

У лінгвістычных працах сустракаюцца розныя меркаванні па пытанні вытворнасці назоўнікаў са значэннем асобы жаночага полу. Напрыклад, П.У. Сцяцко лічыць, што назвы асоб жаночага полу маюць два шляхі ўтварэння: першы – ад асноў асабовых назоўнікаў мужчынскага роду (*чэмпіён* → *чэмпіён-к-(а)*), а другі – мужчынскія і жаночыя намінацыі ад адной словаўтваральнай базы (*школ-(а)* → *школь-нік* і *школь-ніц-(а)*) [3]. Мы ў сваім даследаванні падтрымліваем навукоўца і фемінінацыі *шляхцянка* і *блізніца* адносім да паралельнага словаўтварэння назваў асоб жаночага полу, дзе фарманты асобы жаночага полу і асобы мужчынскага полу далучаюцца да адной і той жа матывавальнай асновы (*шляхт-(а)* → *шляхт-ун*, *шляхц-юк*, *шляхц-іц* і *шляхц-янк-(а)*; *блізн-(я)* (*блізн-(ё)*) → *блізн-юк* і *блізн-іц-(а)*), а жаночую намінацыю *чалядзінка* – да “паслядоўнага” словаўтварэння назваў асоб жаночага полу (*чэлядзь* → *чалядз-ін* → *чалядзін-к-(а)*). Наша матывацыя жаночай намінацыі *шляхцянка* не супадае з традыцыйнай. Аўтары Словаўтваральнага слоўніка беларускай мовы намінацыю *шляхцянка* ўтвараюць ад асновы асабовага назоўніка мужчынскага роду *шляхц/іц/- (ø)* [4, 402].

Заклучэнне. Такім чынам, словаўтваральная катэгорыя ‘назвы асобы паводле адзінкавасці’ ў сучаснай беларускай мове прадстаўлена невялікай колькасцю назоўнікаў жаночага і мужчынскага роду са значэннем персанальнасці, утварэнне якіх адпавядае пяці граматычным мадэлям (граматычная мадэль – гэта схема ўтварэння слова з улікам часцінамоўнай прыналежнасці і класіфікацыйных граматычных катэгорый матывавальнага і матываванага слоў [5, 10]) *Н. адуш. ж.* → *Н. адуш. м.*, *Н. адуш. ж.* → *Н. адуш. ж.*, *Н. адуш. н.* → *Н. адуш. м.*, *Н. адуш. н.* → *Н. адуш. ж.*, *Н. адуш. м.* → *Н. адуш. ж.*

Група назваў асоб са значэннем ‘адзінкавасці’ ў беларускай мове перыяду 19 ст. налічвае чатырнаццаць намінацый і ўтвараецца ў межах пяці граматычных мадэлей: *Н. адуш. м.* → *Н. адуш. м.*, *Н. адуш. Pl.t.* → *Н. адуш. м.*, *Н. адуш. ж.* → *Н. адуш. ж.*, *Н. адуш. Pl.t.* → *Н. адуш. ж.*, *Н. адуш. аг.* → *Н. адуш. аг.* [6,7].

Спіс літаратуры

1. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы: у 5 т. (6 кн.). – Мінск: БелСЭ, 1977–1984.
2. Беларуская-рускі слоўнік: у 2 т. / АН БССР, Ін-т мовазнаўства імя Я. Коласа; рэд. К. К. Атраховіч (Кандрат Крапіва). – 2-е выд., перапрац. і дап. – Мінск: БелСЭ, 1988 – Т. 1. – 813 с.; 1989. – Т. 2. – 748 с.
3. Сцяцко, П.У. Спрэчныя пытанні словаўтварэння: Асабовыя назоўнікі жаночага і мужчынскага роду як паралельныя ўтварэнні / П.У. Сцяцко // Роднае слова. – 1996. – № 9. – С. 89 – 94.
4. Бардовіч, А.М. Словаўтваральны слоўнік беларускай мовы / А.М. Бардовіч, М.М. Круталевіч, А.А. Лукашанец. – Мінск: Беларус. навука, 2000. – С. 402.
5. Лукашанец, А.А. Граматычны аспект славянскага словаўтварэння / А.А. Лукашанец. – Мінск: права і эканоміка, 1998. – С. 10.
6. Клундук, С.С. Словаўтваральная сістэма назоўнікаў са значэннем асобы ў беларускай мове XIX ст.: аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук: 10.02.01 / С.С. Клундук; НАН Беларусі. Ін-т мовазнаўства імя Я.Коласа. – Мінск, 2001. – С. 7.

