

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

СЛОВО В ЯЗЫКЕ, РЕЧИ, ТЕКСТЕ

Электронный сборник научных трудов
Международной студенческой научной конференции

Брест, 15 мая 2026 года

Брест
БрГУ имени А. С. Пушкина
2026

ISBN 978-985-22-0918-2

© УО «Брестский государственный
университет имени А. С. Пушкина», 2026

Об издании – [1](#), [2](#)

1 – сведения об издании

УДК 811.161.1(082)

ББК 81.2Рус

Редакционная коллегия:

О. А. Фелькина (отв. ред.), **О. Б. Переход**

Рецензенты:

доцент кафедры профессионального развития работников образования

ГУО «Брестский областной институт развития образования»

кандидат филологических наук, доцент **В. А. Сеньковец**

заведующий кафедрой белорусского и русского литературоведения и журналистики

УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

кандидат филологических наук, доцент **Л. В. Скибицкая**

Слово в языке, речи, тексте : сб. науч. тр. Междунар. студен. науч. конф., Брест, 15 мая 2026 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: О. А. Фелькина (отв. ред.), О. Б. Переход. – Брест : БрГУ, 2026. – **302 с.** –

URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10498>.

ISBN 978-985-22-0918-2.

В сборник вошли материалы докладов, посвященные вопросам функционирования слова в языковой системе, в речевой практике, в научных, публицистических и художественных текстах. Статьи представлены на русском и белорусском языках.

Адресуется широкому кругу читателей – студентам, аспирантам, преподавателям, учителям, научным работникам.

Разработано в pdf-формате.

УДК 811.161.1(082)

ББК 81.2Рус

Текстовое научное электронное издание

Системные требования: тип браузера и версия любые; скорость подключения к информационно-телекоммуникационным сетям любая; дополнительные надстройки к браузеру не требуются.

© УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 2026

[ВПЕРЕД](#)

2 – производственно-технические сведения

- Использованное ПО: Windows 10, Microsoft Office 2022;
- ответственный за выпуск Ж. М. Селюжицкая, корректор О. Г. Хадыева, технический редактор О. Г. Хадыева, компьютерный набор и верстка О. А. Фелькина;
- дата размещения на сайте: 24.10.2026;
- объем издания: 2,49 МБ;
- производитель: учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 224016, г. Брест, ул. Мицкевича, 28. Тел.: 8(0162) 21-70-55. E-mail: rio@brsu.by.

[ВПЕРЕД](#)

СОДЕРЖАНИЕ

Агаева Р. М. Драма бессознательного в рассказах А. П. Чехова и Л. Н. Андреева	9
Аніперавы М. В. Моўна-стылістычнае багацце паэмы А. Белабоцкага «Пентатэўгум» у кантэксте барочнай эстэтыкі XVII ст.	12
Анкудовіч Я. С. Образная система малой прозы как средство создания внутреннего мира человека в лирических эссе Ирины Фоминой	16
Ахмедова П. О. Термины и сленг в профессиональной речи медиков	19
Базеева О. А. Морфологические средства выразительности в рекламных сообщениях	22
Базеева О. А. Синтаксические особенности белорусской интернет-рекламы	26
Балакирева М. Н. Формирование нравственных идеалов у школьников при изучении произведений А. П. Чехова	30
Баюрова В. П. Функционирование молодежного сленга в СМИ Беларуси (на примере газеты «Знамя юности»)	33
Билецкая А. А. Слово как объект эксперимента футуристов: историко-культурный контекст	36
Брышцен С. В. Эпітэты ў байках Эдуарда Валасевіча	40
Васілевіч Г. Д. Янка Маўр як першаадкрывальнік прыгодніцкай тэмы ў нацыянальнай літаратуры	44
Веремейчик С. А. Языковые средства создания образа отца в русских фразеологизмах и поговорках	48
Вечорко А. А. Номинационные ряды персонажей романа Е. Водолазкина «Лавр»	51
Володько А. М. Структурно-композиционная специфика пресс-релизов БГУ	55
Гончарик А. Э. Словообразовательная языковая игра в геортонимии Беларуси	60
Горнак А. В. Несловарные прилагательные в современном интернет-общении	63
Грицук А. Е. Этимология неологизмов в области цифровой экономики ..	66
Гуга Д. Н. Изучение ударения в школьном курсе русского языка (V и X классы)	70

Гурбановіч Я. І. Мянуска як ацэначна-характарыстычны сродак у размоўна-бытавым дыскурсе	73
Дабралинская А. А. Сацыяльныя тыпы ментальнасці ў рамане У. Караткевіча «Каласы пад сярпом тваім»	78
Дудко Д. А. Эпітэты ў прозе Максіма Багдановіча.....	82
Завіноўская Ю. Р. Антрапаморфны код культуры ў мікратапаніміі Брэстчыны	86
Завіноўская Ю. Р. Уласныя імёны ў структуры мікратапаніміі Брэсцкай вобласці	90
Задояная М. В. Перифраз как вторичная номинация (на примере русскоязычных печатных медиа).....	94
Зиневич К. С. Интерпретация духовного восхождения в прозе Н. В. Гоголя.....	98
Зубарик Д. С. Языковые модели в современной журналистике: кейсы автоматизации и анализа информации	101
Кахрамонова Х. М. Проблема жертвенности и святости любви в трактовке А. И. Куприна на материале повести «Гранатовый браслет»	105
Кацевич А. А. Способы номинации массовых мероприятий Беларуси...	108
Кацевич А. А. Экстралингвистические характеристики идеонимов Беларуси (по результатам социолингвистического эксперимента).....	112
Кириллова К. Г. Трансформация слова в структуре и семантике романа Е. Замятина «Мы»	118
Коваленко А. О. Использование краеведческого материала Брестчины на уроках развития связной речи.....	122
Коминч Я. И. Фразеологические единицы с компонентами, противоположными божеству, в русском языке.....	125
Корень О. В. Проблемы изучения раздела «Лексикология» в 5 классе общеобразовательной школы.....	128
Кучук Л. А. Анамастычная прастора гаворкі вёскі Камень Пінскага раёна	132
Кылыч Д. О русских заимствованиях в турецком языке.....	136
Леонтьук М. В. Языковые средства объективации цвета и света в творчестве И. А. Бунина (на материале сборника «Темные аллеи»).....	139

Лименько М. М. Формирование речи младших школьников посредством использования приема сторителлинга при чтении произведений И. С. Соколова-Микитова.....	142
Логусева Н. А. Способы формирования речевых способностей младших школьников с помощью технологии подкастов при изучении биографии и творчества Ю. С. Энтина.....	145
Лукьянюк А. В. Концепт «дом» по данным Национального корпуса русского языка: анализ коллокаций	147
Макарова А. В. Семантические трансформации модных слов в рекламе образовательных программ и курсов	153
Марачук А. С. Специфика непрямого перевода библионимов с итальянского языка на русский.....	157
Мельнік С. В. Лексема <i>радасць</i> : структура і семантика	161
Наливко М. А., Соколюк И. Д. Речевой портрет Михаила Питунина в трагикомедии М. Хейфеца «Спаси камер-юнкера Пушкина»	165
Нушчык М. С. Францішак Багушэвіч – адвакат народа і прарок нацыянальнага адраджэння	167
Раманюк У. І. Жанрава-тэматычны дыяпазон паэзіі Л. Дайнекі	171
Рокитская П. А. Структура и содержание концепта «Иностранец» в языковом сознании жителей Брестчины.....	175
Рокотюк В. К. Instagram как площадка для продвижения белорусской компании Mark Formelle	179
Романовская М. В. Технологии продвижения индустрии моды Республики Беларусь	183
Рудзь А. У. Матывацыйныя характарыстыкі мікратапонімаў Іванаўскага раёна.....	187
Сацук Ю. А. Объективация тематического мотива «информация» в именах собственных телепрограмм.....	191
Сацута П. П., Кинах В. А. Перевод фразеологизмов с соматическим компонентом (на примере русского и английского языков)	195
Семенюк Е. Л. Семантика и этимология орнитонимов – номинаций мелких хищных птиц в русском и английском языках	198
Сероокая В. О. Черный цвет в картине поэтического мира А. А. Блока.....	202
Сивак М. Ю. Передача имен собственных при переводе «Книги джунглей» Р. Киплинга на русский язык.....	206

Сівак М. Ю. Паэтанімікон гістарычнай прозы Анатоля Бензерука і Мікалая Плавінскага	208
Скореход П. А. Функционально-стилевые различия в авторских переводах	212
Смычкова Е. Д. Устойчивые сравнения с мужскими и женскими антропонимами в русском языке	215
Супринович П. С. Семантические особенности паремиологических единиц в русском и японском языках	218
Сюэ Чжэньин Роль социальных медиа и цифровых платформ в формировании новых коммуникационных моделей в Беларуси и Китае (сравнительный анализ)	222
Талатынник М. А. Система внеклассной работы по русскому языку в 5 классе общеобразовательной школы.....	225
Талатынник М. А. Культурна-гістарычная спецыфіка антрапанімікону радзімазнаўчай літаратуры Алеся Марціновіча.....	229
Ткачук А. А. Эпітэты ў вершах Максіма Багдановіча	233
Товпик Д. С. «Письма из Франции» Д. И. Фонвизина: особенности жанра	237
Товпик Д. С. Жанровое своеобразие памфлета «Всеобщая придворная грамматика» Д. И. Фонвизина	241
Токарчук А. Д. Концепт «образование» в русской языковой картине мира	245
Цяо Цзымей Рекламные стратегии продвижения китайских брендов в белорусских средствах массовой информации	249
Чиж М. Д. Формы и методы реализации белорусского национально-культурного компонента в преподавании русского языка в средних и старших классах	253
Шерешко А. А. Лексико-семантическое поле «скорость» в банковском рекламном дискурсе: структурно-семантический аспект.....	256
Шпаковская А. А. Лондонский текст в романе А. С. Пушкина «Евгений Онегин»	260
Шпанчук Е. В. Фонетическая языковая игра в текстах сэтэратуры	263
Шульга И. П. Реинтерпретация чеховского сада в современной русской драматургии.....	267
Шэнь Цзячэн О китайских заклинаниях увещательного характера.....	270

Юрчик Э. Н. Наименования лиц женского пола в рассказах А. П. Чехова	273
Юхимук С. В. Имена святых и библейских персонажей в поэзии Серебряного века.....	277
Юшко С. В. Инструменты продвижения белорусских компаний в социальной сети ТикТок.....	280
Янминчева-Маркова Н. В. Историко-культурный фон русских и английских фразеологических единиц	284
Ярмольчык Д. С. Дыялектызмы ў рамане Георгія Марчука «Кветкі правінцыі».....	288
Ярмолюк З. В. Имена собственные как маркеры исторической достоверности в романе Г. Яхиной «Эшелон на Самарканд».....	292

Р. М. АГАЕВА

Шымкент, ЮКПУ имени У. Жанибекова

Научный руководитель – Абдыханов У. К., канд. филол. наук, проф.

ДРАМА БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО В РАССКАЗАХ А. П. ЧЕХОВА И Л. Н. АНДРЕЕВА

Тема детства в русской литературе рубежа XIX–XX вв. традиционно рассматривается в русле социальной проблематики. Однако за внешними атрибутами бытового неблагополучия – тяжелым трудом и отсутствием прав – скрывается более глубокий пласт: драма бессознательного, разворачивающаяся в душах маленьких героев. Обращение к рассказам А. П. Чехова «Ванька» [2] и Л. Н. Андреева «Петька на даче» [1] позволяет проанализировать, как авторы, используя разные художественные стратегии, фиксируют конфликт между внутренним миром ребенка и подавляющей его реальностью.

В этих произведениях бессознательное проявляется через пограничные состояния героев. У А. П. Чехова оно воплощено в эпистолярных грезах и финальном сне Ваньки Жукова, где граница между невыносимым настоящим и желанным прошлым стирается в акте наивной веры. У Л. Н. Андреева драма бессознательного принимает форму физиологического и психологического надлома: десятилетний Петька, превращенный в «состарившегося карлика», лишь в пространстве природы обретает доступ к своему истинному «Я», которое в городе было вытеснено механической рутиной.

Целью данной работы является исследование механизмов художественного воплощения подсознательных процессов – снов, воспоминаний и инстинктивных реакций – как формы протеста детской души против «омертвления» жизни. Для достижения цели решаются задачи по анализу композиционных приемов (кольцевая структура у Андреева и рождественский подтекст у Чехова), которые подчеркивают фатальность разрыва между внутренним миром ребенка и враждебным внешним пространством.

Углубленный анализ художественного воплощения образа ребенка в рассказах А. П. Чехова и Л. Н. Андреева позволяет обнаружить сложную драму бессознательного, где внешняя социальная эксплуатация служит лишь триггером для глубоких деструктивных процессов в детской психике. У Леонида Андреева в «Петьке на даче» эта драма манифестируется через феномен психосоматического замещения: десятилетний герой не просто страдает от труда, он утрачивает саму психофизиологическую идентичность ребенка. Автор доводит описание до физиологического предела, изображая «состарившегося карлика» с «тоненькими морщинками», что является

художественным свидетельством вытеснения живого «Я» механической рутиной городского быта. Это «мертвое» состояние прерывается лишь в момент соприкосновения с природой, которая выступает как архетипическая исцеляющая сила. В пространстве дачи бессознательное Петьки переживает катарсис: разглаживание морщин и пробуждение жажды игр свидетельствуют о временном возвращении подавленного детского начала. Однако кольцевая композиция рассказа, возвращающая героя в «серый ад» парикмахерской, подчеркивает фатальность этого процесса – кратковременный выход бессознательного к свету лишь обостряет последующую травму возвращения к «грязной ручонке» и смирению.

В свою очередь, Антон Чехов в рассказе «Ванька» исследует драму бессознательного через призму сублимации и эскапизма. В отличие от Петьки, чей внутренний мир пробуждается внешним стимулом (поездкой), Ванька Жуков выстраивает внутреннюю защиту через эпистолярную форму и воспоминания. Его бессознательное переполнено «пугливыми оглядками» и страхом перед наказанием за естественные биологические реакции, такие как сон при качании люльки. Чехов виртуозно показывает, как детская психика пытается спастись в пространстве «рождественской сказки» – деревня в сознании Ваньки лишена реальных бытовых тягот и представлена как идеализированное пространство тепла и защищенности. Кульминацией драмы становится пресловутый адрес «на деревню дедушке», который является не просто детской наивностью, а символом герметичности внутреннего мира героя: его крик о помощи (бессознательный порыв к спасению) изначально обречен на некоммуникабельность. Финальный сон Ваньки – это высшая точка психологической драмы; это состояние «забытия», где бессознательное торжествует над реальностью, предоставляя герою иллюзорное счастье, в то время как читатель осознает неизбежность его дальнейших страданий.

