

как представляется произведение (личность, процесс, событие), и в степени авторской самопрезентации, и в нескрываемом авторском желании выйти на диалог с читателем / зрителем, чтобы дистанция коммуникативного процесса была бы минимальной.

Библиографические ссылки

1. Говорухина, Ю. А. Литературно-критический дискурс как открытая система / Ю. А. Говорухина. – Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2010. – № 2 (10). – С. 58–67.
2. Ефременко, А. Белорусское кино, за которое не стыдно / А. Ефременко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://afisha.tut.by/news/culture/606017.html>. – Дата доступа : 30.08.2018.
3. Ефременко, А. Главную роль играл папа. Как девушка из Мозыря сняла фильм без денег и выиграла «Лістапад» / А. Ефременко [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://afisha.tut.by/news/culture/568711.html>. – Дата доступа : 16.11.2017.
4. Нашумевший белорусский фильм «Хрусталь» выйдет в широкий минский прокат [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://minsknews.by/nashumevshiy-belorusskiy-film-hrustal-vyiydet-v-shirokiy-minskiy-proka-29-avgusta/>. – Дата доступа : 16.08.2018.
5. Саенкова, Л. В прокате – киноэкспрессия / Л. Саенкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sb.by/articles/v-prokate-kinoekspressiya.html>. – Дата доступа : 27.09.2018.
6. Сукманов, И. Белорусское кино обретает свои интонации / И. Сукманов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belta.by/opinions/view/belorusskoe-kino-obretayet-svoi-intonatsii-5854/>. – Дата доступа : 08.11.2017.

Екатерина Стефановская

Белорусский государственный университет

(г. Минск, Беларусь)

ПОСТРОЕНИЕ СПОРТИВНОГО ЗАГОЛОВКА КАК ОСОБЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

На материале англо-, белорусско- и русскоязычного спортивного дискурсивного пространства рассматривается построение спортивного заголовка как особый вид деятельности журналиста. Выделяются фонетические, лексические и синтаксические средства выразительности в заголовке.

Ключевые слова: спортивный заголовок; дискурсивное пространство; фонетика; лексика; синтаксис.

Заголовок – это первое, с чем сталкивается читатель, знакомясь с любым текстом: будь то статья в газете или журнале, публикация в интернете, художественное произведение и т. п. Именно этим объясняется желание и стремление автора придать заголовку такую форму, сделать его таким необычным и ярким, чтобы привлечь внимание как можно большей аудитории.

На настоящий момент единого и общепринятого определения понятия «заголовок» не существует. Исследователи подходят к дефиниции данного термина с самых разных позиций. В данной работе за основу взято определение, данное Д. А. Качаевым, который отмечает, что заголовок – это «выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, обладающий относительной автосемантической, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который именуется и / или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы» [1, с. 4].

Заголовок всегда носит полифункциональный характер. К основным функциям заголовка можно отнести следующие: 1) номинативная (тематическая) 2) информативная; 3) аттрактивная (апеллятивная); 4) графически-выделительная; 5) авторской оценки; 6) прогнозирующая; 7) рекламная; 8) интегративная. Важно отметить, что все перечисленные функции находятся в тесном взаимодействии, и только подобного рода взаимодействие влечет за собой создание полноценного по всем показателям заголовка.

Заголовок справедливо считается главным орудием в борьбе за привлечение внимания и интереса аудитории. «Победить» в этой битве помогает активная эксплуатация средств выразительности всех уровней: фонетического, графического, лексического, синтаксического.

Примеры использования **фонетических** средств выразительности можно обнаружить в следующих заголовках: *Мексіканскія мучачас гучна плачуць* (аллитерация и ассонанс); *Споры о спорте* (аллитерация); *Dasha Dazzles – Powers to Pursuit Gold* (аллитерация); *The Cod Squad – Nigeria’s Olympic Hopes* (ассонанс); *Pay не к нашей радости* (ассонанс); *Vrooom! Cycling’s New Scandal Is a Motor* (ономатопея, или звукоподражание).

Компоненты **лексического** уровня задействованы в заголовках: *Olympic champion Adam Peaty has changed breaststroke forever after his ‘Usain Bolt-like’ display in Rio* (оказионализм ‘Usain Bolt-like’); *Coque-*

