

АСАБЛІВАСЦІ ЖАНОЧАГА ІМЕНІКА ВІЦЕБСКА Ў ПЕРЫЯД З 2000 ПА 2005 Г.

Калакольцава Д.А.,

студэнтка 4-га курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Семянькова Г.К., канд. філал. навук, дацэнт

Імя з'яўляецца неад'емнай часткай моўнай карціны свету, яно адлюстроўвае гістарычны ход развіцця падзей. У сучаснай лінгвістычнай літаратуры неаднаразова адзначалася, што ў семантыцы большасці антрапонімаў мае месца канататыўны культурны кампанент, які з'яўляецца свайго роду транслятарам інфармацыі пра культуру і гісторыю таго ці іншага народа. Антрапонімы – гэта крыніца не толькі лінгвістычнага матэрыялу, але і ведаў аб нацыянальным менталітэце.

Антрапонімы – гэта адна з галоўных прыкмет індывіда як сацыяльнай істоты. Асаблівасць іх функцыянавання вызначаецца знакавай прыродай. Уласнае асабовае імя з'яўляецца ўнікальным яшчэ па адной прычыне: яно бярэцца з абмежаванага рэсурсу.

Мэта артыкула – выяўленне і апісанне асаблівасцяў уласных асабовых жаночых імён, дадзеных нованароджаным у Віцебску ў перыяд з 2000 па 2005 г. Актуальнасць даследавання вынікае з адсутнасці навуковых прац, прысвечаных адзначанаму перыяду.

Матэрыял і метады. Даследаванне праведзена на матэрыяле архіўных запісаў Віцебскіх раённых загсаў. Асноўнымі метадамі даследавання выступаюць апісальны метады і метады сістэмнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. На працягу пяці гадоў, з 2000 г. па 2005 г., у Віцебску дзяцей жаночага полу зарэгістравана 8 184, агульная колькасць дадзеных ім імён – 277. Самымі папулярнымі імёнамі з'яўляюцца наступныя (у дужках прыведзена колькасць носьбітаў): Анастасія (777), Дар'я (602), Аліна (380), Марыя (368), Паліна (261), Юлія (238), Ксенія (215), Яна (208), Таццяна (141), Ульяна (104).

Для выяўлення характару частотнасці імён у антрапаніміцы прынята знаходзіць сярэдні каэфіцыент аднайменнасці, для гэтага колькасць нованароджаных дзеліцца на колькасць імён. У нашым выпадку дзелім 8 184 на 277, атрымліваем 29 – такім будзе сярэдні каэфіцыент аднайменнасці. Імёны з колькасцю носьбітаў 29 і больш будуць лічыцца частымі. Частых імён у нашым матэрыяле 37, сярод іх Алена, Аліна, Аляксандра, Анастасія, Валерыя, Вераніка, Вікторыя, Ганна, Дар'я, Дзіяна, Кацярына, Крысціна, Ксенія, Маргарыта, Марына, Марыя, Мілана, Надзея, Паліна, Соф'я, Таццяна, Уладзіслава, Ульяна, Юлія, Яна, Яўгенія. Два імені – Анастасія і Дар'я – былі дадзены сямнаццаці працэнтам нованароджаных. Носьбітамі частых імён з'яўляецца 7 261 дзяўчына, што складае 90% ад агульнай колькасці нованароджаных жаночага полу.

Улічваючы сярэдні каэфіцыент аднайменнасці, да нячастых з колькасцю носьбітаў менш за 29 мы аднеслі астатнія імёны (240 адзінак). Усе нячастыя імёны мы падзялілі на некалькі груп:

1) з колькасцю носьбітаў ад 29 да 10: Сабіна (14), Людміла (13), Сафія (16), Мілена (12) і інш. (усяго 21 імя);

2) з колькасцю носьбітаў ад 9 да 2 – Васіліса (8), Тамара (6), Іна (5), Ларыса (5), Лідзія (4) і інш. (усяго 53 імені);

3) з колькасцю носьбітаў 1 – Лея, Седа, Раіса, Ала, Глорыя, Жумана, Рада, Роза, Су-сана і інш. (усяго 166 імён).

Для іменаслоўнай сістэмы беларусаў не характэрна ўжыванне складаных і састаўных уласных асабовых імён, аднак такія адзінкі былі намі зафіксаваны падчас збору фактычнага матэрыялу: Айша-Майні, Александрыя-Джулія, Анастасія-Ганна, Дар'я-Марыя, Надзея-Аляксандра, Наталі-Аліс, Ульяна-Вераніка і інш. (усяго 14 імён).