Сравнительный анализ показывает, что оба автора используют мотив контраста пространств как проекцию душевного состояния героев. Город в обоих текстах выступает не просто как локация, а как метафизическое «царство смерти», где социальное равнодушие взрослых (хозяев или «образованных» господ у Л. Н. Андреева) окончательно подавляет волю ребенка. Драма бессознательного в этих рассказах заключается в том, что даже такие проблески человечности, как сочувствие подмастерья Николки у Л. Н. Андреева, не способны разорвать замкнутый круг. И А. П. Чехов, и Л. Н. Андреев приходят к выводу, что в условиях системы, игнорирующей естественные права ребенка, подлинная личность маленького человека может существовать лишь в пограничных состояниях – в воспоминаниях, снах или кратковременных вспышках радости, которые неизбежно гаснут под давлением враждебной действительности. Таким

образом, образы Ваньки и Петьки становятся зеркалом не только общественной несправедливости, но и глубокого экзистенциального одиночества человека перед лицом равнодушного мира.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать вывод, что рассказы «Ванька» А. П. Чехова и «Петька на даче» Л. Н. Андреева представляют собой глубокое художественное исследование трагедии «украденного детства», выходящее за рамки простого социального очерка. Сравнительный анализ показал, что драма бессознательного в обоих рассказах реализуется через конфликт между внутренними потребностями ребенка в любви и свободе и деструктивным влиянием среды. Если у Чехова акцент сделан на психологической безысходности и крахе рождественской надежды, запечатленном в символическом и заведомо ложном адресе «на деревню дедушке», то Андреев выстраивает повествование на резком физиологическом контрасте, где временное пробуждение души героя на природе сменяется фатальностью возвращения в «серый ад» города. Оба автора приходят к единому гуманистическому заключению: социальная неустроенность и равнодушие взрослого мира не просто эксплуатируют ребенка, а превращают его жизнь в замкнутый круг страданий, лишая естественного права на развитие и заменяя живую личность маской преждевременного старения.

Художественное мастерство писателей позволило им создать образы, в которых личная драма маленького человека становится зеркалом глобальной общественной несправедливости и экзистенциального одиночества. Актуальность данных произведений сегодня не ослабевает, так как они служат важным моральным ориентиром, предостерегая общество от превращения человеческих отношений в механическую рутину. Трагедия Ваньки и Петьки напоминает современному читателю, что истинное милосердие заключается в деятельной ответственности за судьбу тех, кто слабее, а литература остается важнейшим инструментом формирования совести и гуманности. Таким образом, драма бессознательного в рассказах Чехова и Андреева манифестирует крах системы, в которой ребенок может быть счастлив лишь в иллюзорном пространстве сна или мимолетного воспоминания.

Список использованной литературы

1. Андреев, Л. Н. Петька на даче / Л. Н. Андреев // Интернет-библиотека Алексея Комарова. – URL: <https://ilibrary.ru/text/2155/p.1/index.html> (дата обращения: 15.04.2026).
2. Чехов, А. П. Ванька / А. П. Чехов // Интернет-библиотека Алексея Комарова. – URL: <https://ilibrary.ru/text/983/p.1/index.html> (дата обращения: 15.04.2026).

[К содержанию](#)

М. В. АНІПЕРАВА

Мінск, БДУ

Навуковы кіраўнік – М. І. Свістунова, канд. філал. навук, дацэнт

**МОЎНА-СТЫЛІСТЫЧНАЕ БАГАЦЦЕ
ПАЭМЫ А. БЕЛАБОЦКАГА «ПЕНТАТЭЎГУМ»
У КАНТЭКСТЕ БАРОЧНАЙ ЭСТЭТЫКІ XVII СТ.**

Барока як асобная гістарычная эпоха займае асаблівае месца ў гісторыі еўрапейскай культуры, бо вызначаецца прыкметнымі зменамі ў сістэме мастацкага мыслення і моўнага выяўлення. Барочная свядомасць фарміравалася ва ўмовах інтэнсіўных гістарычных трансфармацый, што абумовіла аўтарскую схільнасць да складанасці, кантраснасці і шматпланавасці. Моўна-стылістычнае багацце твораў гэтай эпохі – вынік узаемадзеяння розных культурных і моўных пластоў: кніжнай і народнай традыцый, высокай сакральнай і зніжанай размоўнай лексікі, рытарычнай узнёсласці і натуралістычнай канкрэтыкі. Такая поліфанічнасць мовы адпавядае агульнай эстэтыцы барока, што імкнулася адлюстраваць складанасць і супярэчлівасць свету.

Паэма А. Белабоцкага «Пентатэўгум», у якой разгортваецца паказ апакаліптычнай і эсхаталагічнай карціны свету, – яскравы прыклад «высокага штылю» барока. Апроч спалучэння розных пісьмовых традыцый, адметнасцю мовы твора з'яўляецца сінтэз спецыфічных лексічных і стылістычных пластоў. У паэме гэта праяўляецца ў трансляцыі кніжнай традыцыі з элементамі жывых народных гаворак, у багатым выкарыстанні сродкаў мастацкай выразнасці, у імкненні аўтара да максімальнай вобразнасці і нагляднасці апісанняў.

У творы цікавасць уяўляе спалучэнне «высокага» і «нізкага» стыляў, што прадстаўляе мову паэмы як дынамічную сістэму. Гэтае спалучэнне адлюстроўвае моўную сітуацыю XVII ст., калі існавала выразная дыгласія: царкоўнаславянская мова функцыянавала ў сферы рэлігіі і высокай культуры, а жывое народнае маўленне – у паўсядзённасці. У тэксце адзначаныя намі пласты ўзаемадзеінаюць: побач з кніжнымі канструкцыямі (*богом буди хранимая* [1, с. 44], *правыя судия славы* [1, с. 47], *одесную того ставят, а ошуюю другого* [1, с. 48], *юдоль пропасти* [1, с. 49], *страсти гегенны* [1, с. 52] і інш.) ужываюцца канкрэтныя і нават грубаватыя словы народнага паходжання (*на спине грязныи рогожи* [1, с. 53], *порчь сподобие подливка* [1, с. 55], *з грибом зверсталася* [1, с. 62] і інш.). Так, у паэме высокая мова абслугоўвае сферу боскага і вечнага, зніжаная выкарыстоўваецца для апісання сферы чалавечага, цялеснага і грэшнага.

Такая інтэрферэнцыя сведчыць не пра стылістычную неаднароднасць, а пра свядомую аўтарскую мастацкую стратэгію, уласцівую барочнай літаратуры.

У паэме А. Белабоцкага зніжаная лексіка не ўтварае замкнёнага і аднароднага пласта, бо яе спецыфіка вызначаецца не столькі ўнутранымі ўласцівасцямі слова, колькі функцыянаваннем у канкрэтным мастацкім кантэксце. Значная частка лексічных адзінак, якія ў сучасным успрыманні могуць кваліфікавацца як «нізкія», у моўнай сістэме XVII ст. не мела выразнай стылістычнай маркіраванасці і належала да агульнаўжывальнага фонду. Іх зніжаная семантыка актуалізуецца пераважна кантэкстуальна (у нашым выпадку праз уключэнне ў апісанні агульнай карціны пекла і праз супрацьпастаўленне высокай кніжнай лексіцы). Менавіта ўзаемадзеянне гэтых рознастылёвых элементаў стварае характэрны для барока эффект кантрасту, пры якім «нізкае» не проста становіцца ў апазіцыю «высокаму», але робіцца неабходным сродкам яго ўзмацнення. У выніку цялеснае, побытавае і натуралістычнае набывае функцыю дэманстрацыі марнасці, грэшнасці і дэсакралізацыі чалавека, у той час як кніжнае і сакральнае задае духоўна-ідэалагічны вектар чытацкай інтэрпрэтацыі.

Самая шырокая тэматычная група ў паэме – танаталагічная лексіка. Яе аснову складаюць словы і выразы, непасрэдна звязаныя з канцэптам смерці, пахавання, вечнай кары і загробнага існавання: *гибель, гроб, кончина, мертвече, погибель, смерть, умерети* і інш. (101 – тут і далей у круглых дужках паказана агульная колькасць адзінак групы). Гэтыя адзінкі маюць пераважна кніжнае паходжанне і ўваходзяць у традыцыйную сістэму хрысціянскай эсхаталагічнай вобразнасці. Спецыфіка танаталагічнай лексікі ў творы заключаецца ў тым, што яна пастаянна ўзаемадзеінічае з барочным прынцыпам кантрасту. Побач з высокімі кніжнымі намінацыямі смерці паэт выкарыстоўвае словы і выразы, якія набываюць кантэкстуальна зніжаны характар: *смерть проглотит; смерть <...> вяжет веревку с крепких лык* [1, с. 46] і інш. Тут смерць паказваецца не як абстрактная тэалагічная катэгорыя, а як актыўная разбуральная сіла (нават персаніфікаваная), што паглынае чалавека. Твору ўласціва асаблівая дынамізацыя пахавальнай семантыкі праз дзеяслоўныя формы: *згорюет, мучатся, осуждает, умерети*.

У кантэксце эстэтыкі барока танаталагічная лексіка стварае апакаліптычную атмасферу ўсеагульнай катастрофы і фарміруе кантраст паміж зямным і вечным, жыццём і смерцю, грахам і магчымым збавеннем. Таму ў паэме часта сустракаюцца гіпербалізаваныя вобразы вогненнага полымя, бяздоннай прорвы, бясконцых мук і незлічоных мерцвякоў.

Сярод уласна стылістычна зніжанай лексікі можна вылучыць наступныя тэматычныя групы ў залежнасці ад частотнасці ўжывання адзінак і асобных словазлучэнняў:

1) цялесна-фізіялагічныя назвы (49):

– анатамічна-працэсульныя (35) – базавы намінацыйны пласт, што «разбірае» чалавека на фізічныя элементы і пазбаўляе яго цэласнасці як духоўнай істоты: *Тьмы в очах глубокия, мозг расплылся головою / Ребра изсохли голыя, попираются ногою* [1, с. 45]; *Порчь смесивши, пить ти дает, утробу ти прегрызает* [1, с. 46]; *Не светит тамо нимало, токмо жрет тело с душами* [1, с. 54];

– сэнсарныя, звязаныя з фізічнымі адчуваннямі – густам, дотыкам, пахам (14): *Смрадом своим всех отгонишь, заткнут нос и уста себя* [1, с. 45]; *В рот им лют место вина кисель дехтяной довольно* [1, с. 55];

2) кулінарныя і бытавыя назвы з элементамі «нізкага натуралізму» (36): *Шумят, громят пыток зборы, веревки, цепи, вериги, / Кнуты, пилы и топоры, ножи, мечи, кола, кругии* [1, с. 53]; *Рожнов много и сковород, бань, печей розжженных, / Бритов острых, кипящих вод, жир пльвёт, что з лавок мясных* [1, с. 56]; *Кудерки их и чупрунки станут с болем колтунами* [1, с. 57];

3) натуралістычна-біялагічныя назвы (21): *Жити будут, господине, караулить, змей с ужами* [1, с. 45]; *В гробе твоём вся гадина, черви, мыши с легушками* [1, с. 45];

4) прасторава-побытавыя назвы, якія апісваюць пекла праз прадметы чалавечай штодзённасці (18): *Порчь сподобие подливка на их преславней пирушке* [1, с. 55]; *Бритов острых, кипящих вод, жир пльвёт, что з лавок мясных* [1, с. 56];

5) інвектыўныя і ацэначна-зніжаныя назвы, што фарміруюць непасрэдную ацэнку і маюць выразны прапаведніцкі характар (11): *Стучит смерть, человек бѣдный горько жизнь свою кончает* [1, с. 45]; *Что ся вертишь, чего стоишь, человеце окаянный* [1, с. 54]; *Не изыдешь, доколь живий, оттуду, иди, грешниче* [1, с. 54]; *Не стой, глупче, забавися беседою со звѣздами* [1, с. 58].

Сярод лексікі з негатыўнай канатацыяй асобную і вельмі значную групу складае інвектыўна-маральная, якая маркіруе грахоўнасць і сацыяльную дэвіяцыю: *скупым, блудником, содомищиком, лгунцим, татям, изменщиком, бунтовщиком, ссорищиком, насильником, ябедником, еретиком, раскольником* і інш. Гэтая лексіка ўжо сама па сабе выразна ацэначная і функцыянуе ў прапаведніцкім дыскурсе з мэтай асуджэння чалавека за яго няправедныя ўчынкі. Яна не толькі насычае тэкст «жахлівымі» намінацыямі, але структурыруе мастацкі свет у іерархічную сістэму і арганізоўвае эмацыянальную перспектыву, служачы галоўным інструментам барочнай экспрэсіі.

Так, стылістычна зніжаная лексіка ў паэме выступае як дынамічны, функцыянальна абумоўлены кампанент барочнай паэтыкі, што рэалізуецца праз кантэкст, семантычныя зрухі і супрацьпастаўленні. Такая лексіка выконвае некалькі ключавых задач: 1) канкрэтызуе і «матэрыялізуе»

ў наглядных, амаль фізічна адчувальных карцінах абстрактных эсхаталагічных паняцці; 2) узмацняе дыдактычны эффект, бо барочная культура арыентавана не толькі на рацыянальнае пераконванне, але і на эмацыянальны шок, таму вобразы смраду, гніення і пакут павінны выклікаць страх і агіду, што набліжаюць рэцыпіента да маральнага самаўсведамлення. Размоўныя элементы надаюць тэксту эффект непасрэднасці і «прысутнасці», нібы чытач робіцца сведкам жывой сцэны.

Прыцягваюць увагу і параўнанні, стылістыка якіх утрымлівае адпаведныя зніжаныя побытавыя і натуралістычныя вобразы. У сказе «*Чреву есте работали, с брюхом ходя, что с бочкою*» [1, с. 50] выразна дэманструецца зніжаны, амаль сатырычны характар барочнага параўнання. Чалавек, які служыць свайму «чреву», параўноўваецца з тым, хто ходзіць з бочкай (ствараецца маралізатарскі падтэкст праз асуджэнне чрэваўгоддзя). Такі вобраз належыць да побытава-гаспадарчай сферы і мае грубавата-камічнае адценне. Тут адбываецца гіпербалізацыя фізічнасці, калі жывот прадстаўляецца як вялікі, цяжкі, чужародны прадмет.

У другім сказе «*Язык яко пес высунул, назад в рот втянуть не может*» [1, с. 55] спалучаюцца кніжная форма *яко* і вобраз *пес*. Падобнае параўнанне мае негатыўную канатацыю ў хрысціянскай традыцыі, дзе сабака належаў да «нячыстай жывёлы» (важна адзначыць, што прычына такога падзелу ў Бібліі хаваецца не ў анталагічнай прыродзе саміх такіх жывёл, але ў прыродзе чалавека, скажонай і хворай на грахі), якую нельга было есці і выкарыстоўваць у ахвярапрынашэнні. Фізічная дэталізацыя высунаўшага языка ўзмацняе натуралізм і выклікае ў чытача канкрэтнае непрыемнае ўяўленне. Адпаведна, параўнанне дэманструе прыніжэнне чалавека і страту ім годнасці (бо ў іерархічным плане сабака, як і любая іншая жывёла, – ніжэйшая ў параўнанні з чалавекам істота і падпарадкавана яму).

Такім чынам, паэма А. Белабоцкага «Пентатэўгум» вылучаецца надзвычайным моўна-стылістычным багаццем, што абумоўлена гістарычнай моўнай сітуацыяй XVII ст. і барочнай эстэтыкай. У творы арганічна спалучаюцца кніжная і народная лексіка, высокі і зніжаны стылі, што стварае выразны кантраст і шматпланавасць мастацкага выказвання. Так, мова паэмы выступае не толькі сродкам перадачы зместу, але і інструментам уздзеяння на чытача, фарміруючы яркую, кантрасную і сімвалічную карціну свету.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Горфункель, А. Х. «Пентатэўгум» А. Белобоцкага (Из истории польско-русских литературных связей) / А. Х. Горфункель // Труды Отдела древнерусской литературы. – М.–Л. : Наука, 1965. – Т. 21. – С. 39–64.