lin's calamity opens the door for Robben (фразеологізм); *Фатос усяму галава!* (трансфармацыя фразеологізма «хлеб усяму галава»); *«Цмокі» ўханілі ўдачу за хвост* (фразеологізм); *Увидеть Бразилию и не умереть* (трансфармацыя фразеологізма «увидеть Париж и умереть»); *Euro giants reject chance to sign unwanted Chelsea star* (метафора); *Хакеіст мінскага «Дынама» Яўген Кавыршын увайшоў у зборную зорак Кубка Шпенглера* (метафора); *Грустный дембель Слуцкого* (метафора); *Why the Premier League MUST be made to care about England* (олицетворение); *Шчаслівая вада Мілана* (олицетворение); *Дыхание большого хоккея* (олицетворение); *Swashbuckling Palmer brought golf into the mainstream* (эпитет); *Бліскучая акрабатыка!* (эпитет); *ГЕДУ-ЕВ: КРОВАВЫЙ ФИНАЛ* (эпитет); *Veterans plus Youth Equal Gold For Norway* (метонимия); *«Залатая» вёсла Заслаўя* (метонимия); *ЧУДО В БАССЕЙНЕ. РОССИЙСКИЕ ВАТЕРПОЛИСТКИ ВЗЯЛИ БРОНЗУ!* (метонимия); *СЕРБИЯ УНИЧТОЖИЛА РОССИЮ. ВОЛЕЙБОЛИСТКИ ПОКИДАЮТ ОЛИМПИАДУ* (синекдоха); *Алімпійскі «ржорд» беларусаў – тыдзень без мэдалёў* (ирония); *У люксембуржцев трудный стул* (ирония); *Bitter sweet for Barr after the run of his life* (гипербола); *Плаванне — спорт на ўсё жыццё, або Як падтрымліваць спартоўніцкі дух і проста быць здаровым* (гипербола); *АЛОЯН УПУСТИЛ ШАНС ВСЕЙ ЖИЗНИ* (гипербола); *Laurie Hernandez had more fun than even Beyonce at the VMAs* (сравнение); *Златан Ібрагімавіч: Я перамагаю ўсюды, куды прыходжу, як Індыяна Джонс* (сравнение); *Тихо, как в консерватории* (сравнение); *From the Slowest Swim to the Fastest Bike, Gold Medal Racing Speeds on the Same Scale* (антитеза); *З нябёсаў – на зямлю* (антитеза); *«Зубры» – выдохнули, мы – вдохнули* (антитеза); *For Angelique Kerber, the Australian Open Just Got a Lot Less Boring* (оксюморон); *MIXED FORTUNES* (игра слов ‘mixed fortunes — misfortunes’); *«Зубры» прапясочылі «леопардаў»* (игра слов «прапясочылі – обыграли в Сочи»); *КОРОЛЬ ТРЕФ! РОССИЯ РАЗВЕНЧАЛА НОРВЕГИЮ* (игра слов «Треф – Трефилов» – фамилия главного тренера женской сборной РФ по гандболу); *Сёння ў Расіі наступае экватар папярэдняй стадыі ЧС на хакеі* (перифраз); *СМОЖЕТ ЛИ ИСИНБАЕВА ПРОБИТЬ СТЕНУ?* (перифраз); *Can You Beat Usain Bolt Out of the Blocks?* (риторическое обращение); *А ВЫ ПРОПУСТИЛИ БЫ ПО РЮМОЧКЕ С ТРЕФИЛОВЫМ?* (риторическое обращение); *Should anyone be concerned about Lucas Giolito's velocity?* (риторический вопрос); *«Сакральныя лічбы» ці «лыжка дзэгцю»?* (риторический во-

прос); *Разграмлі...* (умолчание); *WHAT HAPPENS IN VEGAS* (аллюзия на кинофильм «Однажды в Вегасе» (*What Happens in Vegas*)); *Бяжы, Воля, бяжы!* (аллюзия на фильм «Форрест Гамп»); *Птица счастья вчерашнего дня* (аллюзия на песню Н. Гнатюка «Птица счастья»).

Использование **синтаксических** средств выразительности обнаружено в следующих заголовках: *Aileen Reid 'happy' with Olympic performance* (эллипсис); *Глобус – Беларусь!* (эллипсис); *ЗОЛОТАЯ ЭПОХА ПРОДОЛЖАЕТСЯ! МАМУН – ЧЕМПИОН! КУДРЯВЦЕВА – СЕРЕБРО!* (эллипсис); *The Warm-Up: They came, they saw, they collapsed* (повтор и параллелизм); *Першыя старты – першыя поспехі* (повтор); *Кареев. Хиетанен. Лемтюгов* (параллелизм); *Music! Wifi! Olympians impressed with Pyeongchang perks!* (парцелляция); *Летнія. Юніёрскія. Нашы!* (парцелляция); *И ПО ЛИЦУ ЕГО ПОЛЗАЛИ МУХИ. НЕВЕРОЯТНАЯ ИСТОРИЯ ШТАНГИСТА* (парцелляция).

Таким образом, при построении спортивного заголовка наблюдается тенденция активной эксплуатации всего арсенала средств художественной выразительности, проявляющаяся в функционировании как фонетических и лексических, так и синтаксических средств выразительности речи в англо-, белорусско- и русскоязычном спортивном дискурсивном пространстве.

Библиографические ссылки

1. Качаев, Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000–2006 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д. А. Качаев. – Ростов н/Д, 2007. – 25 с.

Наталья Фадеева

*Ростовский государственный университет путей сообщения
(г. Ростов-на-Дону, Россия)*

РОЛЬ СМИ В ПРОДВИЖЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Исследуется роль СМИ в продвижении современной российской политической рекламы. Делается вывод о том, что политические рекламные технологии в СМИ должны конструировать такой процесс коммуникации, который не только способствовал бы формированию общественного мнения, но и перерастал бы в стойкое социально-психологическое образование, стимулировал бы развитие культурных и нравственных традиций населения.