

ряда молочной продукции, не требует дополнительных рекламных апеллиций. Однако наиболее полезным в этом ряду является кефир, так как кефирные грибки представляют собой симбиоз множества микроорганизмов. Кроме того, кефир обладает иммуностимулирующим, успокаивающим действиями, лечит к тому же синдром хронической усталости и бессонницу, отлично утоляет жажду [2]. Необходимость привлечения внимания к этому продукту и обуславливает появление семантически более оригинальных названий.

Заключение. Являясь неотъемлемой частью ономастического пространства Беларуси, русскоязычные словесные товарные знаки представляют пласт, отличающийся специфической организацией внешней и внутренней формы. Внутренняя форма прагматонимов, именующих молоко и молочные продукты, произведенные на территории Беларуси, характеризуется тем, что дифференциальным семантическим элементом именовании собственно молока является обязательное указание на его жирность и способ обработки (пастеризация, стерилизация). Все остальные мотивы именовании не столь активны и частотны, как-то: словесные товарные знаки, указывающие на наличие пищевых добавок, целевую аудиторию потребления, качества продукта, его субъективную оценку. Свойство скрупулезной детализации, отличающее эти именовании, проявляется во введении в структуру словесных товарных знаков по возможности максимального объема лексических структурных компонентов, представляющих собственные признаки товара.

Список литературы

1. Филюрин, А.А. Как вы марку назовете: три составляющих словесного товарного знака / А.А.Филюрин // Экономическое обозрение. –1999. –№ 10. – С.5–10.
2. Медицинская энциклопедия онлайн [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://www.medical-enc.ru/15/pitanie>. – Дата доступа: 08.02.2012.

СПЕЦЫФІКА КАНЦЭПТА “П’ЯНСТВА” Ў ПАРЭМІЯЛАГІЧНЫХ АДЗІНКАХ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ

*А.С. Дзядова
Віцебск, УА “ВДУ імя П.М. Машэрава”*

Фарміраванне антрапалагічнай парадыгмы ў сучасным мовазнаўстве прывяло да пераарыентацыі праблематыкі фразеалогіі і парэміялогіі на вывучэнне феномена чалавека і яго месца ў культурнай прасторы. Тым не менш, у айчынай лінгвістыцы на сённяшні дзень недастаткова распрацаваным і асэнсаваным застаецца нацыянальна-культурны аспект функцыянавання беларускай мовы. Таму даследаванне беларускіх фразеалагічных і парэміялагічных адзінак з пункту гледжання этналінгвістыкі і лінгвакультуралогіі ў пэўнай ступені запаўняе сабой “лакуну” па дадзеных пытаннях і з’яўляецца даволі актуальным сёння, у час надзвычай актыўнага дыялога культур. Мэта дадзенага артыкула – раскрыць спецыфіку канцэпта “п’янства” ў парэміялагічных адзінках беларускай мовы. Асноўным метадам даследавання выступае **метад кампанентнага аналізу**, які традыцыйна выкарыстоўваецца лінгвістамі для вывучэння структуры моўных адзінак шляхам расшчаплення іх на асобныя кампаненты. **Матэрыялам даследавання** з’яўляюцца прыказкі і прымаўкі беларускай мовы, якія семантызуюць п’янства як чалавечую загану ў сістэме маральных каштоўнасцей беларусаў. У большасці трапных народных выслоўяў намі выяўлены структурныя

кампаненты, якія з’яўляюцца своеасаблівым “цэнтрам” культурнай канатацыі і звязаны са светапоглядам беларускага народа, яго ўкладам жыцця і паводзінамі ў пэўных жыццёвых сітуацыях.

