

АСАБЛІВАСЦІ НАМІНАЦЫІ БЕЛАРУСКІХ ПЕРЫЯДЫЧНЫХ ВЫДАННЯЎ 1930-х ГАДОЎ

Сістэма беларускай мовы, як і любой жывой мовы, знаходзіцца ў стане дынамічнага развіцця. Найбольш рухомым яе элементам з'яўляецца слоўнікавы склад. Лексіка мовы дастаткова хутка рэагуе на змены ў сацыяльнай, культурнай і іншых сферах жыцця грамадства. Гэта можна прасачыць і ў сістэме ўласных адзінак, дзе змяненні ў розных разрадах анаматалагічнай прасторы адбываюцца дастаткова нераўнамерна. Як трапіна адзначае І. В. Крукава, рэкламныя імёны¹, у адрозненні ад ядзерных уласных імён, адрознівае недаўгавечнасць, зменлівасць. Яны з'яўляюцца найбольш дынамічнай сферай мовы, адкрытай для самых розных інавацый і праяўлення модных тэндэнцый [1, л. 298–305]. Відавочна, што прэсанімія знаходзіцца ў стане перманентнага руху, пазбаўляецца ад непатрэбных або неактуальных элементаў, замяняе іх новымі (часткова або поўнасцю). Найбольш выразна названую асаблівасць можна прасачыць у рэнамінацыі беларускіх перыядычных выданняў: *Калгасная праўда* (Гарадок, 1930)² → *Большавіцкая праўда* (Гарадок, 1938) → *Сталінскі прызыў* (Гарадок, 1952) → *За высокі ўраджай* (Гарадок, 1956) → *Промень камунізму* (Гарадок, 1957) → *Гарадоцкі веснік* (Гарадок, 1991); *Большавіцкая трыбуна* (Міёры, 1944) → *Зара камунізма*³ (Міёры, 1952) → *Сцяг працы* (Міёры, 1962) → *Міёрскія навіны* (Міёры, 2002) і інш.

Папярэдні аналіз назваў беларускіх перыядычных выданняў у розных прамежкі гістарычнага развіцця грамадства сведчыць пра існаванне пэўных заканамернасцей у генетыраванні прэсанімаў. Гэтыя заканамернасці могуць праяўляцца ў структурных асаблівасцях, актуалізацыі пэўнай лексікі, у граматычнай і семантычнай арганізацыі адзінак. Яскравым прыкладам з'яўляецца перадаемнае дзесяцігоддзе.

У перыяд з 1930 г. да 1939 г. на тэрыторыі Беларусі пачалі выходзіць 730 газет і часопісаў, што складае больш за 30% ад агульнай колькасці беларускіх назваў перыядычных выданняў.

Як ужо адзначалася, прэсанімічная сістэма дастаткова хутка рэагуе на сацыяльныя змены. Так, фарміраванне новых органаў улады, узнікненне грамадскіх арганізацый адбілася і на характары намінацыі газет, часопісаў, бюлетэняў. Для 1930-х гадоў характэрна выкарыстанне лексем *большавік*, *большавіцкі*, *палітадзел*, *палітадзельскі*: *Большавік* (Капаткевічы, Любань)⁴, *Большавік ільнаводства* (Дрыса), *Большавіцкая праўда* (Гарадок), *Большавіцкі трактар* (Чавусы), *Большавіцкі сігнал* (Орша), *Палітадзелец*

¹ І. В. Крукава назвы перыядычных выданняў адносіць да рэкламных імён.

² Пры назве газеты, часопіса, бюлетэня ў дужках падаецца назва населенага пункта, у якім друкавалася перыядычнае выданне, а таксама год выхаду першага нумара пад дадзенай назвай.

³ Тут і далей назвы перыядычных выданняў прыводзяцца ў той форме, у якой яны былі зарэгістраваны.

⁴ Тут і далей пры назве перыядычнага выдання ў дужках падаецца найменне населенага пункта, у якім друкавалася газета, часопіс або бюлетэнь.

(Віцебск, Гарадок, Талачын, Тураў, Чэрыкаў), *Палітаддзельскі шлях* (Дзяржынск) і інш. Дастакова часта назвы ўзнікалі па мадэлі “*Большавік + кампанент-тапонім*”: *Большавік Барысаўшчыны* (Барысаў), *Большавік Дрыбіншчыны* (Дрыбін), *Большавік Круглянішчыны* (Круглае), *Большавік Полаччыны* (Полацк) і інш.