РОЛЯ НЕКАДЫФІКАВАНАЙ ЛЕКСІКІ Ў ЗАГАЛОЎКУ ПУБЛІЦЫСТЫЧНАГА ТЭКСТУ

Ю.М. Бабіч

Віцебск, ВДУ імя П.М. Машэрава

Апошнія некалькі гадоў назіраецца імклівае пранікненне ў беларускі публіцыстычны дыскурс жарганізмаў, аргатызмаў, праствамоўяў, а таксама ўсё больш частае іх выкарыстанне ў назвах тэкстаў. Падобныя лексемны, вынесеныя ў загаловак, выступаюць своеасаблівым сэнсавым сігналам, адмысловым лінгвастылістычным актуалізатарам пэўнай праблемы.

Мэта: выявіць ролю некадыфікаваных лексем у загатоўку газетнага тэксту. **Метады і матэрыял даследавання:** У якасці асноўных выкарыстаны лінгвастылістычны і метада кампанентнага аналізу. Матэрыялам працы паслужылі тэксты з газет “Звязда” і “Наша ніва”.

У публіцыстычным тэксце заглавак не толькі дае агульнае ўяўленне пра тэму, але і па сутнасці фармуе асноўную ідэю, думку аўтара, урэшце, вывад, да каторага і павінен прыйсці чытач. Таму некадыфікаваная лексема ў заголоўку – надзвычай крэатыўны сродак уплыву на свядомасць рэцыпіента. А выбар сродкаў эмацыйнага ўздзеяння – задача вельмі важная. Бо тут трэба зарыентаваць успрымальніка інфармацыі тэматычна, а, напрыклад, штамп ці клішэ ў заголоўку істотна зніжаюць прагматычны складнік тэксту. Назва павінна быць такой, каб, убачыўшы яе, чытачу хацелася зноў і зноў вяртацца да толькі што прачытанага, паўтараць экспрэсіўнае слова, выклікаючы ў свядомасці цэлы асацыятыўны шэраг.

Вынікі і іх абмеркаванне. Навукоўцы сёння разглядаюць заголоўкі і ў межах прыватнай праблематыкі, і адначасова ўключаюць іх у экстралінгвістычны кантэкст. Можна меркаваць, што заглавак і заглавачны комплекс маюць амбівалентную сутнасць. Бо, з аднаго боку, гэта моўныя структуры, якія папярэднічаюць непасрэдна артыкулу ці нататцы і фактычна знаходзяцца па-за асноўным тэкстам, валодаюць пэўнай самастойнасцю. А з другога – гэта моўная адзінка, што выступае паўнапраўным тэкставым кампанентам, якая звязана з іншымі тэкставымі мікраструктурамі.

У сучасных беларускіх СМІ істотна пашырылася практыка выкарыстання жарганізмаў і прастамоўяў у заголоўках. Аўтары такім чынам імкнуцца актуалізаваць і інфармацыйны, і аксіялагічны аспекты назвы, калі “прывабліваецца ўвага чытача, выклікаючы ў яго асацыяцыі з раней убачаным ці пачутым” [1, 219]. Асабліва часта гэта фіксуецца на старонках газеты “Звязда”: *Як я “бамбіў” на Нарачы* (12.05.12.); *Да “бамбілаў” літасці не будзе* (24.04.13.); *Лета без “барматухі”* (10.08.11.); *Кіроўца пад “кайфам” не заўважыў тралейбус* (6.10.12.); *Практыканты пад “кайфам”* (14.11.13.); *Інструктар “пад кайфам”* (5.11.13.); *Напракат аўто і ...таксаваць* (12.04.11.); *Чаму дзяўчаты “клююць” на абаяльных кар’ерыстаў?* (11.02.12.); *Дзеўкі “зажыгаюць”!* (26.01.13.). Выкарыстанне падобных моўных рэсурсаў у значнай ступені спрыяе ўзнікненню эфекту ўзмоцненага чакання, калі “заглавак тымі ці іншымі сродкамі прываблівае чытацкую ўвагу і заахвочвае прачытаць тэкст” [2, 49]. Пры гэтым заглавак можа быць у змястоўным плане не да канца зразумелы рэцыпіенту, у прыватнасці, праз адсутнасць у чалавека пэўных фонавых ведаў, агульнай асацыятыўнай прасторы і г.д. (напрыклад, трэба разумець, што такое **бамбіць** і **бамбіла**? Або што значыць **кляваць** і **зажыгаць**?). Эфект узмоцненага чакання можа стварацца рознымі спосабамі: свядомым парушэннем законаў лексічнай спалучальнасці, пераасэнсаваннем агульнапрынятага значэння лексем, выкарыстаннем устойлівых спалучэнняў, характэрных перадусім для гутарковага стылю. Усё гэта разлічана на тое, каб увага да канкрэтнага артыкула ці нататкі пасля прачытання заголоўка значна павысілася: чытач ўжо можа па-свойму інтэрпрэтаваць змест тэксту, нават яшчэ не азнаёміўшыся з ім цалкам.

