

пераканацца, што змест маўлення складаюць звесткі, якія “набываюць асобнае значэнне як для аўтара, так і для слухачоў. Разуменне сутнасці інфармацыі і інфармацыйнасці тэксту паведамлення забяспечвае свядомы, мэтанакіраваны выбар матэрыялу” [2, 3].

Заклучэнне. Вывучэнне граматычных тэм у функцыянальна-камунікатыўным аспекце садзейнічае асэнсаванню вучнямі працэсу выкарыстання мовы актыўнаму засваенню нормаў маўлення. Заданні, якія маюць функцыянальную і камунікатыўную накіраванасць, не толькі дапамагаюць мэтанакіраванаму замацаванню граматычнага матэрыялу і развіццю маўлення ў працэсе стварэння выказвання, але і матывуюць да вывучэння беларускай мовы, фарміруюць цікавасць да прадмета.

Спіс літаратуры

1. Золотова, Г.А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г.А. Золотова, Н.К. Онипенко, М.Ю. Сидоров. – М.: МГУ, 1998. – 528 с.
2. Ипполитова, Н.А. Сообщение и доклад в учебной деятельности школьников / Н.А. Ипполитова // Русский язык в школе. – 2009. – № 4. – С. 3–9.

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗООНИМИКОНА ВИТЕБЩИНЫ

А.С. Марудова

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Последние десятилетия характеризуются бурным развитием такого направления в языкознании, как социолингвистика. Русская лингвистическая наука уделяет большое внимание изучению общественной обусловленности возникновения, развития и функционирования языка, воздействия общества на язык и языка на общество [1, 10]. Большой вклад в развитие данного направления языкознания внесли такие учёные, как В.М. Жирмунский, Б.Н. Головин, Ф.П. Филин и т.д.

Одно из ведущих мест в современной социолингвистике занимает проблема социальной природы языка, которая наиболее ярко проявляется в именах собственных (задача которых, с одной стороны, выделять один объект из множества подобных, а с другой стороны, объединять всех носителей имени, показывая их принадлежность к определённой языковой культуре), в том числе в зоонимах, кличках животных. Цель данного исследования – выявление социолингвистических особенностей зоонимикона Витебщины.

Материал и методы. Материалом для данного исследования послужила индивидуальная картотека автора, насчитывающая 1186 единиц и составленная на основе опроса жителей и данных электронных баз ветеринарных клиник г. Витебска и Витебской области. Для достижения поставленной цели использовались описательно-аналитический, сравнительно-сопоставительный методы, а также элементы статистического метода и анкетирование.

Результаты и их обсуждение. Анализ имеющегося в нашем распоряжении материала позволил сделать вывод, что существует взаимосвязь между некоторыми социальными показателями имядателя и клички, которую он выбирает для своего домашнего животного. Например, на выбор клички влияют такие социальные параметры, как гендерные различия, социальный статус, возраст, образование, род деятельности.

При анализе учитывались такие социолингвистические данные, как возраст опрашиваемых (варьировался от 16 до 73 лет), образование (большую часть информантов составляют люди со средне-специальным образованием (48%), с высшим – 44%, со средним – 7%, с базовым – 1%), профессия, гендерные различия (среди опрошенных 474 женщины и 452 мужчины).

Автором рассматривались зоонимы не только г. Витебска, которые составляют 51%, но и клички животных других населённых пунктов Витебской области, среди которых города Орша, Шумилино, Миоры, Чашники, Толочин, Бешенковичи и т.д.

Возраст имядателя влияет на выбор клички для своего питомца. Это влияние проявляется в том, что люди старшего поколения реже, чем молодёжь, склоняются к предпочтительности выбора в качестве зоонима иноязычного антропонима. Люди же молодого поколения стремятся подражать зарубежной, в частности, американской культуре. Именно поэтому их домашние питомцы носят не только имена известных иностранцев, но и названия разных предметов чужой культуры: блюд, машин и др. С другой стороны, по данным собранного материала, люди старшего поколения чаще дают нежные и ласковые клички своим домашним животным, такие, как *Бусинка, Милашка, Лучик* и т.д.