Акрэслены перыяд адзначаецца і шырокім выкарыстаннем у назвах газет, часопісаў, бюлетэняў ад’ектыва *сацыялістычны* (-ае, -ая), які адлюстроўваў пануючую грамадска-эканамічную фармацыю савецкага перыяду: *Сацыялістычная перабудова* (Любань), *Сацыялістычная свінагадоўля* (Мінск), *Сацыялістычны канвеер* (Мінск), *Сацыялістычны шлях* (Крычаў) і інш.

З’яўленне такой формы арганізацыі сельскагаспадарчай працы як калгас праявілася ў павышэнні частотнасці выкарыстання пры намінацыі перыядычных выданняў адзінак *калгаснік* (-ніца), *калгасны* (-ае, -ая): *Калгасная вёска* (Езьярышча), *Калгасная звязда* (Хоцімск), *Калгасная трыбуна* (Віцебск), *Калгаснік на рубяжы* (Чырвоная Слабада), *Калгасніца* (Рагачоў), *Калгасны змагар* (Бягомль) і інш. На ўзор узніклых раней назваў з кампанентам тапанімічнага характару канструяваліся найменні па мадэлі “*Калганік + кампанент-тапонім*”: *Калганік Кармяншчыны* (Карма), *Калганік Любаншчыны* (Любань), *Калганік Навадворшчыны* (Мінск), *Калганік Талачыншчыны* (Талачын), *Калганік Церахоўшчыны* (Церахоўка) і інш.

Пачатак 1930-х гадоў адзначаецца з’яўленнем каля 100 шматтыражных газет – органаў палітаддзелаў машынна-трактарных станцый і саўгасаў, якім адводзілася асаблівая роля ў камуністычным выхаванні сялян. Пераважная большасць назваў нагадвала лозунгавыя ўтварэнні з прыназоўнікам *за* ў прэпазіцыі. Вылучаюцца наступныя мадэлі:

1) “*За + назоўнік*”: *За кадры* (Мінск), *За калгас* (Рэчыца), *За лес* (Барысаў), *За грамфінплан* (Гомель, Дуброўна, Орша), *За пяршыинства* (Барысаў) і інш.

2) “*За + прыметнік + назоўнік*”: *За большавіцкі калгас* (Капыль, Крычаў, Старобін), *За большавіцкія перамогі* (Гомель, Нароўля), *За большавіцкую сяўбу* (Мінск, Чэрвень), *За здаровы паравоз* (Орша), *За калгасную сяўбу* (Полацк), *За ленінскія кадры* (Мінск), *За сацыялістычны транспарт* (Віцебск), *За ўдарны камбінат* (Орша) і інш.;

3) “*За + назоўнік + назоўнік*”: *За ўладанне тэхнікай* (Мінск), *За развіццё ільну* (Дрыса), *За сцяг першыинства* (Гомель) і інш.

Важнай задачай друку 1930-х гадоў з’яўлялася ідэйна-палітычнае выхаванне працоўных. Адным са сродкаў ідэалагічнага ўздзеяння быў рух ударніцтва – барацьбы за высокія паказчыкі ў прафесійнай дзейнасці. Гэта праявілася і ў выбары пэўных лексічных адзінак пры намінацыі перыядычных выданняў. У прэсонімах названага дзесяцігоддзя частотнымі з’яўляліся лексемы *ударнік* (-ніца), *ударны* (-ае, -ая): *Ударнік жывёлагадоўлі* (Горкі), *Ударнік калгасаў* (Мінск, Церахоўка), *Ударнік леса* (Чэрвень), *Ударнік пабудовы* (Мінск), *Ударніца* (Мінск), *Ударніца калгасных палёў*

(Гарадок, Горкі), *Ударны друкар* (Мінск) і інш. Фіксуюцца назвы-кампазіты, постпазіцыйны кампанент якіх паказвае на канкрэтную прафесійную дзейнасць асобы: *Ударнік-лугавод* (Палата), *Ударнік-свінавод* (Жлобін), *Ударнік-сувязіст* (Гомель, Крычаў), *Ударнік-хлебпёк* (Мінск), і назвы-словазлучэнні з постпазіцыйным кампанентам-тапонімам: *Ударнік Дзяржыншчыны* (Дзяржынск), *Ударнік Койданаўшчыны* (Койданава).

