

Ю.М. Бабіч (Віцебск)

## ЛЕКСІКА З НАЦЫЯНАЛЬНА-КУЛЬТУРНЫМ КАМΠΑНАНТАМ У СУЧАСНЫМ ПУБЛІЦЫСТЫЧНЫМ ТЭКСЦЕ

Сучасны публіцыстычны тэкст дае багаты матэрыял для разумення тых працэсаў, якія адбываюцца ў мове ўвогуле. Сёння менавіта сродкі масавай інфармацыі з'яўляюцца найважнейшай крыніцай папаўнення лексічнага складу, аказваюць дастаткова сур'ёзны ўплыў на культуру маўлення, на фарміраванне моўнага густу грамадства. На кожнага індывіда міжволі ўплывае моўны калектыў, у якім чалавек знаходзіцца, а ў больш шырокім сэнсе – і ўся нацыянальная культура. Асобныя фрагменты гэтай культуры могуць свядома ці несвядома не прымацца рэцыпіентам, але яны абавязкова аказваюць уплыў на характар яго паводзін у лінгвакультурным асяроддзі, у большай ці меншай ступені прывіваючы пэўную сістэму поглядаў або канкрэтнае меркаванне адносна пэўных рэалій.

У слоўнікавым складзе мовы лінгвісты вылучаюць некалькі груп лексікі, якая найбольш выразна адлюстроўвае нацыянальную адметнасць культуры адпаведнага этнасу. Гэта, у прыватнасці, рэаліі, што характарызуюць асаблівасці грамадска-палітычнага жыцця супольнасці, побыту, нораваў, звычаяў, традыцый народа, характэрныя гістарычна-культурныя асацыяцыі і г. д. І ўсё гэта перадаецца словам, якое выступае своеасаблівым злучальным звяном паміж мысленнем, мовай і пазамоўнай рэчаіснасцю. Пры такім падыходзе слова выступае не толькі лінгвістычнай адзінкай, але і элементам трансляцыі розных культурных рэалій адпаведнага грамадства. Таму кожная лексема з нацыянальна-культурным адценнем або свежае, раней малаўжывальнае ці неўжывальнае ўвогуле слова адразу ж прыцягвае ўвагу рэцыпіента, актывізуючы да таго ж і кагнітыўную актыўнасць індывіда.

Менавіта мова канцэнтруе і перадае найбольш важныя, сутнасныя нацыянальна-культурныя паняцці, канцэптуальныя элементы карціны свету адпаведнага этнасу. У сённяшніх умовах наша грамадства існуе паміж дзвюма культурнымі плоскасцямі – уласнабеларускай і рускай. Гэта знаходзіць сваё самае непасрэднае адлюстраванне ў мове, уплываючы на фарміраванне нацыянальнага менталітэту ці прынамсі асобных яго элементаў. У працэсе падсвядомага засваення этнічна маркіраванай інфармацыі вялікую ролю адыгрываюць лексемы з ярка выражаным нацыянальна-культурным кампанентам, што адлюстроўваюць і шматвяковае духоўнае багацце этнасу, і актуальныя новыя катэгорыі. А гэта ў сваю чаргу спрыяе замацаванню ў свядомасці важных кампанентаў нацыянальнай моўнай карціны свету.

Названы аспект тым больш важны цяпер, бо ва ўмовах білінгвізму дзве розныя культурныя плоскасці цалкам супадаць не могуць, хоць і

маюць у якасці сродкаў сваёй рэпрэзентацыі нямала агульных лексічных адзінак. Пры такой трактоўцы праблемы на першы план выходзіць якраз уласнамоўны кампанент, словы з выразнай нацыянальнай афарбоўкай, якія, акрамя ўсяго іншага, падсвядома прыцягваюць увагу рэцыпіента.