[К содержанию](#)

Я. С. АНКУДОВИЧ

Брест. БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Г. А. Веремеюк, старший преподаватель

ОБРАЗНАЯ СИСТЕМА МАЛОЙ ПРОЗЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ВНУТРЕННЕГО МИРА ЧЕЛОВЕКА В ЛИРИЧЕСКИХ ЭССЕ ИРИНЫ ФОМИНОЙ

Ирина Степановна Фомина (род. 1969 г.) – брестский прозаик, член Союза писателей Беларуси, автор книг «Мимолетности» (2023) и «Вероятности» (2025), лауреат Национальной литературной премии «Золотое перо Руси» (2025) в номинации «Проза». Ее творчество представляет собой уникальный сплав лирической миниатюры, философского эссе и поэтической зарисовки, где образная система становится главным инструментом воссоздания сложного, многомерного внутреннего мира современного человека. Малая проза Ирины Фоминой – это душевные заметки о жизни, событиях, о том, что автор видит и чувствует. За внешней сдержанностью и лаконичностью формы скрывается уникальный художественный метод. Образы в малой прозе Ирины Степановны – не просто иллюстрация чувств, а тонкие нити-переплетения их спектра, пронизывающие творчество автора.

Для лингвистического анализа мы выбрали сборник лирических эссе «Мимолетности». Эта книга – уникальное явление современной прозы, где малая форма становится пространством языкового исследования.

Именно метафора, на наш взгляд, – ключ к пониманию смысла того или иного текста. С точки зрения теории концептуальной метафоры, Ирина Фомина не описывает эмоции прямо, а находит для них зримые, осязаемые, звучащие эквиваленты: душевная жизнь предстает как колеблющееся пламя, ночная вспышка, паутина в росе или шум дождя. Концептуальная метафора – это соответствие между областью источника и областью цели, фиксированные в языковой и культурной традиции общества [1, с. 11]. Так, у Ирины Фоминой душа – пламя свечи, совесть – барометр, творчество – водная стихия. Автор не просто сравнивает, а последовательно описывает всю «механику» внутренней жизни в терминах конкретных, зримых образов.

В основе книги, на наш взгляд, прослеживается образ души-свечи. Именно этот мотив формирует общую тональность сборника. В первой же миниатюре разворачивается концептуальная метафора: *...Душа мечется как пламя свечи на ветру* [2, с. 4]. Это не просто сравнение, а целый сценарий. Образ развивается через противопоставление: *...Другие горят ровно, уверенно, тянутся вверх, никакой ветер им не страшен. Моя же извивается*

в постоянных раздумьях, растерянно наклоняется, каждое колебание воздуха вызывает резонанс и неустойчивость [2, с. 4]. Глагол мечется передает внутреннюю тревогу человека, который не может найти покоя. А выражение «каждое колебание воздуха вызывает резонанс и неустойчивость» помогает почти физически ощутить, как любой пустяк извне выбивает душу из равновесия. Дальше сценарий становится напряженным. Капли воска сравниваются со слезами, которые одновременно «обжигают и согревают». Здесь снова сталкиваются противоположные ощущения, и это передает сложность душевной боли – она и мучает, и странным образом нужна. В конце эссе звучит непреложная истина: *...В такой вот неуверенной нерешительности, она сгорает быстрее других. Значительно быстрее...* [2, с. 4]. Многоточие создает недосказанность, как будто человек задумался. Но ты ясно понимаешь и соглашаешься с автором в том, что душа-свеча, которая живет на полную, не жалея себя, горит ярче, но и сгорает намного быстрее других.

Раскрывая грани внутреннего мира человека, автор обращается к образу водной стихии, передающему состояние вдохновения. Ключевым здесь является «водоворот», который «затягивает» [2, с. 5]: он совмещает в себе манящую глубину и опасность утраты контроля. Субъект в этой картине – не активный творец, сознательно управляющий замыслом, а объект захваченности. Вдохновение настигает помимо воли, и сопротивляться ему бесполезно. Процесс для автора самодостаточен: *«Совершенно не важно, увидит ли кто результат. Мне интересен сам процесс»* [2, с. 5]. При отсутствии этого состояния «жизнь кажется пресной». Вкусовой эпитет «пресный» приравнивает творчество к самому вкусу жизни, без которого существование утрачивает остроту и смысл.

Наряду с динамикой вдохновения, в сборнике важное место занимает осмысление книг как вех судьбы, что переводит разговор в автобиографический план: *Есть книги как вехи... Иная познакомила, позже и подружила меня с автором. Есть те, которые не только знаний добавили, но и полностью перевернули мое осознание себя* [2, с. 7]. Олицетворения (книга способна «познакомить», «подружить») и пространственная метафора («перевернули осознание») указывают на радикальную личностную трансформацию. В этом контексте книга представляет собой не просто текст, а значимое событие внутренней биографии, способное стать поворотной точкой, которая меняет траекторию развития души.

Не менее значимой оказывается и артефактная метафора, с помощью которой Ирина Фомина описывает нравственное чувство. В эссе «Мимолетностей» нравственное чувство осмысляется через артефактную метафору – сравнение совести с точным прибором, например, «барометром неискренности» [2, с. 10]. Этот образ, взятый из мира вещей, созданных

человеком, позволяет сделать совесть почти физически ощутимой. У автора этот «индикатор» обладает «мелкой шкалой деления» и «чувствительными датчиками». Он «реагирует на лживые слова, фальшивую улыбку, лицемерные комплименты. Реагирует болью» [2, с. 10]. Несмотря на желание избавиться от этой чувствительности, она сознательно выбирает жить с ней, предпочитая болезненную ясность комфортному неведению: *Иногда хочется от него избавиться... Не знать, значит – верить. Верить лжи, фальши, лицемерию. Нет. Не согласна. Буду жить с барометром* [2, с. 10]. Этот отказ от самообмана становится этическим стержнем книги. Артефактный образ превращает абстрактную совесть в осязаемый инструмент души, что позволяет «увидеть весь мир как общее жилище, в котором постоянно происходит процесс творения» [3, с. 82].

От артефактных образов автор естественно переходит к природным стихиям, которые в «Мимолетностях» становятся полноценным языком души. Природные образы в эссе – не фон, а полноценный язык внутренних состояний. Дождь представлен в трех модусах: визуальный спектакль – «смотреть на дождь сквозь оконное стекло», тактильно-кинестетическое переживание – «гулять под дождем одна: зонт, дождь, мысли» и акустический комфорт убежища – «в дождь быть дома... торшер, плед, книга» [2, с. 16]. Эта трехчастная структура воспроизводит движение от внешнего к внутреннему. Итоговая формула «шум дождя и хороший роман» превращает дождь из погоды в условие душевного уюта.

Итогом всех этих размышлений становится образ счастья как мимолетного озарения, что напрямую перекликается с заглавием книги. Заглавие книги обосновывается в миниатюре о счастье. Оно осмысливается не как длящееся состояние, а как мгновенное переживание: *В суете тревожных монотонных будней улыбается иногда счастье. Не чем-то глобальным. Мелочью: словом, разговором, встречей. Промелькнет мимолетно, словно и не бывало. Лишь светом озарит* [2, с. 11]. Персонификация – «счастье улыбается» – и наречие «иногда» задают ощущение редкого дара. Парцелляция дробит фразу на короткие отрезки, имитируя дискретность счастливого мгновения. Эпитеты «тревожных монотонных» создают гнетущий фон, на котором тем ярче вспышка. Финальный образ – «лишь светом озарит» – переводит мимолетное в регистр сакрального откровения. Именно с этой вспышки «появляется надежда, что... начнется светлая жизненная полоса...» – метафора пути и открытый финал утверждают поэтику малого.

Поэтика «Мимолетностей» выстроена на системе метафор, перетекающих одна в другую и создающих единый внутренний сюжет. Трепетная душа-свеча, которая «извивается в постоянных раздумьях» и «сгорает быстрее других» [2, с. 4], – это та же душа, что превращает

бессонницу в творческий «водоворот» [2, с. 5]. Нравственный камертон – «барометр с очень мелкой шкалой деления» [2, с. 10] – представляет собой артефактную метафору, вписывающую внутренний мир человека в «общее жилище, в котором постоянно происходит процесс творения» [3, с. 82]. А способность слышать дождь и видеть красоту цветения – плод той же зоркости, что улавливает «каждое колебание воздуха» [2, с. 4].

Проведенный анализ эссе сборника показывает, что образ счастья, которое «промелькнет миментально, словно и не бывало. Лишь светом озарит», объединяет все эти метафоры в единый смысл. Свеча озаряет и сгорает, роса на паутине отражает лучи и испаряется, цветение длится «пару недель» и осыпается. Но именно эта быстротечность, а не монументальность – источник тихой радости и надежды. На наш взгляд, в умении принять мимолетность без отчаяния, разглядеть в ней красоту и сохранить «в ощущениях» – это и есть то главное, что стремится отразить в своем творчестве и донести читателю Ирина Фомина.

Список использованной литературы

1. Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем : пер. с англ. / М. Джонсон ; под ред. А. Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
2. Фомина, И. С. Мимолетности : эссе / И. С. Фомина. – Брест : Альтернатива, 2023. – 188 с.
3. Чумаков, А. Н. Артефактная метафора как языковой инструмент авторской стилистики М. М. Пришвина (на примере метафоризированных наименований тканей и изделий из них, а также украшений и аксессуаров) / А. Н. Чумаков // Филологос. – 2024. – № 1. – С. 80–86.

[К содержанию](#)

П. О. АХМЕДОВА

Ташкент, ЕМУ

Научный руководитель – М. М. Каримова, старший преподаватель

ТЕРМИНЫ И СЛЕНГ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ МЕДИКОВ

Медицинская лексика представляет собой подсистему лексики общелитературного языка. Проблемы функционирования и развития специальной медицинской лексики, терминов, а также использования сленга в медицинской речи находятся под пристальным вниманием как лингвистов, так и профессионалов-медиков. Медицинская лексика объединяет специальные и неспециальные медицинские названия, которые используются

в научной и других подсистемах языка. Основную часть медицинской лексики составляет терминология, а в разговорной речи – сленг.

Медицинский сленг – это профессиональная лексика, которая используется медиками в устной речи. Сленг отражает особенности профессионального общения. Например: *аппендюк* – *аппендицит*, *отсосатор* – вакуум-насос, *костоломы* – травматологи, *жмурик* – труп, *поплавок* – утопленник, *перфوراшка* – перфорация язвы, *флюшка* – флюорограмма, *прокапать* – введение препарата капельным путем, *раздышать* – восстановить, *нитки* – плохо прощупываемые вены; *ушел* – умер и пр. [2]. Медицинский сленг не рассчитан на широкое применение, его невозможно правильно использовать без знания медицинской терминологии. Использование сленга позволяет снять напряжение во время работы, но медицинский сленг недопустимо использовать в общении с больными.

Исследования последних лет показывают, что специальная лексика активно влияет на обиходный язык. Современная медицинская терминология характеризуется собственной системностью и единством, наряду с другими подсистемами лексики русского языка. Развивается массив новой лексики за счет рекламных текстов, например, это новации, представляющие собой названия новых фармацевтических средств. Развитие науки в целом и появление новых методов диагностики и исследования терминология медицины отражает тенденцию к мотивированности названий генетическими факторами заболеваний (как вновь открываемых, так и уже известных в медицине под другими названиями). За пределами профессионального медицинского общения такая лексика выступает в качестве средства, реализующего в речи ряд коммуникативных функций. Наблюдение позволяет предположить, что в обозримом будущем число синонимов благодаря интернационализмам заимствованиям в медицинской лексике будет продолжать возрастать [1]. Хотя русская медицинская лексика и терминология сохраняет свои сильные позиции как в научной литературе, так и в профессионально-бытовой сфере общения врачей и пациентов. Образование новой специальной лексики ведет к функционированию составных терминов, которые формируют новые научные понятия. При комбинировании уже существующих терминов создаются новые терминологические единицы в языке медицины. В медицинской лексике в русского языка сохранились медицинские термины исконного происхождения. Например, общеславянское слово *врач*, имеющее общий корень со словами «ворчать», первоначально означало прорицатель, лечащий чарами, заговорами и наговорами. А от уменьшительного *бедрецо*, *берцо* произошло терминологическое словосочетание *берцовая кость*. Исконными являются также термины *бельмо*, *воспа (оспа)*, *грыжа*, *плод*, *почка*, *рак*, *селезенка*, *сердце*, *темя*. Вошли в русский литературный язык слова:

беременная, бесплодие, близнецы, болезнь, боль, гной; анатомические термины: голень, гортань, желудок, желчь, зачатие, здоровье, зрение, кишка, кожа, кость, лекарство, лечение, мозг, мозоль, мышца, ноздря, обоняние, осязание, отек, отравление, пах, печень, плева, плечо, подошва, поясница, пуп, рожь, рот, судорога, тело, челюсть, череп, шея, язва, двенадцатиперстная кишка, кашель.

Огромный вклад в разработку русской медицинской терминологии внес М. В. Ломоносов, А. П. Протасов. Русским профессором «повивального искусства» Н. М. Амбодиком-Максимовичем (1744–1812) был составлен первый «Анатомо-физиологический словарь». Медицинская лексика также была представлена в первом академическом словаре русского языка – «Словаре Академии Российской» (1789–1794), включившем в себя и народные общеупотребительные русские наименования. В 1835 г. А. Н. Никитин – учредитель и первый секретарь Общества русских врачей Петербурга, составил «Врачебный словарь», в котором истолковывались медицинские термины. Медицинская общественность первой половины XIX в. высоко оценила труд Никитина «за глубокое знание русского языка и обширное знакомство с русской врачебной литературой». Затем был издан в 1892–1893 гг. в переводе с немецкого языка «Энциклопедический медицинский словарь» А. Виларе. Во второй половине XX в. медицинская лексика пополняется интернационализмами. Интернационализмы в основном представляют собой латинизированные единицы или латинские словообразовательные элементы. Например, наблюдается явление гибридизации, когда греческие приставки присоединяются к латинской основе: *гиперфункция, гипертрофия, гипотензия, гипоксия, гипертония, антибиотик, антидот, фармацевт, фармаколог* [3].

Интернационализмы и их русские эквиваленты (в т. ч. кальки иноязычного термина) выступают в качестве синонимов, например, *вшивость/педикулез, почесуха/пруриго, понос/диарея*. Однако иногда русский эквивалент отступает перед интернационализмом, т. к. от последнего легче образовать производные слова: *плацента – плацентарный /* детское место. Часто синонимы в речи являются равноправными, например: *близорукость = миопатия, переливание крови = гемотрансфузия*.

Медицинский сленг – это возможность быстро обозначить проблему и пути ее решения, сокращая время на длительное объяснение. Так, например, пациентов хирургического отделения, ограниченных консервативным лечением, называют *консервами*, пожилого больного, который идет с палочкой, не поднимая тапки от пола – *лыжником, скрипач* – это пациент, пытавшийся совершить суицид, порезав себе вены.

Таким образом, медицинский сленг позволяет разнообразить диалог между врачами, сделать его динамичным, помогает быстро объяснить специальное понятие в экстренных и стрессовых условиях коммуникации.

Список использованной литературы

1. Абрамова, Г. А. Медицинская лексика: основные свойства и тенденции развития : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Абрамова Галина Алексеевна. – Краснодар, 2003. – 312 с.
2. Ельцова, Л. Ф. Медицинский сленг как компонент языка медицины / Л. Ф. Ельцова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2017. – № 11 (77) : в 3-х ч. Ч.2. – С. 65–68.
3. Редкозубова, Е. А. Сленг в современном коммуникативном пространстве: дискурсивные практики : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Редкозубова Екатерина Анатольевна. – Ростов н/Д., 2014. – 31 с.