Значительное место занимает гендерное различие в отношении к такому факту городской зоонимии, как большое количество антропозоонимов, т.е. кличек животных, образованных от

имён людей [2]. Как отмечает Е.В. Гусева, женщины более терпимы и последовательны в восприятии этих кличек. Мужчины считают, что животных можно называть любым человеческим именем, но при этом очень многие из них недовольны, если слышат, например, на улице своё имя в качестве обращения к животному. Кроме того, женщины и мужчины выбирают клички для своих животных разные и по-разному.

Большое значение имеют образование и род деятельности имядателя. Так, например, информанты-гуманитарии чаще дают имена своим домашним животным со сложной мотивацией, учитывая значения иностранных апеллятивов, или стараются придумать что-то новое и оригинальное [2]. Респонденты технических специальностей чаще при номинации питомцев обращаются к совету друзей либо учитывают традиции. При этом традиционные русские кинонимы ассоциируются с непородистыми, дворовыми, даже бездомными собаками, а большинство собак, живущих в городских квартирах, – породистые животные (по крайней мере, этот вывод можно сделать на основании собранных данных: породистые собаки – **69,7%**, непородистые – **30,3%**). Традиционные же фелонимы чаще ассоциируются с породистыми (и домашними) животными, а городские кошки (даже в семьях жителей больших городов) – в основном обычные, непородистые, которые составляют **52,6%**, породистые – **47,4%**.

Заключение. Таким образом, не только имя человека обладает социальными и культурологическими параметрами. Имя домашнего животного также является определённым культурным символом, знаком, говорящим о социальной и культурной принадлежности человека, выбравшего это имя.

Список литературы

1. Бондалетов, В.Д. Социальная лингвистика: учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности № 2101 «Русский язык и литература» / В.Д. Бондалетов. – М.: Просвещение, 1987. – 160 с.
2. Гусева, Е.В. Социально-культурные факторы номинации: На материале современных городских зоонимов: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Е.В. Гусева. – М., 2005. – 220 с.

КОГНИТИВНАЯ СТИЛИСТИКА КАК СИНТЕЗ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ

В.А. Маслова

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

По своей сущности стилистика – многогранна и синтетична. Существует закон единства всего сущего в соответствии с которым, начиная со второй половины XX века, активно объединяются разные области научных знаний. Такова и стилистика, предшественниками которой была поэтика, с одной стороны, и риторика, с другой. Поэтика понималась как наука о поэзии, а риторика как наука об ораторской речи, ее центральной частью было учение о словесном выражении. Стилистика, соприкасаясь с поэтикой, исследует приемы языкового построения художественных произведений и выбора языкового знака из ряда синонимичных и др.

Актуальность ее обусловлена бурным развитием когнитивной лингвистики, которая, по образному выражению Е.С. Кубряковой, оказалась тем зонтиком, который собрал под собой множество дисциплин, связанных с усвоением и преобразованием информации (Кубрякова, 2004, с. 7): философскую теорию когниции, когнитивную психологию, когнитивную лингвистику, теорию искусственного интеллекта и др. Целью нашей работы является попытка увидеть когнитивную стилистику как синтетическую науку.

Материал и методы. Материалом для исследования являются поэтические тексты конца XX века, а методами – наблюдение, описание, семантический и дискурсивный анализы.

Результаты и их обсуждение. В современной лингвистике выделяются экспрессивная стилистика, стилистика текста, функциональная стилистика, практическая стилистика, сопоставительная стилистика и др.; отсюда видим, что интердисциплинарные исследования в стилистике очевидны, но каждая из синтезирующихся дисциплин имеет свой объект. Это в традиционной стилистике.

В связи с развитием антропологической парадигмы появились новые стилистики: на стыке с теорией интерпретации, с прагматикой, лингвокультурологией, когнитивной лингвистикой, герменевтикой и др. современными областями знаний. Например, синтез с прагматикой привел стилистику к исследованию жанров общения, что, в свою очередь, вылилось в современную жанрологию (новую область лингвистики, занимающуюся проблемами теории речевых жанров, типологией жанров и жанровых форм, жанрами в связи с культурой, языковой карти-