Адзначым таксама, што ў сучасных беларускіх СМІ назіраецца выразная тэндэнцыя да павышэння частотнасці ўжывання ў якасці заголоўкаў жарганізмаў, накіраваных у тым ліку і на стварэнне пэўнага крымінальнага падтэксту, перадачу моўнага каларыту адпаведнага асяроддзя. Падобныя лексемы ў газетным радку падкрэсліваюць выкрывальны, ацэначны, і нават сімвалічны аспекты, выконваюць сэнса- і тэкстаўтваральную функцыі. Нярэдка такія факты фіксуюцца на старонках “Звязды” і “Нашай Нівы”: *Аферыст “абуваў” даверлівых* (“Звязда”, 18.05.13.); *Ды-дзэй “замовіў” бацьку і бабулю дзеля спадчыны?* (“Наша ніва”, 23.10.13.); *Махляр “кінуў” на аўто сем чалавек* (“Звязда”, 28.01.11.); *Студэнтаў “кінулі”* (“Звязда”, 12.06.12.); *Затрымалі кішэнніка* (“Звязда”, 2.10.10.); *Кішэннік – дзяўчына* (“Звязда”, 1.02.11.); *Кішэннікі... у спадніцах* (“Звязда”, 17.01.12.); *“Амапаўцы” дагналі кішэнніка* (“Звязда”, 14.03.13.); *Абама ўвёў санкцыі супраць “братвы” з СНД* (“Звязда”, 27.07.11.); *ЦУМ “абчысцілі ад першага наверху да пятага* (“Наша ніва”, 6.04.11.); *“Прамышляў” у дзіцячых садках* (“Звязда”, 15.02.13.); *Не тым “прамышляў” альпініст* (“Звязда”, 30.04.13.); *Парачка “прамышляла” ў саўне* (“Звязда”, 15.01.14.); *Міністр спорту “наехаў” на Герасіменю за бел-чырвона-белы сцяг* (“Наша ніва”, 6.02.13.); *Вучні 9-га класа “ўзялі” касу* (“Звязда”, 12.04.11.); *Школьнік “узяў” цырульню* (“Звязда”, 18.10.13.). Можна з вялікай доляй верагоднасці меркаваць,

што пададзеныя тут, напрыклад, два апошнія загалоўкі самі па сабе прымусяць чытача з цікавасцю пазнаёміцца з адпаведным тэкстам.

Аргатычная і жаргонная лексіка, асабліва папулярная ў вусным маўленні ў 90-ыя гады ХХ стагоддзя, у наш час, як бачна, замацавалася на старонках перыядычных выданняў. І не толькі ў сціслых паведамленнях пра крадзяжы ці падманы, але і ў грунтоўных артыкулах на адпаведную тэматыку. Праўда, гэта ў асноўным русізмы. Але, скажам, дзеяслоў **замовіць** і назоўнік **кішэннік** утвораны ўжо ў нашай мове. Часам адзначаюцца выпадкі своеасаблівай аманіміі жарганізмаў у загалоўках: *Аферыст “касiў” пад следчага* (“Звязда”, 28.10.10.); *Які грып “косiць” амерыканцаў і еўрапейцаў?* (“Звязда”, 23.01.13.). Зразумела, што ў прыведзеных двух прыкладах дзеяслоў **касiць** мае розны сэнс.