[К содержанию](#)

О. А. БАЗЕЕВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Н. Ковальчук, канд. филол. наук, доцент

МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ

Эффективность рекламного сообщения напрямую зависит от его языкового оформления. Одним из элементов лингвистического анализа в этой сфере является изучение морфологических средств выразительности, их состава и функциональной нагрузки частей речи. Анализ позволяет выявить закономерности в использовании грамматических категорий и определить, как с их помощью достигаются основные задачи рекламы, а именно привлечение внимания, формирование положительного имиджа и побуждение к какому-либо действию.

В **русскоязычном** рекламном дискурсе на Инстаграм-страницах брендов наблюдается использование различных морфологических средств выразительности. Например, в Инстаграм-странице бренда «Elena_by» ярко представлен прием *субстантивации*: «Поднимет настроение себе и окружающим», «драматизм черного» и др. [3]. Субстантивация в рекламе превращает абстрактные качества в осязаемые объекты желания. Например, «драматизм черного» – это не столько описание цвета, сколько завершенный архетип, который можно примерить на себя. Субстантивация формирует не просто потребность в обладании, а желание приобщиться к некой материализовавшейся субстанции стиля.

Нельзя не сказать и об *абстрактных существительных*, например: *уют, настроение, роскошь, шарм, харизма* [3]. *Уют* – это характеристика не вещи, а состояния. Реклама использует его как обещание безопасности, принятия и расслабленности. Слово *настроение* напрямую апеллирует к чувству, окрашивая бренд в тона радости или умиротворения, заставляя желать и продукт, и продолжение этого переживания. *Шарм, роскошь, харизма* могут проявляться через изящные детали, эстетическое наслаждение, заставляя воспринимать продукт не просто полезным, а по-настоящему притягательным.

На странице «Luxvisage.cosmetics» используются *качественные прилагательные*: *бархатистый, интенсивный, мягкий, новый, мгновенный, стойкий* [1]. Эти слова воздействуют на разные уровни восприятия и создают готовую формулировку преимущества. *Бархатистый* – это синоним роскоши и чувственного наслаждения, он переносит восприятие продукта в сферу физического удовольствия и статуса. *Интенсивный* – это прорыв и мощь, он обещает не просто результат, а концентрированный эффект. *Мягкий* – это безопасность и комфорт, антипод агрессии и дискомфорта, он гарантирует отсутствие раздражения и бережное отношение, что безусловно важно в категориях здоровья, красоты и семьи. *Мгновенный* выступает как воплощение эффективности, апеллируя к базовому желанию получить результат сразу.

Часто также употребляются *количественные числительные*: «2 новых оттенка», «6 натуральных оттенков», «8 водостойких продуктов», «в течение 24 часов» [1]. Знаки «2», «6», «8», «24» не просто числа, а инструменты сжатия информации и усиления ценности. Фразы вроде «2 новых оттенка» или «8 водостойких продуктов» создают четкий, легко визуализируемый набор, ограничивая предложение и делая его обозримым для потребителя, который подсознательно начинает оценивать выбор как удобный и конечный. А временные рамки («в течение 24 часов») снимают главную тревогу покупателя, а именно неопределенность ожидания, заменяя ее четким, измеримым обязательством.

Распространено использование конструкций с *соединительными союзами*: «принимать свою силу и свою нежность», «сохраняя не только лаконичность, но и эстетику», «внимание к форме и ткани», «яркий и праздничный» [6]. Соединительные союзы в рекламных фразах будто предлагают потребителю принять комплекс выгод вместо одной. В конструкции «принимать свою силу и свою нежность» союз *и* создает эффект целостности, объединяя противоположные концепции, что формирует образ многогранного продукта, который не просто решает одну проблему, а упорядочивает жизнь покупателя. Двойной союз *не только, но и* поднимает планку ожиданий, переводя сообщение с уровня базового

преимущества на уровень более высокой, эмоциональной ценности, тем самым оправдывая премиальность предложения. В сочетании «яркий и праздничный» союз работает на усиление положительных характеристик, создавая концентрированный образ праздника и исключительности, который мгновенно привлекает внимание и формирует желание.

В белорусскоязычном рекламном дискурсе на Инстаграм-страницах нередко используются *личные местоимения*, например «Belypolus» употребляет следующие: «Дзелімся з вамi рацэптамі», «Мы падабралі цудоўныя месцы», «Мы знайшлі рашэнне», «Які смак прыдумалі б вы?» [2]. Личные местоимения выступают инструментом управления восприятием, создающим доверие и вовлеченность. Местоимение *мы* как бы снимает с аудитории ответственность и предлагает готовое, выверенное решение, внушая чувство защищенности и уверенности. Местоимение *вы* переводит монолог в диалог, превращая статичного наблюдателя в активного участника; оно создает иллюзию персонального внимания, провоцируя эмоциональный отклик. Эта система местоимений работает на стирание границы между продавцом и покупателем, создавая видимость дружеской беседы, где решение купить зарождается будто бы само собой, как следующая ступень доверительного общения.

В рекламных сообщениях могут употребляться также *наречия*: *цікава*, *далікатна*, *цудоўна*, *ідэальна*, *добра* [5]. Они работают как мощные усилители эмоционального посыла, создавая у аудитории конкретные ощущения и ассоциации. Наречие *цікава* провоцирует любопытство и интригу, заставляет остановиться и вникнуть, чтобы узнать, что может быть интересно. Наречие *далікатна* связано с заботой, здоровьем и комфортом, оно создает ощущение безопасности, нежности и бережного отношения. *Цудоўна* формирует яркий позитивный образ, обещая не просто хороший, а прекрасный результат и эмоцию. *Ідэальна* выступает в качестве самого сильного наречия, оно создает картину абсолютного совершенства, точного соответствия потребностям и высшего стандарта качества. Наречие «добра» является фундаментальным положительным утверждением, которое вызывает доверие своей простотой и универсальностью.

Белорусскоязычный рекламный дискурс перекликается с русскоязычным, для него также характерны *существительные* с нематериальными денотатами, например: *колер*, *дробязі*, *надвор'е*, *пытанне* [5]. Слово *колер* означает не просто цвет, а эмоциональный фон, настроение и эстетические предпочтения. *Дробязі* и *пытанне* обращаются к сфере личного и интеллектуального поиска, создавая эффект узнавания. *Надвор'е* выходит за рамки погоды, намекая на атмосферу, время года и связанные с ним ассоциации. Эти слова создают не конкретный образ товара, а эмоциональный фон вокруг него, что делает сообщение личностно окрашенным.

Наблюдается и использование *субстантивации*: «Магчымасць падзяліць любімы смак дзяцінства з блізкімі», «пачаставаць сваіх родных» [2]. Здесь субстантивация работает на глубокую персонализацию сообщения. Это не просто «блізкія» или «родныя» люди, а собирательные образы, в которые каждый потребитель может вложить свое личное содержание, вспомнив семью, друзей, детей. Таким образом, реклама апеллирует к базовым ценностям, заставляя продукт ассоциироваться с жестом заботы, внимания и способом воссоздания эмоциональной связи.

В сравнении с русскоязычными рекламными сообщениями, в белорусскоязычных чаще используются *противительные союзы*: «Яшчэ нядаўна гэта была простая ідэа, а сёння – сапраўднае аўтарскае аб’яднанне», «У гасцях няпроста музыкант, а творчы дзеяч», «Многія не ўмеюць прыгатаваць сырнікі, але для поспеху дастаткова ведаць некалькі лайфхакаў» [2]. Противительные союзы не просто соединяют части фразы, а конструируют конфликт и его моментальное разрешение, создавая нарратив, в который зритель невольно вовлекается. Союз *а* рисует яркий контраст, заставляя поверить в стремительное улучшение и объективную ценность продукта. Союз *але* признает и тут же снимает возможное возражение потребителя, его сомнение или неуверенность, предлагая решение. В совокупности эти союзы повышают вовлеченность и запоминаемость, превращая простое сообщение в убедительную историю.

Появляется также тенденция использования *архаических топонимов*, например: *Бярэсце, Менск, Гародня* [5]. Это позволяет бренду конструировать в рекламе идентичность, апеллируя к исторической глубине и аутентичности. Прием выводит продукт из ряда обыденной современности, наделяя его символическим прошлым, что создает эмоциональную связь с целевой аудиторией через чувство сопричастности.

Таким образом, морфологические средства выразительности в рекламных сообщениях являются одним из основных инструментов воздействия, который позволяет трансформировать абстрактные понятия в осязаемые образы, формировать эмоциональный фон, а также конструировать убедительный дискурс. Выбор частей речи напрямую влияет на эффективность рекламы, так как она работает с элементами восприятия, превращая простое сообщение о товаре в историю, которая побуждает к действию.

Список использованной литературы

1. Belpolus : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/belpolus/> (дата обращения: 17.04.2026).
2. Belitaby : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/belitaby> (дата обращения: 16.04.2026).

3. Eelemma_by : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: https://www.instagram.com/eelma_by (дата обращения: 16.04.2026).

4. Markformelle : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/markformelle/> (дата обращения: 12.04.2026).

5. Milavitsa.belarus : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/milavitsa.belarus/> (дата обращения: 17.04.2026).

[К содержанию](#)

О. А. БАЗЕЕВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О.Н. Ковальчук, канд. филол. наук, доцент

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БЕЛОРУССКОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Эффективность рекламного сообщения во многом зависит не только от его лексического наполнения, но и от грамотного использования синтаксических ресурсов языка. Синтаксис в рекламе выступает в роли основы, которая организует информацию, расставляет акценты и управляет вниманием аудитории. Стремясь к максимальной убедительности и запоминаемости, авторы рекламных текстов активно используют ряд синтаксических приемов, которые позволяют интриговать потребителей и создавать воздействующий на эмоции текст.

В русскоязычном рекламном дискурсе на Инстаграм-страницах присутствуют разнообразные синтаксические средства выразительности. Примером могут быть *номинативные предложения*: «Чем ниже градус, тем больше стиля!», «Изысканный и практичный образ в самом актуальном оттенке 2025 года», «Настоящий бестселлер этой осени – эффектная экошубка» [1]. Такие конструкции работают на создание эффектной и убедительной картины, мгновенно захватывая внимание и воздействуя на подсознательные желания. Утверждение «Чем ниже градус, тем больше стиля!» интригует, бросает вызов обыденности и создает интеллектуальную связь с аудиторией. «Изысканный и практичный образ в самом актуальном оттенке 2025 года» – предложение, построенное на сочетании ключевых для потребителя ценностей: престиж («изысканный»), рациональность («практичный») и эксклюзивность, подкрепленная временной меткой («актуальный оттенок 2025 года»), что создает ощущение продвинутости. «Настоящий бестселлер этой осени – эффектная экошубка» – социальное доказательство («бестселлер») для формирования доверия с одновременным акцентом на эмоциональном преимуществе («эффектная») и современной этичности («эко»), что повышает ценность продукта в глазах целевой аудитории.

Используется также *анафора*: «Вы – супер! Вы – настоящая сила!», «Один образ – разные размеры! Один образ – разные модели!» [5]. Так значительно усиливается рекламное сообщение. «Вы – супер! Вы – настоящая сила!» – это эмоциональный посыл, построенный на апелляции к личностной идентичности. Повтор местоимения «Вы» с заглавной буквы фокусирует внимание на потребителе, создавая иллюзию диалога и персонального обращения. Второй пример, «Один образ – разные размеры! Один образ – разные модели!», использует анафору для структурирования коммерческого преимущества. Повтор конструкции «Один образ – разные...» организует информацию, делая ее легкой для восприятия. Он трансформирует сообщение о размерной сетке и ассортименте в яркое, динамичное обещание, где всего одна стилевая идея открывает новые возможности для самовыражения, что напрямую говорит о клиентоориентированности бренда.

Однородные члены предложения тоже применяются на Инстаграм-страницах брендов: «Эластичное полотно, мягкое прилегание, комфортная поддержка – именно так можно описать наши спортивные новинки», «Сложно представить что-то более уютное, теплое и нежное, чем теплые новинки Mark Formelle», «Мы собрали подборку свежих образов, которые идеально подойдут для работы, прогулки и встреч с друзьями» [3]. Однородные члены в этих рекламных предложениях работают как сильный инструмент формирования цельного позитивного образа. В первом случае («эластичное полотно, мягкое прилегание, комфортная поддержка») они последовательно описывают тактильные и физические ощущения от носки, воздействуя на разные сенсорные каналы и рисуя максимально привлекательный опыт. Во втором («уютное, теплое и нежное») они эмоционально усиливают друг друга, обращаясь к глубинным потребностям в комфорте и безопасности. Третий пример («для работы, прогулки и встреч с друзьями») расширяет зону использования, позиционируя продукт как универсальное и необходимое решение для разных сфер жизни и тем самым многократно увеличивая его ценность. Однородные члены структурируют сообщение, делая его емким и запоминающимся.

Используются *риторические вопросы*: «Носить или стилизовать?», «Что надеть?», «Какой образ выбрать...?» («Mark Formelle») [5]. Это классический пример того, как бренд превращает пассивного зрителя в активного участника процесса. Вопрос «Носить или стилизовать?» наводит на мысль, что обычная носка – это скучно, а стилизация есть осознанный творческий акт. Это тонкий переход от утилитарности к самовыражению. Вопросы «Что надеть?» и «Какой образ выбрать...?» не просто продают одежду, а позиционируют готовое решение. Они создают психологический вакуум проблемы, который продукт мгновенно заполняет,

снямая с потребителя груз выбора и предлагая ответ. Бренд формирует иллюзию диалога, что кратко усиливает лояльность и желание прислушаться.

Могут быть использованы *антитезы*: «объемный низ – облегающий верх», «дерзкая многослойность и нежность и хрупкость» [1]. Антитезы в рекламе создают внутренний диалог у потребителя, развивающего образ до конца и примеряющего его на себя. «Объемный низ – облегающий верх» – антитеза, которая создает мощный, легко считываемый визуал. Объемный низ ассоциируется с уверенностью и фундаментальностью, а облегающий верх – с элегантностью и подчеркнутой женственностью. Антитеза «дерзкая многослойность и нежность и хрупкость» работает на создание сложного, многогранного портрета целевой аудитории. Первая часть говорит про сложность и индивидуальность, вторая отвечает за эмпатию, ранимость и чистоту. В итоге обе антитезы служат цели создать у потребителя ощущение, что продукт или бренд понимает его глубинную потребность быть разным, сложным и при этом гармоничным.

В свою очередь, для **белорусскоязычной** рекламной коммуникации характерны следующие синтаксические особенности. *Синтаксический параллелизм*: «Раскажыце сваю гісторыю кахання і атрымайце падарунак ад @belypolus», «Горад – гэта даўно не проста будынкi. Горад – не проста пра людзей» [2]. Синтаксический параллелизм в этих рекламных примерах работает как убеждающий инструмент, создающий понятные сообщения. В первом случае можно увидеть призыв к действию, где параллельное построение четко отражает причинно-следственную связь в сознании потребителя. Во втором высказывании используется более сложная структура, которая заставляет аудиторию переосмыслить суть города через отрицание привычных клише. В обоих случаях параллельные конструкции обеспечивают запоминаемость, усиливают сообщение и придают высказыванию необходимую весомость.