Асаблівасцю прэсонімаў 1930-х гадоў (ды і ўвогуле ўсёй савецкай перыёдыкі) з'яўляецца ўключэнне ў назвы перыядычных выданняў прозвішчаў асоб, якія персаналізавалі ўладу і актыўна прапагандаваліся ў прэсе. Выключнае месца займалі імёны У. І. Леніна, І. В. Сталіна (да 1956 г.). Фіксуюцца наступныя назвы, утваральнай асновай для якіх паслужылі прозвішчы (дакладней, палітычныя мянушкі) названых палітычных дзеячаў: *Ленінец* (Мінск, Пleshчаныцы), *Ленінская перамога* (Парычы), *Ленінскія заветы* (Тураў), *Па ленінскаму шляху* (Лагойск), *Сталінец Белдрэса* (Орша), *Сталінская праўда* (Петрыкаў), *Сталінскі прызыў* (Касцюковічы), *Шлях Леніна* (Мсціслаў), *Юны ленінец* (Орша, Сіроліна), *Юныя Сталінцы* (Слуцк) і інш.

Для аналізуемага перыяду характэрна ўтварэнне прэсонімаў, асновай для якіх паслужылі назвы калгасаў, саўгасаў, заводаў, іншых прадпрыемстваў, якія выдавалі газету: *Белпрамбудавец* (Мінск)⁵, *Валадарац* (Магілёў)⁶, *Камсамолец* (Паперня)⁷, *Камсамольская праўда* (Орша)⁸, *Куйбышаец* (Віцебск⁹, Мінск¹⁰) і інш.

Важную ролю ў ідэалагізацыі савецкай прэсаніміі і адпаведна ў назвах перыядычных выданняў 30-х гадоў ХХ ст. адыгрываў прыметнік *чырвоны* (-ая, -ае) у складзе двухкампаўнентных назваў. Так, каля 10% назваў 1930-х гадоў нагадваюць утварэнні “*Чырвоны* (-ае, -ая) + назоўнік”, субстантыў дастаткова часта паказвае на прафесію або род дзейнасці абстрактнай асобы: *Чырвоная газета* (Бішня), *Чырвоная зара* (Чашнікі), *Чырвоная змена* (Барысаў), *Чырвоны гарбар* (Віцебск), *Чырвоны гравейнік* (Мінск), *Чырвоны гутнік* (Бабруйск), *Чырвоны калектывіст* (Бялынічы), *Чырвоны ліцейшчык* (Магілёў), *Чырвоны мукамол* (Мінск) і інш.

Структурна-граматычны аналіз назваў названага перыяду сведчыць, што асноўная частка прэсонімаў належыць да бікампаўнентных адзінак (утвораных па мадэлях “прыметнік + назоўнік”, “назоўнік + назоўнік”). Радзей сустракаюцца назвы, якія адносяцца да аднакампаўнентных найменняў, выражаных субстантывам, або полікампаўнентных утварэнняў (мадэлі “прыметнік + прыметнік + назоўнік”, “назоўнік + прыметнік + назоўнік”).

⁵ Заснавальнік: Орган парткома і прафарганізацыі Белпрамбуда.

⁶ Заснавальнік: Орган партбюро і фабкома Магілёўскай швейнай фабрыкі імя Валадарскага.

⁷ Газета палітадзела і рабачкома саўгаса “Камсамолец” Мінскага раёна.

⁸ Газета палітадзела і рабачкома свінаводсаўгаса “Камсамольская праўда” Багушэўскага раёна

⁹ Заснавальнік: Орган партбюро, камітэта ЛКСМ Беларусі і фабкома Віцебскага камбіната імя Куйбышава.

¹⁰ Заснавальнік: Орган партбюро, фабкома і дырэкцыі Мінскай скургалантарэйнай фабрыкі імя Куйбышава.

Такім чынам, 1930-я гады з'яўляюцца дастаткова спецыфічным этапам у развіцці беларускай прэсаніі, для якога характэрна перавага палітычна маркіраванай лексікі, адметныя структурныя і граматычныя асаблівасці.

1. Крюкова, И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : дис. ... д-ра филолог. наук : 10.02.19 / И. В. Крюкова; Волгоградский гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2004. – 360 л.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