У сучасным публіцыстычным дыскурсе мы ўсё часцей фіксуем мікракантэксты, у якіх якраз і ўжываюцца лексемы з падобным патэнцыялам, што самым непасрэдным чынам уплывае на агульны характар успрымання інфармацыі. Прыкладзём колькі прыкладаў: *У ноч на 1 чэрвеня 2001 г. на тэрыторыю пасольства невядомыя закінулі **выбухоўку**... Інфармагенцтвы распаўсюдзілі інфармацыю, што на тэрыторыю **амбасады** кінулі ручную гранату... Супрацоўнікі дыпрадстаўніцтва заявілі пра выкарыстанне двух **выбухпакетаў*** (Наша ніва, 1.09.10); *Напярэдадні Успення мы з дачкой прыехалі з **лецішча**, і адразу з электрычкі, з **запlechнікамі** за спінамі прыйшлі ў храм* (Звязда, 4.12.10); ***Заўзятары** пацягнуліся да “Мінск-Арэны”, каб ускласці там кветкі ў памяць аб **гульцах** “Лакаматыва”* (Наша ніва, 14.09.11); *Другое выданне кнігі “Краіна Беларусь” выйшла **накладам 3000 асобнікаў*** (Наша ніва, 11.07.12); ***Кіроўца**, пазбаўлены правоў, збіў насмерць двух **мінакоў*** (Наша Ніва, 25.01.12); *Тутэйшая евангельская царква штогод ладзіць **летнікі** з удзелам соцень **маладзёнаў*** (Наша ніва, 7.11.12); *Узялі **напракат** вясельную сукенку, **замовілі кавярню** для самых блізкіх і сяброў* (Звязда, 24.11.12); *У меню ёсць і **халодныя закускі і салаты, першыя і другія стравы, гарніры, торты і марозіва, кава, гарбата і алкагольныя напоі*** (Наша ніва, 27.01.16). Вылучаныя тлустым у прапанаваных мікракантэкстах словы з рознай частотнасцю выкарыстоўваюцца ў сучаснай літаратурнай мове, але ўсе яны валодаюць вялікім этнамоўным – фонавым – зместам. Увядзенне ў кантэкст падобных лексем не проста робіць выказванне больш беларускім, “сваім”, але і істотна ўплывае, скажам так, на вектар успрымання канкрэтнай інфармацыі. Гэта асабліва варазна бачна пры супастаўленні пададзеных фрагментаў з іх магчымымі, верагоднымі дублетамі – традыцыйнымі, звыклымі, штампаванымі, якія па сваёй сутнасці адлюстроўвалі б чужы, небеларускі характар мыслення. Можна сказаць, што наступныя варыянты выказванняў – найбольш верагодныя – былі б проста перакладзеныя з рускай мовы: *У ноч на 1 чэрвеня 2001 г. на тэрыторыю пасольства невядомыя закінулі **ўзрыўчатку**... Інфармагенцтвы распаўсюдзілі інфармацыю, што на тэрыторыю **пасольства** кінулі ручную гранату... Супрацоўнікі дыпрадстаўніцтва заявілі пра выкарыстанне двух **узрыўпакетаў***; *Напярэдадні Успення мы з дачкой прыехалі з **дачы**, і адразу з электрычкі, з **рукзакамі** за спінамі прыйшлі ў храм*; ***Балельшчыкі** пацягнуліся да “Мінск-Арэны”, каб ускласці там кветкі ў памяць аб **іграках** “Лакаматыва”*; ***Тыраж** зборніка песень з радзімы Н. Гілевіча даволі **невялікі** як па сённяшнім часе – **100 экзэмпляраў***; ***Вадзіцель**, пазбаўлены правоў, збіў*

на смерць двух **прахожых**; Тутэйшая евангельская царква штогод ладзіць **лагеры** з удзелам **соцень маладых людзей**; Узялі **напракат** вясельную **сукенку**, **заказалі кафэ** для самых блізкіх і сяброў; У меню ёсць і халодныя **закускі і салаты**, **першыя і другія стравы**, **гарніры**, **торты і марожанае**, **кава**, **чай** і алкагольныя **напіткі**.

Падобныя сінанімічныя рэпрэзентанты могуць разглядацца не толькі як прыклады лексічнай варыянтнасці, але і як праяўленне адмысловай дыферэнцыяцыі паводле стылістычна-прагматычнага складніка. Тут мы маем справу з культурна-маркіраванымі лексемамі, якія “валодаюць экстралінгвістычным фонам і ў выніку гэтага з’яўляюцца крыніцай сацыякультурнай інфармацыі” [1, с. 46].

А інтэрпрэтуецца такая інфармацыя рознымі рэцыпіентамі пазнаму, у залежнасці ад ступені валодання адметнай, культурна маркіраванай лексікай, уласцівай канкрэтнай мове. Асаблівы характар успрымання сэнсу лексем з выразна акрэсленым нацыянальным кампанентам становіцца відавочным пры супастаўленні такіх адзінак з іншымі, сінанімічнымі, але не надзеленымі “культурнай маркіраванасцю”, як і было паказана намі вышэй. Таму іх культурная канатацыя (тэрмін В. Тэлія) істотна адрозніваецца. Напрыклад, у прапанаваным раней мікракантэксце **Кіроўца**, **пазбаўлены праваў**, **збіў насмерць двух мінакоў** надзвычай выразна выяўляецца спецыфічна беларускае ўспрыманне вылучаных элементаў тэкставай мікраструктуры. **Кіроўца** – ад **кіраваць**, бо транспартным сродкам **кіруюць**, а не **водзяць** яго (як у рускай культурнай традыцыі). **Вадзіць** можна дзіць за руку ці алоўкам па паперы. Тое ж і з назоўнікамі **мінак** ‘той, хто праходзіць міма, мінае’. Тут неабходна памятаць, што семантычныя сістэмы розных моў, няхай і блізкароднасных, утрымліваюць лексічныя кампаненты, якія не супадаюць паводле сваёй унутранай формы, сімвалічнага патэнцыялу і семіятычных уласцівасцяў. “Менавіта тое, што не супадае ў дзвюх культурах, становіцца перашкодай для ўзаемаразумення ў працэсе камунікацыі, мае патрэбу ў інтэрпрэтацыі, каментарыі, застаючыся ў шэрагу выпадкаў недастаткова зразумелым”, – справядліва заўважае расійская даследчыца І. Марковіна [2, с. 5]. І тут гаворка ідзе, безумоўна, не пра даслоўнае разуменне сэнсу выказвання, а якраз пра адэкватнае ўспрыманне культурна маркіраванай інфармацыі, у больш шырокім сэнсе – пра валоданне адмысловым культурным кодам.