Здесь, как в русскоязычных текстах, используются *назывные предложения*: «Людзі. Вуліцы. Моманты», «Класічны пламбір. Крыху трускаўкі. Магчымасць падзяліць любімы смак дзяцінства з блізкамі», «Лета складаецца з маленькіх момантаў. Сустрэчы з сябрамі. Адпачынак на прыродзе. Мора ўражанняў!» [2]. Такой прием в рекламе работает на нескольких уровнях одновременно. Прежде всего это когнитивная легкость: короткие отрывистые фразы не требуют усилий для осмысления и создают эффект мгновенной ясности. Есть и эмоциональный заряд, в котором каждая часть – не просто слово, а эмоциональная точка, которая создает определенное настроение. Пример «Людзі. Вуліцы. Моманты» не констатирует факты, а создает интенсивное личное переживание. Последовательность «Класічны пламбір. Крыху трускаўкі. Магчымасць

падзяліць любімы смак дзяцінства з блізкімі» имитирует спонтанный поток мыслей и желаний. Статичный текст становится многомерным переживанием, заставляя потребителя прочувствовать сообщение и сделать его частью личного опыта.

Распространенным приемом является *вопросно-ответная форма*: «Ці хочаце аживіць сваю прастору прыгожымі раслінамі? У Брэсце існуе цудоўны праект...», «Які ен, Мінск? Утульны, камерны, з асаблівай гісторыяй на кожнай кропцы!», «Як добра беларусы ведаюць беларускія песні? Глядзіце ў гэтым відэа!» [4]. Данные вопросно-ответные формы в рекламе являются инструментом для структурирования внимания. Во-первых, вопрос мгновенно переводит пассивного наблюдателя в активный режим мышления, заставляя его мозг инстинктивно искать ответ. Во-вторых, вопросы сконструированы так, чтобы подразумевать позитивный отклик или создавать осведомленность о проблеме, которую продукт решает. Пример «Ці хочаце аживіць прастору прыгожымі раслінамі? У Брэсце існуе цудоўны праект» не спрашивает, а предполагает, что вы уже хотите или должны хотеть, создавая искусственную потребность. Далее следует готовый ответ от бренда. Этот переход снимает когнитивную нагрузку с потребителя, предлагая ему готовое, удобное решение. Бренд позиционирует себя не как навязчивый продавец, а как эксперт и помощник, что формирует доверие. Вопросно-ответная конструкция имитирует живое общение и подталкивает к нужному действию.

Также в рекламных сообщениях используются *неполные предложения*: «А ў вас есць любімыя беларускія словы? Дзяліцеся ў каментарах», «Чым звычайна любіце займацца ў халоднае надвор'е? А ў цёплае?», «Задалі пытанні аб нашай фабрыцы. На якія змаглі б адказаць і вы?» [2]. Неполные предложения в рекламе воздействуют на аудиторию, убеждая работать в связке с автором и достраивать смысл. Такие вопросы как «А ў цёплае?», «На якія змаглі б адказаць і вы?» являются прямым вовлечением в интерактив. Конструкции интуитивно понятны, требуют мысленного отклика, превращая пассивного наблюдателя в активного участника. В итоге сообщение воспринимается как часть собственных мыслей и побуждений потребителя.

Таким образом, синтаксические приемы оказывают большое влияние на рекламный дискурс, причем их выбор и функциональное наполнение зачастую определяются языковыми особенностями. В то время как в русскоязычной рекламе на Инстаграм-страницах используются стилистические особенности для создания ярких, эмоционально насыщенных образов и интригующих противопоставлений, в белорусскоязычной рекламной коммуникации делается упор на интерактивность, диалогизацию и создание эффекта непосредственного общения.

Список использованной литературы

1. Belitaby : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/belitaby> (дата обращения: 16.04.2026).
2. Belypolus : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/belypolus> (дата обращения: 17.04.2026).
3. Eelema_by : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: https://www.instagram.com/elema_by (дата обращения: 16.04.2026).
4. Luxvisage.cosmetics : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/luxvisage.cosmetics> (дата обращения: 12.04.2026).
5. Markformelle : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/markformelle> (дата обращения: 12.04.2026).
6. Milavitsa.belarus : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/milavitsa.belarus> (дата обращения: 17.04.2026).

[К содержанию](#)

М. Н. БАЛАКИРЕВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. С. Ковалюк, канд. филол. наук, доцент

ФОРМИРОВАНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ИДЕАЛОВ У ШКОЛЬНИКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А. П. ЧЕХОВА

В современных условиях динамичного развития общества и коренной трансформации ценностных ориентиров перед системой школьного образования с особой остротой встает задача духовно-нравственного воспитания подрастающего поколения. Школа призвана не только транслировать сумму предметных знаний, но и формировать базовую культуру личности, важнейшим компонентом которой выступают нравственные идеалы [1, с. 14]. Литература как учебный предмет обладает уникальным антропологическим и этноэтическим потенциалом, поскольку ее главным объектом исследования является внутренний мир человека, его ценностные выборы, духовные искания и моральные императивы. В контексте формирования нравственного фундамента личности школьника особое, стратегическое значение имеет творчество Антона Павловича Чехова, чьи произведения традиционно входят в золотой фонд школьной программы [2, с. 19].

Художественный мир А. П. Чехова характеризуется отсутствием прямолинейной дидактики, назидательности и жесткого деления персонажей на однозначно положительных и отрицательных. Писатель выступает в роли чуткого диагноста человеческих душ, ставя перед читателем сложные

этические вопросы, но оставляя право выбора и интеллектуального вывода за самим воспринимающим субъектом [3, с. 45]. Для школьников подросткового и раннего юношеского возраста, проходящих период активного самоопределения и формирования «Я-концепции», такой тип коммуникации с автором оказывается наиболее органичным и эффективным. Отсутствие авторитарного давления со стороны писателя стимулирует самостоятельное критическое мышление учащихся, побуждает их к рефлексии и внутренней оценке собственного поведения сквозь призму классических образов [4, с. 112].

Одним из центральных направлений этического анализа чеховской прозы в средних и старших классах является проблема духовной деградации личности, «футлярного» существования и конформизма. При изучении рассказов «Ионыч», «Человек в футляре», «Крыжовник», «О любви» школьники сталкиваются с пугающей обыденностью угасания человеческого в человеке [2, с. 22]. На примере эволюции Дмитрия Ионыча Старцева учащиеся наглядно прослеживают, как под влиянием мещанской среды, материального благополучия и собственной духовной лени молодой, полный благородных стремлений земский врач постепенно превращается в ожиревшего, равнодушного и черствого обывателя [6, с. 84]. Анализ данного произведения позволяет учителю инициировать глубокую дискуссию о границах компромисса с собственной совестью, о важности сохранения внутренней активности, идеалов юности и сопротивления засасывающей рутине.

Формирование нравственных идеалов происходит не только через осмысление отрицательных моделей поведения, но и через поиск крупиц подлинной духовности в чеховских героях. Нравственный идеал А. П. Чехова глубоко гуманистичен и выражен в его знаменитой формуле из пьесы «Дядя Ваня»: «В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли». Изучение рассказов «Студент» и «Дама с собачкой» позволяет продемонстрировать школьникам возможность духовного преображения и прозрения [6, с. 102]. В рассказе «Студент», который сам писатель считал одним из своих самых совершенных произведений, через соприкосновение с вечным сюжетом о предательстве и прощении происходит мгновенное преодоление пессимизма и одиночества главным героем Иваном Великопольским. Осознание непрерывной цепи правды и красоты, связывающей прошлое с настоящим, выступает мощным этическим ориентиром для учащихся, утверждающим торжество высших духовных ценностей над временными историческими и бытовыми невзгодами [3, с. 78].

Особое место в методической системе формирования нравственных идеалов занимает развитие эмпатии, сострадания и милосердия у школь-

ников. В подростковом возрасте нередко наблюдается дефицит эмоциональной отзывчивости, эгоцентризм и прагматизм [1, с. 120]. Произведения А. П. Чехова, такие как «Тоска», «Ванька», «Спать хочется», направлены на пробуждение «чувств добрых», на преодоление глухоты к чужому страданию. Трагедия извозчика Ионы Потапова из рассказа «Тоска», заброшенного в огромном, равнодушном городе и способного излить свое страшное горе – смерть единственного сына – только своей лошади, производит на учащихся сильнейшее эмоциональное впечатление [4, с. 154]. Организация сопереживания герою на уроке литературы становится основой для формирования таких личностных качеств, как чуткость, внимание к ближнему, неприятие эгоизма и равнодушия.

Методический инструментарий учителя литературы при работе над чеховским наследием должен быть многообразным и интерактивным [2, с. 25]. Традиционная лекционно-семинарская форма уступает место проблемно-ценностным дискуссиям, урокам-исследованиям, приемам театрализации и проектной деятельности. Эффективным методом является сопоставительный анализ текста, ведение читательских дневников, написание эссе-размышлений, создание этических карт персонажей [1, с. 185]. Ставя школьника в позицию исследователя текста, подмечающего значимые художественные детали (например, изменение голоса Старцева, символику зонтика и калош Беликова, тарелку с крыжовником Николая Ивановича), педагог способствует глубокой интериоризации заложенных автором смыслов [5, с. 12]. Художественная деталь у Чехова становится ключом к пониманию психологического состояния героя и его нравственной сути.

Важным аспектом педагогической работы является также актуализация чеховского идеала «интеллигентности». Чеховская концепция интеллигентного человека, отраженная в его письмах к брату Николаю, включает в себя уважение к человеческой личности, сострадание, чистосердечие, отсутствие фальши, постоянный труд над собой и эстетическое развитие [6, с. 312]. Обсуждение этих критериев со старшеклассниками позволяет им соотнести классический идеал конца XIX в. с современными представлениями о культуре личности, выявить непреходящий характер чеховских требований к человеку.

Таким образом, изучение произведений А. П. Чехова в школе выступает мощным фактором формирования нравственных идеалов учащихся. Чеховская проза и драматургия учат школьников сложному искусству самоанализа, воспитывают отвращение к пошлости, мещанству, духовному застою и равнодушию, одновременно утверждая ценность человеческой личности, сострадания, непрерывного духовного самосовершенствования и поиска правды. Нравственные ориентиры, обретенные в процессе живого, эмоционального и интеллектуального диалога с великим

писателем, становятся прочным внутренним стержнем, помогающим молодому человеку успешно ориентироваться в сложном ценностном пространстве современного мира.

Список использованной литературы

1. Богданова, О. Ю. Методика преподавания литературы : учебник для студ. высш. пед. учеб. заведений / О. Ю. Богданова, С. А. Леонов, В. Ф. Чертов ; под ред. О. Ю. Богдановой. – 3-е изд., стер. – М. : Академия, 2019. – 400 с.
2. Зинина, Е. А. Изучение творчества А. П. Чехова в школе: новые подходы и методические решения / Е. А. Зинина // Литература в школе. – 2021. – № 5. – С. 18–27.
3. Лотман, Ю. М. Лекции по структуральной поэтике / Ю. М. Лотман. – Тарту : [б. и.], 1964. – Вып. 1: Введение, теория стиха. – 195 с.
4. Маранцман, В. Г. Анализ литературного произведения и развитие читательского восприятия школьников : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Маранцман Владимир Георгиевич ; Ленингр. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена. – Л., 1975. – 412 л.
5. Осьминина, Е. А. Анализ текста в культурологии: практикум / Е. А. Осьминина. – М., 2017. – 23 с. – Деп. в ИНИОН РАН 31.10.2017, № 61157.
6. Чехов, А. П. Полное собрание сочинений и писем : в 30 т. / А. П. Чехов ; редкол.: Н. Ф. Бельчиков (гл. ред.) [и др.] ; АН СССР, Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. – М. : Наука, 1974–1983. – Т. 9. – 1977. – 541 с.

[К содержанию](#)

В. П. БАЮРОВА

Минск, БГУ

Научный руководитель – Е. И. Абрамова, канд. филол. наук, доцент

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В СМИ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «ЗНАМЯ ЮНОСТИ»)

В настоящее время отмечается возросший интерес современных исследователей в разных областях знания к стихии молодежной речи, к сленгу. Причины подобной актуализации разнообразны: это и эксплицитно проявляющаяся на современном этапе демократизация доминирующей нормы, жаргонизация речи образованных слоев общества, интенсивное использование слов и устойчивых сочетаний из сферы субстандарта для пополнения выразительных средств массовой речи. Пресса одна из первых фиксирует языковые и речевые особенности времени. Журналисты, преследующие цель привлечь внимание читателей и в дальнейшем удерживать его, особенно тщательно следят за тем, чтобы их речь была максимально выразительна и соответствовала «языковому вкусу эпохи».

В данной статье мы попытались выявить специфику функционирования молодежного сленга в белорусских массовых молодежных изданиях, в частности в газете «Знамя юности», для чего проанализировали все выпуски газеты за март–апрель 2026 г. «Знамя юности» – еженедельная общественно-политическая газета для молодежи (от 14 до 35 лет), издаваемая учреждением Администрации Президента Республики Беларусь «Издательский дом “Беларусь сегодня”».

Прежде всего необходимо определиться с термином *сленг*. Существует большое количество определений сленга, нередко противоречащих друг другу. Противоречия эти касаются объема понятия: спор идет, в частности, о том, включать ли в сленг одни лишь выразительные, ироничные слова, которые являются синонимами литературных эквивалентов, или же еще и всю нестандартную лексику, использование которой осуждается в кругу образованных людей. Не обозначены четкие границы между такими явлениями, как сленг, жаргон, арг, так как они представляют собой единый массив нестандартной лексики.

Характерной особенностью молодежного сленга считаются непостоянство, способность развиваться и изменяться, адаптивность, совершенствование посредством различных источников, одним из которых является заимствование иностранных слов. Заимствованные слова входят и в пласт общеупотребительной, и в состав нестандартной лексики (жаргонизмов, сленга и т. д.), которую употребляет молодежь, и часто на первом этапе вхождения заимствованного слова в речь трудноопределима грань, отделяющая неологизм от сленгизма.

В рамках данной работы мы будем понимать молодежный сленг как открытую, динамичную подсистему языка, состоящей из лексических единиц разной степени экспрессии, используемую преимущественно в устной неформальной коммуникации молодежи для обозначения явлений, значимых для их социальной и возрастной группы, активно проникающей в современное медиaprостранство.

Анализ показал, что сленгизмы в «Знамени юности» не встречаются в аналитических жанрах (что связано с их строгой структурированностью), но достаточно активно используются журналистами в жанрах заметки, репортажа, статьи, обзора и интервью, что вполне объяснимо: эти жанры отличаются своей синтетичностью и многообразностью, требуют обособленной авторской позиции, присутствия «образ автора» в изложении, а авторы публикаций сами являются представителями молодого поколения, склонного к нестандартному выражению своих мыслей.

Сленгизмы обычно встречаются в тексте журналистских материалов, редко – в заголовке (обычно в заголовке заметки). Молодежный сленг используется здесь, как правило, с целью привлечения интереса к публи-

кации: «Маршрутка для чаек» (26 марта 2026 г.), «Где лучшие *тусовки*?» (от 2 апр. 2026 г.), «*Вайб* в каждом кадре» (от 2 апр. 2026 г.). В молодежном и интернет-сленге *чайкой* называют человека, который постоянно пользуется вещами или услугами за чужой счет, назойливый попрошайка; *тусовкой* – вечеринку, *вайбом* – атмосферу, эмоциональный фон.

«Где лучшие *тусовки*?» является не только названием заголовка в материале «Знамени юности» от 2 апреля 2026 г., но и отсылкой к песне, которая популярна среди молодежи благодаря TikTok, отсылкой к тренду.

Вайб – «атмосфера» – популярное слово. В проанализированных материалах нам встретилось не менее 10 словоупотреблений: «студенческий вайб», «дискоточный вайб», «обожаю такой вайб» и др.