Жаночы імянік даследаванага перыяду вельмі разнастайны па паходжанні. У ім пераважаюць імёны лацінскага (19,7%), грэчаскага (19%), яўрэйскага (13,1%) паходжання. Самай распаўсюджанай з усіх пералічаных груп з'яўляецца лацінская. Цюркская (5,8%) група мае свае падгрупы (арабскую, татарскую, турэцкую, армянскую, персідскую, арамейскую, іранскую, казахскую); славянская група налічвае 12,8% імён ад усіх жаночых

імён. Нешматлікую частку складаюць імёны германскага (2,6%) і англійскага (4,4%) паходжання. Імёны з астатніх моў (французскай, грузінскай, італьянскай, скандынаўскай, літоўскай, ірландскай, іспанскай) сустракаюцца ў адзінкавым выглядзе ці складаюць нешматлікі працэнт ад усіх жаночых імён. Намі былі зафіксаваны таксама імёны змешанага паходжання (12,4%), якія стаяць побач з дамінуючымі групамі па колькасці імён.

Асаблівасці фіксацыі жаночых імён праяўляюцца на розных узроўнях (фанетычным, арфаграфічным) і з'яўляюцца характэрнай рысай называння дзяцей жаночага полу. У жаночай падсістэме сустракаюцца скарачаныя формы імён, замежныя імёны, складаныя і састаўныя найменні. Пераважаюць афіцыйныя формы называння.

Заклучэнне. Такім чынам, жаночы імянік нованароджаных з 2000 г. па 2005 г. характарызуецца разнастайнасцю найменняў: ён уключае 277 адзінак, сярод якіх частымі з'яўляюцца 37. Больш за палову імён, дадзеных пры нараджэнні, складаюць найменні з колькасцю носьбітаў 1 (166 імён), сустракаюцца складаныя і састаўныя адзінкі. Антрапонімы з'яўляюцца разнастайнымі паводле паходжання. Самыя папулярныя – лацінскія, грэчаскія, яўрэйскія імёны (51,8% ад агульнай колькасці).

1. Беларуская антрапанімія: вучэбны дапаможнік / Г.М. Мезенка (наук. рэд.) [і інш.]. – Віцебск: УА “ВДУ імя П.М. Машэрава”, 2009. – 254 с.

ЗАГALОВАК ГАЗЕТНАГА АРТЫКУЛА ЯК СРОДАК УЗДЗЕЯННЯ НА ЧЫТАЧА Ў ПУБЛІЦЫСТЫЧНЫМ ТЭКСЦЕ

Карпенка Д.М.,

навучэнка 2-га курса Полацкага каледжа ВДУ імя П.М. Машэрава,

г. Полацк, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Стрыжак В.С., выкладчык

Галоўная асаблівасць выкарыстання мовы на сучасным этапе – масавы характар камунікацыі, гэта значыць небывалае пашырэнне колькасці ўдзельнікаў зносін і ўскладненне іх форм. У гэтых умовах павышэнне эфектыўнасці сродкаў зносін, удасканаленне моўнай дзейнасці грамадства ў цэлым і кожнага яго члена набывае важнае значэнне. Асабліва гэта датычыцца сродкаў масавай інфармацыі і прапаганды. Галоўнае сацыяльнае прызначэнне публіцыстыкі – актыўнае ўмяшанне ў жыццё дзеля фарміравання грамадскай думкі сучаснікаў.

Сёння перад аўтарамі публіцыстычных твораў паўстаюць пытанні: як зацікавіць чытача альбо слухача? з дапамогай якіх сродкаў уздзейнічаць на яго розум і пачуцці? Гэтая праблема з'яўляецца актуальнай, бо адной з важных прыкмет культуры мовы з'яўляецца ўмелае выкарыстанне яе лексічнага багацця. Такім чынам, мэта даследавання – прааналізаваць сродкі ўздзеяння на чытача ў тэксце публіцыстычнага стылю на матэрыяле загаловаў газетных артыкулаў.

Матэрыял і метады. Намі былі прааналізаваны загаловкі артыкулаў беларускамоўных газет “Звязда”, “Культура” за 2012, 2013, 2019, 2020 гады.

Вынікі і іх абмеркаванне. У выніку даследавання былі вылучаны наступныя групы загаловаў:

1. Устойлівыя выразы (фразеалагізмы, прыказкі, прымаўкі, афарызмы). Загаловамі на старонках газет з'яўляюцца і чыста фразеалагізмы, прыказкі, крылатыя выразы (без пашырэння структуры іншымі словамі), і са змененай структурай, а падчас і семантыкай: “На ўсе інструменты майстар” (на ўсе рукі майстар) [Звязда, 2012, 20 лістапада]; “Ход каньком” (ход канём) [Звязда, 2013, 17 студзеня]; “Лёгкай уборкі не бывае” (лёгкага хлеба не бывае) [Звязда, 2012, 21 верасня]; “Лесарубы ўсіх краін, яднайцеся!” (пралетарыі ўсіх краін, яднайцеся!) [Звязда, 2012, 25 жніўня]; “У вялікага прадпрыемства вялікія перспектывы” (вялікаму караблю – вялікае плаванне) [Звязда, 2013, 21 лютага]; “Смачна вам пачытаць” (смачна есці) [Культура, 2019, 21-28 верасня]; “Іконы не гараць” (рукапісы не га-