Вынікі і іх абмеркаванне. Як вядома, маральна-этычныя паводзіны людзей падвяргаюцца дастаткова жорсткай рэгламентацыі ва ўсіх сацыяльна значымых сферах жыцця грамадства. У свядомасці кожнага народа фарміруецца свой маральны ідэал чалавека. Паводзіны беларусаў ва ўсе часы былі абумоўлены такімі станоўчымі якасцямі і рысамі характару, як працавітасць і шчодрасць, дабрыня і гасціннасць. П’янства ж, як чалавечая загана, ва ўсе часы адмоўна ўспрымалася і характарызувалася нашымі продкамі. Між тым, на Беларусі, як адзначае Э. Дубянецкі, было “моцна развіта сярод насельніцтва п’янства, прычым “незвычайнае развіццё” гэтай заганы адзначаецца яшчэ з XVI ст. П’янства, мабыць, адзіная рыса, якая з дрэннага боку характарызуе беларускага селяніна” [1, 236-237]. Магчыма, вытлумачэнне цягі беларусаў да ўжывання спіртных напояў трэба шукаць у гістарычным мінулым нашага народа. Так, у XVIII ст., згодна з усталяваным парадкам, кожны беларускі селянін павінен быў за год выпіць у карчме свайго пана вызначаную колькасць піва і гарэлкі, якую ў народзе звалі сівухай. Той, хто, згодна з прапінацый (негалосным законам аб прымуковым ужыванні спіртных напояў), не выпіваў, павінен быў аплаціць поўны кошт ці розніцу між усталяванай і спажытай колькасцю гарэлкі. Пацверджанне гэтаму знаходзім і ў парэміялагічным матэрыяле: *бачыш, дружа, як гарую: з аднае карчмы ды ў другую; туды едзе, сюды едзе – карчмы не міне.*

Парэміялагічныя адзінкі, якія семантызуюць пэўны аспект маральна-этычных паводзін чалавека, даюць ім станоўчую або адмоўную ацэнку. Беларускі народ даволі выразна вызначыў адметнасць у паводзінах і стылі жыцця тых, каму ўласціва п’янства. Як правіла, такіх людзі не вызначаюцца сярод іншых ні матэрыяльным дабрабытам, ні вялікім розумам. Аналіз нацыянальна-культурнай спецыфікі даследаваных прыказак і прымавак сведчыць, што значная іх колькасць семантызуе п’янства як чалавечую загану праз выкарыстанне назваў прадстаўнікоў жывёльнага свету. Так, у якасці лексічнага сродку рэпрэзентацыі канцэпта “п’янства” даволі часта выступае аніمالістычны кампанент: *набраўся, як жаба гразі; сядзіць надуж: налізаўся, як вуж; набраўся, як свіння брагі.* Як сведчыць апошні прыклад, праз параўнанне п’яніцы са свіннёй паказваецца нехайнасць п’янага чалавека, яго непрыстойныя паводзіны і знешні выгляд. І гэта невыпадкова, бо назоўнік *свіння* ў моўнай карціне свету беларусаў надзелены выключна адмоўнай канатацыяй. У беларускай мове сустракаюцца парэміі, у якіх рэпрэзентуецца “смеласць” п’янага чалавека, якая на самай справе носіць уяўны характар. Пры гэтым асноўным структурным кампанентам выступае дзеяслоў *баяцца* і аднакаранёвыя да яго лексемы: *як п’ян – капітан, а як праспіцца – свінні байца; нап’ецца, дык з царамі б’ецца, а як праспіцца, дык і курыцы байца.* Некаторыя прыказкі і прымаўкі даводзяць нам, што п’яны чалавек, трапляючы ў залежнасць ад хмельных напояў, траціць прыстойнасць і пачуццё ўласнай годнасці: *п’яны і сабаку цалуе; як хочаш мяне называй, толькі гарэлкі піць давай; п’яніцу і ў лужыне рай; “Будзь здароў”, “будзь здароў” – ды з лаўкі далоў!* і інш.