Один раз нам встретился интригующий лид: «Бэтрайдер *байбэкнулся* и *задефал трон*» («Кибермир Виталия Ржеутского» от 2 апр. 2026 г.). Правда, автор материала тут же дал расшифровку: «Это означает, что герой по имени Бэтрайдер заплатил деньги, чтобы досрочно возродиться, и защитил главное здание своей команды». Лид сразу указывает, что материал узконаправленный (аудитория – геймеры), что дальше подтверждает и интервьюируемый Виталий Ржеутский: «Те, кто в теме, понимают...». И это действительно так. Материал насыщен геймерским сленгом: *тиммейт*, *шутер*, *пинг*, *решафл*, *байбэкнуться*, *задефать*, *трон*, *дотеры*, *прокачивать*, *зависать*, *крафтить*, *апать* и др., «просечь» который может не каждый.

«Знамя юности» не скупится на обзор видео и *мемов* из *реков* (т. е. рекомендаций) TikTok. В каждом выпуске этому посвящена целая рубрика «В реках». В этой рубрике встречаем такие сленгизмы, как *мемы*, *мемный*, *реки*, *завируситься*, *залететь*, *спойлер*, *жиза* (т. е. жизненная история), *заценить*, *зачетно*, *зачетная*, *на стиле* (т. е. стильно), *лайкнуть*, *хейт*, *хейтить* и др.

Несомненный интерес представляет один из наиболее популярных жанров – интервью. Он дает возможность свободного обмена мнениями, и, как следствие, ему свойственна языковая раскованность, свобода в выборе и содержания, и формы подаваемой информации. Поэтому в интервью с молодыми людьми часто встречаются сленгизмы, что в определенной степени способствует протеканию диалога в непринужденной форме.

Основные источники образования сленгизмов в проанализированном материале (что обусловлено тематикой журналистских материалов) – это игровой жаргон (*шутер*, *пинг*, *решафл*, *байбэкнуться*, *задефать*, *трон*, *дотеры*, *прокачивать*, *крафтить*, *апать*), жаргон компьютерных пользователей (*зависнуть*, *завируситься*), арго (*туса*, *тусоваться*, *кайфовать*, *фартануло*), соцсети (*вайб*, *кринж*), «армейский жаргон (*подпол* ‘подполковник’, *лобовуха*, *крыса*). Эти данные не являются характеристикой

всего молодежного сленга как языковой подсистемы, используемой для коммуникации внутри молодежных групп. Это характерно лишь для текстов «Знамени юности» за очень ограниченный период времени. Но эти наблюдения позволяют сделать следующие выводы.

Сленг в молодежных медиа, в частности в «Знамени юности», используется как инструмент эффективной коммуникации [1, с. 277], а значит позволяет строить доверительное и равноправное общение. Кроме того, сленгизмы в молодежных СМИ, и «Знамя юности» не исключение, используются в стилистических целях: для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для придания высказыванию конкретности, живости, зримости, образности, а также чтобы избежать штампов, клише. А это позволяет говорить о богатом стилистическом потенциале рассматриваемого языкового явления.

Список использованной литературы

1. Селяев, А. В. Современные российские СМИ и языковая норма / А. В. Селяев // Социальные варианты языка : Материалы междунар. науч. конф. – Н. Новгород : Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2003. – С. 277–283.

[К содержанию](#)

А. А. БИЛЕЦКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Н. Ковальчук, канд. филол. наук, доцент

СЛОВО КАК ОБЪЕКТ ЭКСПЕРИМЕНТА ФУТУРИСТОВ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

Футуризм считается одним из важнейших художественных явлений XX в. С ним связан эстетический бунт против позитивистского «общественного вкуса», против омертвевших канонов классического наследия и «мистических идеалов». Порыв футуристов к свободному творению новых форм, способных выразить существо грядущего искусства и жизнеустройства, породил немало новаторских идей и значительных достижений в литературе, живописи, музыке, театре [6, с. 3]. Публикация манифеста Ф. Т. Маринетти в 1909 г. стала важным событием в истории европейского авангарда и оказала заметное влияние на формирование русского футуризма. Однако русские поэты и художники восприняли идеи итальянского футуризма не как готовую художественную программу, а творчески их переосмыслили. На это повлияли особенности исторической

и культурной ситуации в России начала XX в., в том числе последствия революции 1905 г. и ожидание масштабных общественных перемен.

В отличие от итальянских футуристов, сосредоточенных на культе техники и индустриального прогресса, русские футуристы стремились соединить образы современной цивилизации с национальной культурной традицией. Не случайно многие представители движения называли себя «будетлянами» – термином, изобретенным Велимиром Хлебниковым для обозначения деятелей искусства футуристического толка (образован от словоформы *будет*). В их произведениях мотивы прогресса, техники и урбанизации нередко сочетались с образами древнерусской культуры, славянской мифологии и архаики. Именно это соединение авангардных художественных поисков с национальной культурной традицией стало одной из характерных особенностей русского футуризма.

С. Л. Константинова так описывает направления работы русских футуристов: «...Вводят новые принципы организации текста, основанные на смысловых парадоксах, композиционных “сдвигах”, специфической тонике, алогичных конструкциях, графической семантике текста, использовании бытовой и фольклорной, архаической лексики и т. п. Занимаются активным словотворчеством – создают “заумь”, значение которой объясняют стремлением выявить глубинный смысл абстрактных фонем и построить на них новый художественный язык, адекватно выражающий сущность новых реальностей» [2, с. 20]. При этом существуют и более традиционные техники создания текста, нередко соседствующие с новыми.

Для понимания истоков русского футуризма необходимо учитывать его тесную связь с изобразительным искусством. Формирование данного литературного течения происходило под значительным влиянием художественных практик начала XX в., прежде всего живописи. Многие представители русского футуризма первоначально получили художественное образование или начинали свою творческую деятельность как живописцы. К их числу относятся Давид Бурлюк, Владимир Маяковский, Елена Гуро, Алексей Кручёных и Михаил Матюшин. Опыт работы с визуальными формами оказал существенное влияние на особенности их поэтического мышления и художественного метода. Художественное восприятие определило отношение футуристов к слову как к особому эстетическому объекту. Слово рассматривалось не только как носитель смыслового содержания, но и как визуальный элемент, обладающий собственной графической и звуковой выразительностью. Буква приобретала значение самостоятельного художественного знака, а книжная страница воспринималась как целостное композиционное пространство, требующее продуманной организации. Подобный подход обусловил активные эксперименты футуристов с типографикой, шрифтом, расположением текста и оформлением книги.

История о том, что первый сборник футуристов «Садок судей» был напечатан на обратной стороне дешевых обоев, имеет не только символическое значение. Такое оформление отражало стремление футуристов перенести принципы кубофутуристической живописи в книжную культуру. Обои с их повторяющимся цветочным или геометрическим рисунком создавали неожиданный визуальный диалог с текстом, напечатанным поверх этого узора [4, с. 25]. В результате текст и фон воспринимались как единая художественная композиция, где ни один из элементов не играл второстепенной роли. Такой подход соответствовал общей задаче авангарда – отказаться от привычных художественных норм и искать новые способы выражения.

Если попытаться определить главный эстетический принцип русского футуризма, то им станет новое понимание языка. Несмотря на различия между отдельными группами, именно отношение к слову объединяло футуристов. Они рассматривали язык не только как средство передачи мысли, но и как самостоятельный художественный материал, обладающий собственными законами. Е. П. Олесина отмечает: «Словотворчество стало крупнейшим завоеванием русского футуризма, его центральным моментом потому, что русский синтаксис, сам почти футуристически-свободный, предоставляет личности безграничный простор и требует не расторжения своих граней, а скорее неустанного чекана» [5, с. 348].

В отличие от предшествующей литературной традиции, футуристы сосредоточили внимание не на том, что означает слово, а на том, как оно звучит и воспринимается. Особенно ярко эта идея проявилась в творчестве Алексея Кручёных и Велимира Хлебникова. Поэты утверждали самоценность слова и стремились раскрыть его звуковые возможности. Именно на этой основе возникла теория «заумного языка». Ее нередко понимают как бессмысленную игру звуками, однако такое представление слишком упрощает замысел футуристов. «Заумь» была попыткой выйти за пределы привычного значения слова и открыть новые способы художественного выражения. Будетляне считали, что звуки способны вызывать у читателя эмоциональные и образные ассоциации независимо от их словарного значения. Но, кроме этого, они демонстрировали скрытый потенциал языка, как, например, в известном стихотворении «Заклятие смехом».

Рассматривая эстетическую программу футуристов, важно обратить внимание на сочетание отрицания традиции и стремления к созданию нового искусства. Призыв «сбросить с парохода современности» классиков нередко воспринимается как отрицание классической литературы. Однако этот лозунг не был направлен на уничтожение культурного наследия. Прежде всего он отражал убеждение футуристов в том, что язык русской литературы XIX в. уже не соответствует реалиям нового времени. Эпоха

технического прогресса, стремительного развития транспорта, кинематографа и средств связи требовала иных художественных средств и нового поэтического языка.

По этой причине футуристы выступали против традиционных литературных форм, которые, по их мнению, уже не отражали изменившийся характер восприятия действительности. Одним из способов обновления языка стала «сдвигология», предложенная Алексеем Кручёных [3]. Она предполагала намеренное нарушение привычных грамматических конструкций и смысловых связей. Такие приемы разрушали привычное восприятие текста и открывали новые возможности художественной выразительности.

На формирование футуристической эстетики повлияло не только развитие техники, транспорта, но и появление новых средств коммуникации и звукозаписи. Наряду с аэропланом и автомобилем важную роль сыграли телефон и фонограф. Именно фонограф впервые позволил записывать и воспроизводить живую человеческую речь. Это наглядно показало различие между звучащим словом и его письменной фиксацией. В записи сохранялись особенности устной речи: паузы, интонации, изменения темпа и другие звуковые нюансы, которые письменный текст обычно не передавал. Такой опыт способствовал усилению интереса футуристов к звуковой стороне языка. Особенно заметно это проявилось в творчестве Алексея Кручёных, который стремился передать в поэзии естественное звучание речи и расширить ее выразительные возможности. Не менее важное значение имел телефон. Он изменил привычное восприятие пространства и общения, сделав возможным непосредственный разговор на большом расстоянии. Новый опыт восприятия времени и пространства нашел отражение в поэтике футуристов. Этим во многом объясняется их стремление к фрагментарной композиции, резким смысловым переходам и нарушению привычной последовательности повествования, что отличало футуристические тексты от произведений классической литературы XIX в. [1]. Революционная тематика также соответствовала подобным формальным проявлениям.

Таким образом, историко-культурный контекст во многом обусловил направления поисков футуристов, поскольку период рубежа XIX–XX вв. принес множество изменений как в глобальном масштабе страны, так и в срезе повседневной жизни людей. Поэты передового течения стремились через особое обращение со словом передать многомерность этих изменений и, экспериментируя, задавали вектор поэтических поисков для последующих поколений.

Список использованной литературы

1. Ичин, К. Вопрос фактуры: «Взорваль» Крученых / К. Ичин // Russian Literature. – 2009. – Т. 65, № 1–3. – С. 281–294.
2. Константинова, С. Л. Русский поэтический авангард: XX век : учеб.-метод. пособие / С. Л. Константинова. – Псков : ПГПУ им. С. М. Кирова, 2007. – 99 с.
3. Кручёных, А. Е. Сдвигология русского стиха: трактат обижающий (трактат обижающий и поучальный). – М. : МАФ, 1922. – 46, [2] с.
4. Марков, В. Ф. История русского футуризма / В. Ф. Марков. – СПб. : Алетейя, 2000. – 448 с.
5. Олесина, Е. П. Футуризм как эксперимент над временем / Е. П. Олесина // Гуманитарное пространство. – 2013. – Т. 2, № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/futurizm-kak-eksperiment-nad-vremenem> (дата обращения: 05.06.2026).
6. Русский футуризм: Стихи. Статьи. Воспоминания / сост.: В. Н. Терехина, А. П. Зименков. – СПб. : Полиграф, 2009. – 832 с.

[К содержанию](#)

С. В. БРЫШЦЕН

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Л. І. Яўдошына, канд. філал. навук, дацэнт

ЭПІТАТЫ Ў БАЙКАХ ЭДУАРДА ВАЛАСЕВІЧА

Эпітэт – гэта троп, «пры дапамозе якога падкрэсліваецца істотная рыса, якасць прадмета, асобы, з’явы» [4, с. 39]. Даследчыкі адзначаюць розныя якасці і мастацкія функцыі эпітэтаў: эпітэт узмацняе выразнасць, вобразнасць мовы твора, надае яму мастацкую, паэтычную яркасць, дапамагае ўбачыць аўтарскае разуменне рэчаіснасці [1, с. 4]; эпітэты дапамагаюць канкрэтызаваць, дакладна, усебакова характарызаваць з’яву ці прадмет, узбагачаюць змест выказвання, робяць вобраз яркім, успрымальным і запамінальным [3, с. 3]. Пры дапамозе эпітэтаў пісьменнік выдзяляе тую ўласцівасць і прыметы прадметаў, з’яў, на якія ён хоча звярнуць увагу чытача.

Звычайна адрозніваюць наступныя тыпы эпітэтаў: агульнамоўныя (звыклія), індывідуальна-аўтарскія (аказіянальныя) і народна-паэтычныя (сталыя) [1, с. 10].

Агульнамоўныя эпітэты – гэта самая шырокая і ўжывальная група эпітэтаў. Гэта агульнапрынятыя выразы, якія будуць зразумелыя кожнаму носьбіту мовы. У байках Э. Валасевіча большая частка эпітэтаў адносіцца да ліку агульнамоўных. Пісьменнік выкарыстоўвае звыклія эпітэты, каб славесна намаляваць вобразы сваіх герояў, іх характары, перадаць настрой герояў і даць апісанне прыроды. Пры гэтым эпітэтам у байках Э. Валасевіча

найперш характэрна экспрэсіўная функцыя, якая лічыцца адной з галоўных функцый эпітэта [2, с. 6]. Экспрэсіўная функцыя заключаецца ва ўзмацненні выразнасці думкі, перадачы адносінаў аўтара да прадмета ці з’явы. Напрыклад: 1) *Тут ён і закруціў вусамі, панесліся з ягонай глоткі **скрыпучыя, пагрозлівыя** ноткі* («Рак») – у гэтай ілюстрацыі эпітэты выконваюць экспрэсіўную функцыю, іграючы на кантрасце: **ноткі** – слова ўжытае ў памяншальнай форме, даволі мілагучнае, прыемнае, а слова-злучэнне **скрыпучыя ноткі** набывае непрыемнае гучанне, эпітэт **пагрозлівыя** ўзмацняе непрыемны скрыпучы гук, што выклікае яшчэ большы дыскамфорт у чытача; 2) *У філармоніі праходзіў справаздачны сход, дакладчык выступіў і садакладчык, пасля ў палеміцы **гарачай** прыняў удзел народ* («Вогнетушыцель») – у прыкладзе палеміка не проста вострая, а **гарачая**, значыць, эмоцыі палкія, людзі гатовыя спрачацца агрэсіўна, што выразна паказвае адносіны людзей да праблемы; 3) *І факты **вострыя, канкрэтныя** ды злыя, і не ў брыво, а ў вока далібог* («Адміністрацыйны кручок») – эпітэт **вострыя** ўказвае на тое, што факты з’яўляюцца трапнымі і з’едлівымі, запраста могуць параніць апанента, **канкрэтныя** – паказвае на дакладнасць доказаў, **злыя** азначае бязлітасныя, суровыя і непрыемныя для таго, супраць каго яны накіраваны; праз спалучэнне слоў **вострыя** і **злыя** аўтар перадае атмасферу бескампраміснасці, а фразеалагізм *не ў брыво, а ў вока* падкрэслівае абсалютную трапнасць, што яшчэ больш ўзмацняе экспрэсіўнасць кантэксту; 4) *Каб гаспадар твой спрах кудлаты! І прывялі такую **сакавітую** цытату, што ўсе зарагаталі навакол* («Бог і Казёл») – эпітэт **сакавітая** ў дадзеным кантэксце азначае ‘трапная, яркая, каларытная, вострая і вельмі выразная’ фраза, выраз у цэлым багаты на гумар і экспрэсію. Падобную экспрэсіўную функцыю эпітэтаў заўважаем і ў наступных радках з баек Э. Валасевіча: *Мяне краналі: і **птушыны** грай, і кветка, што з-пад снегу прарастала, і слёзы, што праліў ратай, і лёс Айчыны ў **жорсткі** час навалы* («Сэрца і камень»); *Ды на яго наскочыў злы Шчанюк: Гаў! Гаў! – і пыса тыц з разгону, аж іскры заскакалі уваччу, **калючы** боль у носе ён адчуў* («Шчанюк і Вожык»); *Вядома, ад такой **прачуленай** тырады, Нічыпар наш размяк* («Нічыпар»); *Воўк меры прымяніў **крутыя**, як кажуць пары даў* («Галавамыйка»).