Асобна варта звярнуць увагу на выкарыстанне ў якасці загалоўкаў прастамоўяў. Тут можна вылучыць адразу некалькі іх функцый: намінацыйную (абазначэнне новых рэалій ці абнаўленне значэння старых), канатацыйную (патрэба ва ўздзеянні на асяроддзе) і экспрэсійную (патрэба ў выяўленні ўласных эмоцый аўтара). Прычым у пераважнай большасці выпадкаў свядомае ўжыванне ненарматыўных сацыялізаваных лексем з’яўляецца адначасова і элементам моўнай гульні, да каторай імкнецца аўтар. Прывядзём найбольш паказальныя прастамоўі ў загалоўках: *“Міша, афігець! Падаражэла чарніла”* (“Наша ніва”, 19.10.11.); *Масква афігела* (“Наша ніва”, 28.08.13.); *Поўны “атас”* (“Наша ніва”, 13.11.13.); *Малады настаўнік: “Два гады – і я валю”* (“Наша ніва”, 13.03.13.); *Расія спыняе ўвоз малочкі з Літвы* (“Наша ніва”, 9.10.13.); *У Еўропу з дальнабоем* (“Наша ніва”, 28.08.13.); *Голая аўтамыйка? О, прышпільна!* (“Наша ніва”, 6.11.13.). Гаворачы пра прастамоўі як элемент моўнай гульні, вылучым тры асноўныя яе аспекты: сацыяльны – рэалізацыя антыпаводзінаў, пазбяганне моўных стэрэатыпаў (*поўны “атас”; я валю*), рэкрэатыўны – патрэба ў псіхалагічным расслабленні, моўнай забаве (**афігець, чарніла**) і ўласна лігністычны – своеасаблівая праверка магчымасцяў мовы (**малочка, прышпільна**).

Заклучэнне. Такім чынам, матэрыял паказвае, што некадыфікаваная лексіка ў загалоўках у сучасных беларускіх СМІ з’яўляецца своеасаблівым індыхатарам сэнсу тэксту, выступае як крэатыўны сродак прыцягнення ўвагі да канкрэтнай публікацыі і да абзначанай праблемы ўвогуле. Акрамя таго, жарганізмы і прастамоўі могуць лічыцца сродкам эксплікацыі грамадскай ацэнкі той ці іншай з’явы нашай рэчаіснасці. Некадыфікаваныя лексемы выконваюць важную вобразна-выяўленчую функцыю, актуалізуючы і прагматычны складнік публіцыстычнага тэксту.

Спіс літаратуры

1. Богословская, О. И., Байтниц, Л. В. Синтаксическая структура и функции газетных заголовков в воркутинской городской газете «Заполярье» / О. И. Богословская, Л. В. Байтниц // Уч. зап. Перм. гос. ун-та – 1974. – № 302 : Исследования по стилистике. – С. 206–224.
2. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете: Учеб. пособие для студентов-журналистов / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 96 с.

НАВУКОВАЯ СПАДЧЫНА Я.І. БАРЫЧЭЎСКАГА

В.Ю. Бароўка
Вiцебск, ВДУ імя П.М. Маішэрава

Яўген Іванавіч Барычэўскі (у працах 1920 гадоў ён называў сябе на беларускі лад Аўгенам) – адзін з пачынальнікаў беларускага літаратуразнаўства. Барычэўскі нарадзіўся 17 снежня 1883 года ў сям’і мінскага натарыуса, па заканчэнні гімназіі для атрымання вышэйшай адукацыі паехаў у Германію, каб вучыцца ў Берлінскім універсітэце. За мяжой прабыў нядоўга, у 1904 годзе вярнуўся дадому і паступіў на гісторыка-філалагічны факультэт Маскоўскага ўніверсітэта, які закончыў у 1910 годзе. Спачатку Я.І. Барычэўскі працаваў настаўнікам у жаночай гімназіі, а потым выкладаў філасофію ў Маскоўскім універсітэце, у 1919–1920 гадах выязджаў з Масквы ў Пецярбург для чытання лекцый па