Важную ролю ў фарміраванні такога культурнага кода адыгрываюць экстралінгвістычныя фактары, што самым непасрэдным чынам уплываюць на фарміраванне ўнікальнай канцэптуальнай мадэлі свету. Згаданая намі вышэй вядомая расійская даследчыца В. Тэлія сцвярджае, што мова праз сваю сістэму значэнняў і асацыяцый падключаецца да канцэптуальнай мадэлі свету, афарбоўваючы яе ў нацыянальна-культурныя колеры. І тады культурна значная інфармацыя вельмі цесна знітоўваецца з планам зместу моўных адзінак, найперш з планам зместу лексікі з нацыянальна-

культурным кампанентам. Як, напрыклад, у наступных фрагментах з публіцыстычнага дыскурсу розных беларускіх медыяў: *Куражную гульню брамніка “зуброў” заўзятары віталі... А вось нядзельная сустрэча прынесла беларускім заўзятарам расчараванне... Заўзеём за нашых!..* (Віцебскі праспект, 3.03.11); *Рэкламная ўлётка з гіпермаркета “Махіма”, якая абвясчае аб зніжках на прадукты харчавання. Паказаны стары і новы кошты і адсотак, на які праведзена зніжка* (Вольнае Глыбокае, 30.06.11); *Строй створаны з адмысловага матэрыялу, здольнага змяняць колер у залежнасці ад настрою чалавека* (Звязда, 14.11.13); *У той дзень, калі ў метро шукалі выбухоўку, у Смалявічах адбыўся ператрус на лецішчы...* (Наша ніва, 12.03.14); *Таксама гледачоў чакаюць новыя рубрыкі і гасці – беларускія знаныя спартоўцы і лекары* (Наша ніва, 12.03.14). Кожны носьбіт беларускай мовы можа па-свойму ставіцца да выкарыстання слоў *брамнік, заўзець, выбухоўка, улётка, ператрус* і г. д. Кожны можа мець уласнае ўяўленне пра мэтазгоднасць іх ужывання ў штодзённай камунікацыі, тым больш у публіцыстычным тэксце. Але гэта не галоўнае. Урэшце мова з цягам часу сама пазбавіцца ад таго, што не прыжылося, і, наадварот, замацуе тое, што будзе выкарыстоўвацца рэгулярна і ў розных сітуацыях маўлення. У нашым выпадку вельмі важна, што адметныя, інакш кажучы, культурна маркіраваныя словы ўжываюцца рознымі айчыннымі СМІ. Гэта дазваляе гаварыць пра пэўную тэндэнцыю, нават заканамернасць у арыентацыі на нацыянальна афарбаваныя лексічныя рэсурсы, а не пра выпадковыя, адзінкавыя выпадкі, зафіксаваныя толькі ў асобных публікацыях. Тут назіраецца выразнае адлюстраванне ў значэнні канкрэтнага слова-неалагізма пэўнага комплексу прыметаў прадмета або з’явы навакольнай рэчаіснасці, што ў іншых выпадках можа характарызавацца цэлым спалучэннем ці нават сказам. Гэта значыць, праяўляецца нацыянальная спецыфіка ўспрымання і трактоўкі з’яў і паняццяў.

Такім чынам, праведзенае даследаванне дазваляе сцвярджаць, што лексіка з нацыянальна-культурным кампанентам усё часцей выкарыстоўваецца ў сучасных публіцыстычных тэкстах. Гэта істотным чынам уплывае на характар успрымання інфармацыі, на інтэрпрэтацыю атрыманых праз культурна маркіраваную лексіку ведаў, урэшце на фарміраванне моўнага густу грамадства.

### Літаратура

1. Яшина, М.Г. Приемы и методы исследования культурно-маркированной лексики / М.Г. Яшина // Rivista Telematica del Dipartimento di Linguistica dell’Università di Pisa. – 2009 – № 7.
2. Марковина, И.Ю. Теория лакун в исследовании проблем межкультурного общения / И.Ю. Марковина // Лингвострановедение: методы анализа, технологии обучения. – М., 2007.