Эпітэт можа звязвацца атрыбутыўнымі адносінамі са словамі, якія абазначаюць прадметы або з’явы, не суадносныя з пэўнымі прыметамі ў аб’ектыўнай рэчаіснасці, і тым самым выконвае арганізацыйную функцыю [2, с. 6]. У байках Э. Валасевіча знаходзім эпітэты з такой функцыяй: *Я навяду парадак свой **жалезны*** («Начальнік і Чайнік») – у рэчаіснасці парадак не можа быць зроблены з жалеза, гэты прыметнік нетыпова, метафарычна звязваецца з прыведзеным назоўнікам, каб перадаць прымету непакіснасці, абсалютнай дысцыпліны. Або яшчэ адзін прыклад: *А едакоў*

нас трое, і на акладзе не разгонішся адным. Жыццё ў казках толькі **залатое** («Каханне і жыгулі») – спалучэнне «залатое жыццё» цалкам пабудавана на атрыбутыўным пераносе: золата асацыюецца з багаццем, прымета пераносіцца з матэрыялу на абстрактнае паняцце.

Адна з істотных функцый эпітэта – стварэнне вобразнасці. Гэта агульная для ўсіх эпітэтаў функцыя – перадаць вобразную інфармацыю [2, с. 7]. У байках Э. Валасевіча прыкладаў таму шмат. Так, у сказе *Дзядзькі мажныя, здаравілы, такія б упрыгожвалі любы чэмпіянат, дзе багатырская патрэбна сіла* («Дэгустацыя») якасны эпітэт **мажныя** азначае буйныя, высокія, шыракаплечыя, дужыя целаскладам людзі. Гэта слова адразу малюе партрэт чалавека моцнага выгляду. Эпітэт **мажныя** «працуе» ў адным сінанімічным радзе з назоўнікам **здаравілы**. Разам яны і ствараюць у чытача выразны вобраз мужчын-волатаў. Эпітэт **багатырская (сіла)** мае прамую сувязь з фальклорным вобразам асілка. Гэта азначае не проста звычайную чалавечую моц, а сілу выключную. Э. Валасевіч выкарыстоўвае гэтыя эпітэты для стварэння партрэтнай вобразнасці. Выразнай вобразнай функцыяй вызначаюцца эпітэты і ў наступным кантэксце: ...*Нібы недарэчы, сухенькі, сівы, вузкаплечы рыбак дзед Міканор* («Залатая рыбка»). **Сухенькі** – эпітэт з выкарыстаннем памяншальна-ласкальнага суфікса *-еньк-*, які дадае, як здаецца, адценне спачування да ўзросту героя. Эпітэт указвае на фізічную хударлявасць, далікатнасць целаскладу старога чалавека. Эпітэт **сівы** прама паказвае на колер валасоў, які сведчыць пра глыбокую старасць і багаты жыццёвы вопыт дзеда Міканора. **Вузкаплечы** – эпітэт, які канкрэтызуе фізічны стан персанажа. Ён падкрэслівае, што стары выглядае далікатным і невялікім. Функцыя эпітэтаў у гэтым прыкладзе – стварэнне партрэтнай вобразнасці, прыведзеныя эпітэты працуюць разам на перадачу выразнага зрокавага вобраза. Аўтар не проста кажа «стары рыбак», а прымушае чытача імгненна ўбачыць перад сабой канкрэтную постаць – маленькага, старога чалавека.

У наступных прыкладах эпітэты перадаюць пачуцці, настрой, душэўнае хваляванне і тым самым выконваюць экспрэсіўна-эмацыянальную функцыю [2, с. 8]: *Пах у наветры плыў мядовы. Свяціла сонейка. Спявалі весела іпакі. Быў і ў жанчын настрой вясновы* («Камплімент са шпількай»). У дадзенай ілюстрацыі эпітэты не проста апісваюць надвор'е, а перадаюць душэўнае хваляванне і пачуццё бесклапотнага шчасця: слова **мядовы** стварае адчуванне фізічнага камфорту і салодкасці жыцця, а **вясновы** азначае радасць, лёгка, абуджаны, светлы стан душы, напоўнены чаканнем чагосьці прыгожага. Аўтар паслядоўна звязвае знешнія змены ў прыродзе з унутранымі зменамі ў чалавеку. Радасць навакольнага свету прыводзіць да таго, што і ў жанчын з'яўляецца адпаведны настрой.

Эпітэты могуць паведамляць пра каштоўнасць, вартасць прадмета, г. зн. выконваюць інтэлектуальна-ацэначную функцыю [2, с. 9]. Напрыклад: 1) *Пагонішся за шчасцем **казачным** нібыта – і апынешся ў разбітага карыта* («Каханне і жыгулі»). *Казачнае (шчасце)* – шчасце, якое бывае толькі ў казках: несапраўднае, перабольшанае, недасягальнае ў рэальным жыцці. Аўтар адсылае чытача да вядомай казкі: ганяцца за «казачным» або недасягальным шчасцем – значыць страціць нават тое малое, што меў. Аўтар ужывае эпітэт *казачны*, каб паказаць: пагоня за лёгкай, штучным поспехам заўсёды вядзе да маральнага ці матэрыяльнага краху. Слова «казачным» у ілюстрацыі выступае як сінонім памылкі, перасцерагаючы чытача ад сляпой веры ў цуды і прымушаючы цаніць рэальнае жыццё; 2) *З’явіўся Чалавек на свет... Ён быў **слабы, бездапаможны**, яго пакрыўдзіць мог звярына кожны, а катаклізмы – смерці **кволы** след* («Бог і цацка лёсу»). Грамадства звывала лічыць чалавека «вянцом стварэння», моцным і разумным. Аўтар праз эпітэты *слабы, бездапаможны* паказвае адваротнае. Чалавек ад нараджэння – не ўсеўладны, ён «ахвяра». Калі чалавек такі слабы, а катаклізмы нясуць небяспеку, то ад чалавека застаецца ўсяго толькі «кволы» (след). Гэта не проста факт – гэта ацэнка апісанага ў байцы чалавечага становішча.

Эпітэты ў байках Э. Валасевіча выражаюцца пераважна якаснымі прыметнікамі (*пагрозлівы, гарачы, востры, злы, круты, сакавіты, жорсткі, слабы, бездапаможны*), ад’ектываванымі дзеепрыметнікамі (*скрыпучы, калючы, прачулены*). Адносныя прыметнікі звычайна становяцца эпітэтамі пры метафарычным пераносе (*птушыны грай; велікасвецкая Ода*).

Найчасцей эпітэты ў байках Э. Валасевіча накіраваны на апісанне чалавека/персанажа, яго знешнасці, узросту, фізічнага стану, характару, манеры паводзін, напрыклад: *сухенькі, сівы, вузkapлечы, мажны, злы, старэнькая, сівагаловая* і інш. Аднак і для апісання абстрактных паняццяў у байках таксама ўжываецца значная колькасць эпітэтаў: *ясновы настрой, жорсткі час, залатое жыццё, казачнае шчасце, жалезны парадак*. Гэта адпавядае жанравай прыродзе байкі: яна павінна хутка стварыць запамінальны вобраз і вынесці маральны прысуд. Наступныя прыклады сапраўды пацвярджаюць запамінальнасць баечных вобразаў: *Даўным-даўно (не станем даты ўдакладняць) здарылася наступная прыгода: **велікасвецкая, напышлівая** Ода пакачала хіхікаць, шпількі падпушчаць* («Байка і Ода»); *У талентах каб разабрацца – утворана журы з **масцітых** знатакоў: Савы **вушастай, рыжай** Чаплі, Глушца, Цяцеры, Кажана, Луны **балотнага** ды Бацяна, якія бачылі не гэтакія спектаклі* («Дрозд і Варона»); *І перад мацёркай **старэнькай і сівагаловай** схіліў сваё павіннае чало* («Яечня на далоні»). У байках Э. Валасевіча эпітэты – яркі сэнсаўтваральны элемент і стылістычны сродак.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Гаўрош, Н. В. Слоўнік эпітэтаў беларускай мовы / Н. В. Гаўрош. – Мн. : Выш. шк., 1998. – 603 с.
2. Дзянісаў, У. С. Эпітэт як моўна-стылістычны сродак у беларускай мастацкай прозе : (марфалагічнае выражэнне і стылістычныя функцыі) : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.02.01 / Дзянісаў Уладзімір Сяргеевіч ; Гомел. дзярж. ун-т імя Ф. Скарыны. – Гомель, 1998. – 20 с.
3. Пазнякоў, М. П. Слоўнік эпітэтаў беларускай літаратурнай мовы : у 2 т. Т. 1: А–М / М. П. Пазнякоў. – Мн. : Літ. і Мастацтва, 2012. – 400 с.
4. Цікоцкі, М. Я. Стылістыка беларускай мовы : вучэб. дапам. для фак. журналістыкі / М. Я. Цікоцкі. – 2-е выд., перапрац. і дап. – Мн. : Універсітэцкае, 1995. – 294 с.

[К содержанию](#)

Г. Д. ВАСІЛЕВІЧ

Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – А. С. Кавалюк, канд. філал. навук, дацэнт

ЯНКА МАЎР ЯК ПЕРШААДКРЫВАЛЬНІК ПРЫГОДНІЦКАЙ ТЭМЫ Ў НАЦЫЯНАЛЬНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

Янка Маўр (Іван Міхайлавіч Фёдараў) – беларускі пісьменнік, перакладчык, адзін з пачынальнікаў беларускай дзіцячай літаратуры, заснавальнік навукова-пазнавальнага, навукова-фантастычнага і прыгодніцкага жанраў у нацыянальным мастацтве слова. Педагог, настаўнік гісторыі і географіі, ён стаў тым чалавекам, хто адкрыў для беларускага чытача акно ў свет вялікіх падарожжаў, неверагодных прыгод і далёкіх вандровак.

У той час, калі беларуская літаратура пераважна засяроджвалася на рэалізме, сацыяльных і гістарычных тэмах, Іван Фёдараў зрабіў смелы крок, вывеўшы беларускага героя за межы роднага краю. Яго творы «Чалавек ідзе», «У краіне райскай птушкі», «Палескія рабінзоны», «Сын вады» – гэта географічныя і прыгодніцкія раманы, поўныя экзатыкі і небяспекі. Выбіраючы тэмы для сваіх твораў, пісьменнік хацеў запаліць дзіцячае ўяўленне з дапамогай моцных мастацкіх вобразаў.

Першай навукова-фантастычнай кнігай Янкі Маўра для дзяцей стала апавесць «Чалавек ідзе». Створана яна ў 1924 г., надрукавана ў 1927 г. Аўтар паспрабаваў у мастацкіх вобразах намаляваць гістарычны шлях станаўлення чалавека. Але, у адрозненне ад іншых аўтараў, Янка Маўр не абмяжоўваўся толькі фантастыкай. Ён імкнуўся да мастацкага ўвасаблення навуковых палажэнняў Ф. Энгельса пра ролю працы ў стварэнні першабытнага

чалавека, у зараджэнні і развіцці яго мовы і мыслення. Менавіта ў гэтым была найвялікшая каштоўнасць твора [3, с. 19].

Аповесць больш падобная да навучальнага матэрыялу для школьнікаў, у ёй няма ніводнага дыялогу і ніводнай фразы ад першай асобы. Гэта і зразумела. Бо падзеі адбываюцца за мільён гадоў да нашай эры, калі толькі-толькі ўзніклі першыя продкі чалавека разумнага. У аповесці паўстае важная для тагачаснай эпохі тэма фарміравання чалавека. Пісьменнік шукаў заканамернасці, найважнейшыя рысы асобы і грамадства, якія забяспечылі выжыванне нашаму віду і далейшае развіццё соцыуму, культуры і г. д. Янка Маўр на прыкладзе аднаго племя, якое спачатку кіруецца інстынктам пошуку ежы, не маючы мовы і аналітычных здольнасцей, паказвае эвалюцыйны працэс узнікнення *homo sapiens*: *...Ра ўханіў палаючую галіну і смела кінуўся ўперад. Леў неяк жаласна піскнуў і знік у цемры. Людзям адлягло ад сэрца, і на тварах іх засвяціўся першы смех... Гэта засмяўся Чалавек-Пераможца. А леў і ўсе яго таварышы не могуць засмяцца і да гэтага часу...* [6, с. 62].

Аповесць «Чалавек ідзе» пераўзышла ўсе самыя смелыя чаканні і адкрыла Янку Маўру шлях у Беларускае дзяржаўнае выдавецтва, дзе ў 1928 г. пабачылі свет яго знакавыя прыгодніцкія творы «У краіне райскай птушкі» і «Сын вады». Гэтыя аповесці пісьменнік адносіў да «майнрыдаўскага блока». Аповесць «Сын вады» ў першым выданні 1928 г. мела падзаглавак, які ўказваў на месца дзеяння: «аповесць з жыцця Вогненнай Зямлі». Творы розныя па сваёй пабудове. Калі ў «Сыне вады» аўтар засяроджваецца толькі на драматычным лёсе дзевятнаццацігадовага Манга, што жадае «быць вольным, каб мець магчымасць плысці куды хочаш і заставацца там, дзе табе падабаецца» [5, с. 266], то ў аповесці «У краіне райскай птушкі» ён стварае шматплановае палатно, спалучаючы гісторыі розных герояў: прыгоды братоў-кітайцаў, лёсы экспедыцыі Скота і місіянера Саку. У гэтых аповесцях аўтар паказаў сябе як абаронца правоў народаў Паўночна-Заходняй Афрыкі, што адлюстравалася і ў яго псеўданіме – «Маўр». А імя Янка ўказвала на тое, што ён быў і застаецца сынам беларускай зямлі.