Трэба адзначыць, што ў сферы духоўнай культуры беларусаў працавітасць заўсёды з’яўлялася асноўным сродкам жыццядзейнасці і матэрыяльнага дабрабыту. Сярод парэміялагічных адзінак з канцэптам “п’янства” зафіксавана значная колькасць тых, у якіх семантызуецца думка, што пастаяннае і празмернае ўжыванне спіртных напояў з’яўляецца асноўнай прычынай разбурэння матэрыяльнага дабрабыту сям’і. Гэта адлюстроўваюць прыказкі, у якіх у якасці

апорнага кампанента выступае назоўнік *гарэлка*: *рыззём трасе, а пятак на гарэлку нясе; латамі трасе, а апошняе на гарэлку нясе; гарэлка – дзярэлка: хоць чалавеку ад яе вясёла, аблупіць яго нагола*. Апрача таго, у народнай свядомасці беларусаў п’янства “ідзе поруч” з гультайствам, якое таксама здаўна падвяргалася асуджэнню: *як да чаркі – скоры, як да працы – хворы; працуе, як старога за бараду цягне; гарэлка людзей з поля зводзіць; гарэлка ў працы не памочнік і інш.* Прыведзеныя прыклады сведчаць пра тое, што чалавек, якім кіруе неадольнае жаданне выпіць, забываецца пра маральна-этычныя нормы і асноўныя жыццёвыя каштоўнасці, у тым ліку і пра працу як аснову жыцця і сямейнага дабрабыту. Між тым, сустракаюцца парэміялагічныя адзінкі, у якіх рэпрэзентацыя канцэпта “п’янства” адбываецца дзякуючы супастаўленню фразеалагізма *залатыя рукі* і назоўніка *горла*: *рукі залатыя, а горла нягоднае; рукі залатыя, ды горла ўсё пажэрла*. У прыведзеных прыкладах сцвярджаецца думка пра тое, што ў паводзінах беларусаў часта спалучаюцца станоўчыя і адмоўныя якасці. У дадзеным выпадку – працавітасць і п’янства.

Аналіз парэміялагічных адзінак беларускай мовы, у якіх рэпрэзентуецца канцэпт “п’янства”, паказаў, што даволі частымі сярод іх з’яўляюцца тыя, у склад якіх уваходзіць структурны кампанент-назоўнік *галава*. Гэта абумоўлена адным са значэнняў дадзенага слова – ‘розум, свядомасць, развага’. У парэміях лексема *галава* выступае як своеасаблівы “цэнтр” інтэлектуальных здольнасцей чалавека. Народная мудрасць беларусаў сцвярджае, што п’яны чалавек страчвае здольнасць правільна, цвяроза і разумна мысліць: *гарэлка весяліць, ды ад яе галава баліць; п’янства розум з’ела*. Рэпрэзентацыя канцэпта “п’янства” ў парэміях нярэдка адбываецца таксама з дапамогай семантычнай апазіцыі назоўнікаў *гарэлка-розум*, якія выступаюць як супрацьлеглыя, “несумяшчальныя” па значэнні паняцці: *гарэлкай розуму не прамыеш; ад гарэлки будзе розум мелкі* і інш. Як паказваюць прыведзеныя прыклады, у народнай свядомасці трывала ўмацавалася думка, што гарэлка “адбірае” розум, бо п’яны чалавек страчвае свядомы, адэкватны погляд на ўсё, што адбываецца вакол яго.

Заклучэнне. Большасць парэмій прааналізаванага семантычнага тыпу фіксуе адхіленні ад правільных, агульнапрынятых у грамадстве нормаў паводзін і мае адмоўную канатацыю, бо п’янства – гэта тое, што ва ўсе часы асуджалася беларусамі і выклікала ў іх негатыўную рэакцыю. У мове прааналізаваных трапных народных выслоўяў даволі выразна прадстаўлены багаты гістарычны вопыт і асаблівасці светабачання нашага народа, яго звычаі і традыцыі, эстэтычныя погляды і маральныя прынцыпы – усё тое, што фарміруе нацыянальную карціну свету беларусаў.

Спіс літаратуры

1. Рогалев, А. Ф. Белая Русь и белорусы (в поисках истоков)/ А.Ф. Рогалев. – Гомель, 1994. – 268 с.

ВИКОНИМИКОН ГОМЕЛЬСКОГО И ГРОДНЕНСКОГО РАЙОНОВ В СЕМАНТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

*М.Л. Дорофеевко
Витебск, УО «ВГУ им. П.М. Машерова»*

В последнее время возникает необходимость подробного рассмотрения виконимов, которые представляют собой пока недостаточно исследованную область