заўсёды і які заўсёды з табою, нязводны. Цябе немагчыма разлучыць з ім, як і яго з табою. Як кару з дрэвам, як птушку з крыламі, як раку з рэчышчам, як траву з зямлёю... Так і кожнага з нас нельга разлучыць з Радзімаю, з роднай зямлёю.

6. Лексіка-стылістычны і граматыка-стылістычны аналіз прыведзенага публіцыстычнага тэксту сведчыць, што падбор моўных сродкаў у ім стварае адпаведнае патэтычнае гучанне, якое адпавядае пачуццям грамадзяніна-патрыята. У тэксце выкарыстаны словы ацэнчнай лексікі *горда, пашаногна, чыстае, спеўнае*; уласцівыя размоўнаму і мастацкаму стылям двухскладовыя канчаткі прыметнікаў *чыстае крынічнае* (вады); клічныя сказы; паралелізм канструкцый *Мы – беларусы!.. Мы – нашчадкі!..*; парцэляваныя канструкцыі: *Ад нашай addанасці сям і, праве, Айчыне. Ад нашай unpэненасці ў сваёй сіле, у сваёй праваце!..*; інверсаваныя дапасаваныя азначэнні *мовы сваёй, слова беларускага*. Такія моўныя сродкі рэалізуюць функцыю ўздзеяння публіцыстычнага тэксту.