У 1930-я гг. Янка Маўр, нібы насыціўшыся «экзатычным», іншаземным матэрыялам, звярнуўся і да роднай жыццёвай рэальнасці, у якой дзейнічаюць юныя героі аповесці «Палескія рабінзоны». Выкарыстаўшы матыў рабінзанады, падказаны сусветна вядомым «Рабінзонам Круза» Д. Дэфо, Янка Маўр развенчваў псеўдарамантыку, захапленне экзотыкай далёкіх заморскіх краін, якія часта абарочваюцца няўвагай да свайго краю, няведаннем яго. Пісьменнік паказаў, што і пад небам Беларусі, у далёкіх і блізкіх яе кутках, ёсць свая, не заўважаная яшчэ рамантыка, свая нявыказаная прыгажосць [7]: *Яны даведалься,*

што ў Беларусі наогул, а ў іх раёне асабліва, ёсць шмат куткоў, не горшых ад заморскіх. Ёсць пушчы, не менш цікавыя, чымся далёкія трапічныя лясы. Ёсць азёры і балоты, якія ўвесну робяцца морамі. Ёсць звяры, якія радзей сустракаюцца на свеце, чым сланы і тыгры [4, с. 8]. Амаль праз стагоддзе аповесць не страціла сваёй актуальнасці.

Л. Алейнік у сваім артыкуле «Прыгодніцкая літаратура як прастора сацыялізацыі» [1, с. 21] выяўляе феномен «Палескіх рабінзонаў» у тым, што стрыжнявая дэтэктыўна-прыгодніцкая сюжэтная лінія ў творы выконвае функцыю своеасаблівай прынады для чытача, дамінуюць у аповесці перадусім маляўнічыя апісанні прыроды, дакладныя і па-мастацку выкладзеныя звесткі пра надзвычай багатую флору і фаўну Беларусі, пра геаграфічныя і кліматычныя асаблівасці нашай краіны.

Героі аповесці «Палескія рабінзоны» – навучэнцы тэхнікума Мірон і Віктар – вельмі розныя паводле характараў. Дзякуючы гэтаму кантрасту паміж героямі, аўтар пераканаўча паказвае, як важна людзям знаходзіць паразуменне ў любых абставінах.

Л. Алейнік таксама зазначыла, што надзвычайныя абставіны, у якія трапілі героі Янкі Маўра, абумоўлены іх рамантычнай неабачлівасцю. Абодва хлопцы неймаверна захапляліся прыгодніцкімі творамі Жуля Верна, Фенімора Купера ды іншых знакамітых пісьменнікаў, але ў роўнай меры цікавіліся прыродай роднай Беларусі. Яны доўга выпельвалі ідэю незвычайнага падарожжа па сваім краі, прагна жадалі яркіх адкрыццяў. На вясновых канікулах, якраз у час славутай палескай паводкі, «калі азёры і балоты зрабіліся морамі», сябры ўрэшце выправіліся на чоўне ў авантурную вандроўку. Але неспрактыкаваныя юнакі не ўлічылі, што пад вадой хаваюцца кусты і карчы, што ў разліве ўтвараюцца віры, таму зусім не дзіўна, што падарожжа неўзабаве пацярпела фіяска [1, с. 22].

З першых радкоў аповед зацягвае, ахутваючы атмасферай будучай небяспекі. Акалічнасці, у якіх апынуліся Мірон і Віктар, па-сапраўднаму бязлітасныя: у герояў няма ні запасаў правізіі, ні падручных сродкаў, каб здабыць ежу: *Агульная маёмасць была: махорка, скарынка хлеба, адна насавая хустачка, восем рублёў семдзесят чатыры капейкі грошай і чатыры запалкі ў расплясканым мокрым карабку [4, с. 16].*

Сюжэт аб выжыванні на востраве пабудаваны так, што чытач становіцца не староннім назіральнікам, а саўдзельнікам падзей. Ён у думках пераадольвае з героямі цяжкасці, вучыцца на іх памылках і адкрыццях, што непазбежна прымушае яго задумацца аб уласных жыццёвых арыенцірах. Гэтая ўнутраная змена герояў падкрэслена і знешне: усяго за некалькі дзён Мірон бачыць у сябру не ранейшага весялуна, а сталага мужчыну з жорсткім позіркам і маршчынамі. Выпрабаванні, што выпадаюць на долю хлопцаў,

аказваюцца значна больш суровымі за тыя, што апісаны ў кнігах. Таму кожны новы выклік патрабуе выключнай вынаходлівасці.

Амаль усе даследчыкі творчасці Янкі Маўра аднагалосны ў тым, што рэалізм і пераканаўчасць характараў – гэта ключавыя асаблівасці прозы гэтага мастака слова. Так, М. Яфімава адзначыла: «Юныя чытачы верылі ў рэальнае існаванне герояў аповесці “Палескія рабінзоны”. Яшчэ пры жыцці пісьменніка дзеці пыталіся пра далейшы лёс Віктара і Мірона: “Дзе яны жывуць цяпер?”, “Чым займаюцца?”, “Ці сябруюць, як раней?”, “Ці падарожнічаюць?”» [8, с. 210].

Даследчыца Э. Гурэвіч падкрэслівала, што «калі аснову ранейшых твораў пісьменніка складала часцей падзейнасць», то ў гэтай аповесці «аўтарская ўвага сканцэнтравана больш на саміх героях, якія адрозніваюцца сваімі індывідуальнымі характарамі» [2, с. 760–761].

Згуртаванасць, узаемаразуменне і адказнасць сяброў дазваляе ім перамагчы нават мацёрых злачынцаў. Аўтар паказаў, што прыгоды Віктара і Мірона не толькі дораць юным чытачам яркія эмоцыі і цікавыя звесткі пра прыроду, але і вучаць шукаць нестандартныя рашэнні і хутка адаптавацца да зменлівых абставін. Такім чынам, «Палескія рабінзоны» ператвараюцца ў прастору для самапазнання і сацыяльнага сталення, дапамагаючы назапашваць каштоўны досвед праз эмацыйнае ўзаемадзеянне з героямі.

Дзякуючы бязмежнай любові да дзяцей і энцыклапедычным ведам, Янка Маўр адкрыў для беларускага чытача свет фантастыкі і далёкіх вандровак. Ён вывеў літаратурнага героя з вузкай прасторы сялянскага побыту на шырокі геаграфічны і гістарычны абсяг. Маўр вучыў дзяцей бачыць прыгажосць і цуд у кожным кутку планеты – ад далёкага вострава Цэйлон да затопленых у павадцы палескіх пушч. Яго кнігі, напісаныя ў форме жывога дыялогу з юным пакаленнем, абуджаюць у сэрцах дзяцей нязгасную прагу да пазнання новых гарызонтаў.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Алейнік, Л. Прыгодніцкая літаратура як прастора сацыялізацыі / Л. Алейнік // Роднае слова. – 2023. – № 5. – С. 19–23
2. Гурэвіч, Э. С. Янка Маўр / Э. С. Гурэвіч // Гісторыя беларускай літаратуры ХХ ст. : у 4 т. / Нац. акад. навук Беларусі. Ін-т літаратуры імя Я. Купалы. – Мн. : Бел. навука, 2002. – Т. 2. – С. 747–770.
3. Мастацкі космас Янкі Маўра // Новы час. – URL: https://novychas.online/kultura/mastacki_kosmas_janki_maura. (дата звароту: 03.05.2026).
4. Маўр, Я. Збор твораў : у 4 т. Т. 4. / Я. Маўр. – Мн. : Маст. літ., 1976. – 408 с.
5. Маўр, Я. Палескія рабінзоны : аповесці / Я. Маўр. – Маўр, Я. Мн. : Юнацтва, 1993. – 432 с.
6. Маўр, Я. Чалавек ідзе / Я. Маўр // Чалавек ідзе : аповесці і апавяданні / Я. Маўр ; аўт. прадм. А. Я. Якімовіч. – Мінск, 1989. – С. 17–62.

7. Янка Маўр // Wikipedia. – URL: https://be.wikipedia.org/wiki/Янка_Маўр (дата звароту: 03.05.2026).

8. Яфімава, М. Б. Янка Маўр / М. Б. Яфімава // Беларуская дзіцячая літаратура : вучэб. дапам. ; пад агул. рэд. А. М. Макарэвіча, М. Б. Яфімавай. – Мн. : Выш. шк., 2008. – С. 197–220.

[К содержанию](#)

С. А. ВЕРЕМЕЙЧИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Б. Переход, канд. филол. наук, доцент

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ОТЦА В РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ И ПАРЕМИЯХ

В устойчивых единицах языка – фразеологизмах и поговорках – систематизируются базовые ценности, стереотипы и поведенческие модели, определяющие специфику национального мировоззрения.

Лексические единицы, обозначающие отца в русском языке, представляют собой разветвленную и стилистически дифференцированную систему, отражающую как степень родства, так и комплекс социальных, эмоциональных и культурных коннотаций. Центральное место в этой системе занимает наиболее универсальная и нейтральная лексема *отец*. Обращение к этимологическим словарям позволяет установить, что данная лексема образована с помощью суффикса *-ьць* (<-ькъ) от **отъ* – *отец* и первоначально имела значение «старший мужчина в роду», «защитник» [4, с. 318]. Стилистически лексема *отец* в разных своих значениях квалифицируется как нейтральная, книжная и официальная, что подтверждается ее использованием в качестве основного термина родства в юридических, исторических и религиозных контекстах.

На периферии лексической системы находятся просторечные, фамильярные и грубоватые номинации, к числу которых относятся *батя*, *батька*, *папаша*, *папка*. Особого внимания заслуживает диахронический аспект функционирования этих слов. Н. М. Шанский указывает, что слово *батя* является общеславянским и по происхождению представляет собой уменьшительно-ласкательную форму существительного *брат* с фонетическим изменением экспрессивно-эмоционального характера [4, с. 36]. Первоначально оно выполняло функцию обозначения родственника вообще, а затем окончательно закрепилось за отцом. В современных толковых словарях *батя* и *батька* квалифицируются как просторечные, иногда с пометой «фамильярное», однако в определенных контекстах – например, в военной среде или при обращении к пожилому уважаемому человеку – эти

номинации могут приобретать оттенок уважения и почтительности. В этом проявляется принципиальная амбивалентность образа [2, с. 43].

На уровне лексической парадигмы прослеживается фундаментальная закономерность: стилистические различия между номинациями отца обусловлены сферой употребления (семья, официальное общение, просторечие, жаргон), характером эмоциональной оценки (ласкательность, фамильярность, грубоватость, почтительность, ирония) и временной отнесенностью (архаизмы, историзмы, неологизмы).

В отличие от обширного и разнообразного фразеологического фонда с компонентом *мать*, фразеологизмы с компонентом *отец* (*папа*, *батюшка*, *батьа*) представлены в русском языке менее многочисленно. Их анализ позволяет выделить несколько ключевых тематико-семантических групп, каждая из которых раскрывает определенную грань образа отца.

Первая группа фразеологизмов связана с социальным, духовным и сакральным статусом отца. В эту группу входят выражения, где компонент *отец* восходит к церковной иерархии и патриархальному укладу: *духовный отец* – священник-духовник, *крестный отец* – духовный наставник, *святой отец* – обращение к священнослужителю, *отец семейства* – глава семьи. К этой же группе примыкает библейская заповедь *чти отца твоего и мать твою*, императивно закрепляющая принцип почитания родителей. В совокупности эти фразеологизмы формируют образ отца как носителя непререкаемого авторитета, духовного начала, моральной ответственности и родовой преемственности.

Вторая группа фразеологизмов и паремий отражает отношения *отец – сын*, которые по-разному интерпретируются в русском языковом сознании. С одной стороны, пословица *Каков отец, таков и сын* утверждает принцип прямой наследственной обусловленности характера, способностей и судьбы: дети, особенно сыновья, воспринимаются как прямое продолжение отца. С другой стороны, языковой материал фиксирует и противоположную точку зрения, подчеркивающую возможность отклонения от отцовского образца. Так, пословица *И от доброго отца родится бешена овца* вводит мотив непредсказуемости результата воспитания, а ироническое выражение *Ни в мать, ни в отца, а в проезжего молодца* констатирует полное несходство ребенка с родителями.

В третью группу входят фразеологизмы и паремии, связанные с жизненным циклом, ролью отца в судьбе детей и отношением детей к отцу в критических ситуациях. Эвфемизм смерти *отправиться к праотцам* отсылает к архаичному почитанию предков. Пословица *Вдовец – деткам не отец, а сам круглый сирота* подчеркивает принципиальную беспомощность мужчины, оставшегося без жены с детьми: он не может полноценно выполнять отцовские функции и сам нуждается в заботе.

Наиболее распространенной структурой среди именных фразеологизмов, объективирующих образ отца, является модель «прилагательное + существительное». В рамках этой модели выделяются, во-первых, единицы, обозначающие сакральные или высокие понятия (*крестный отец, святой отец, небесный отец* [3]), где определяющее прилагательное возводит образ отца к духовному, сакральному началу. Во-вторых, модель с притяжательными прилагательными, указывающими на родство и подобие (*папенькин сынок* [1, с. 253], *папина дочка* [1, с. 246]), где принадлежность отцу составляет ядро семантики единицы. Глагольные фразеологизмы представлены прежде всего моделью «глагол + именная группа», как в эвфемистическом обороте *отправиться к праотцам*.

Ключевым структурным элементом многих пословиц выступает антитеза. Она может строиться на противопоставлении родного отца и чужого воспитателя, как в пословице *Не тот отец, кто родил, а тот, кто вспоил, вскормил да добру научил*, где утверждается приоритет воспитания над биологическим родством.

Наряду с антитезой, важную роль играют анафорические повторы. Они служат для создания ритмичности и усиления аргументации. Характерен повтор конструкции *отец..., отец* в поговорке *Отец наказывает, отец и хвалит*, где анафора подчеркивает полноту отцовской власти, включающей как карательную, так и поощрительную функцию. Особую группу составляют восклицательные междометные фразеологизмы *Батюшки святы! Батюшка светлы!* [3, с. 46], которые представляют собой застывшие формы звательного падежа множественного числа, функционирующие как экспрессивные маркеры удивления, испуга или изумления.

Анализ фразеологических единиц позволяет выявить принципиально противоречивый, амбивалентный образ отца, сочетающий в себе черты авторитета, наставника и источника социального статуса с чертами строгости и отстраненности. Центральной семантической характеристикой выступает авторитет и социальная преемственность, реализуемая через метафору отца как родоначальника и источника традиций. Высокий, книжный стиль лексемы *отец* в сочетании с сакрализующими прилагательными (*небесный отец, духовный отец*) возводит земное отцовство к духовному началу, подчеркивая его священный статус.

Языковой материал фиксирует строгость и отстраненность отцовского образа. Эта характеристика передается через глагольные предикаты с семантикой наказания и поучения: *Отец сына не на худо учит*. Принципиально важно, что строгость отца осмысливается не как жестокость, а как необходимая воспитательная мера.

Сопоставление с образом матери вскрывает фундаментальную асимметрию: мать в русской фразеологии предстает как источник жизни

и безусловной эмоциональной поддержки, отец – как источник закона, порядка и социальной преемственности. Структурное разнообразие фразеологических единиц – от простых именных моделей до сложных паремий, построенных на антитезе, параллелизме и анафоре, – служит формальным инструментом закрепления и трансляции культурных смыслов. Семантика образа отца представляет собой сложный синтез возвышенного и бытового, авторитарного и критического начал, что в совокупности формирует многомерную, реалистичную и культурно значимую модель отцовства в русской языковой картине мира.

Список использованной литературы

1. Академический словарь русской фразеологии / А. Н. Баранов, М. М. Вознесенская, Д. О. Добровольский [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЛЕКСРУС, 2015. – 1168 с.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов. – 28-е изд., перераб. – М. : Мир и Образование, 2018. – 1375 с.
3. Федоров, А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка : ок. 13 000 фразеологических единиц / А. И. Федоров. – М. : Астрель : АСТ, 2008. – 878 с.
4. Шанский, Н. М. Краткий этимологический словарь русского языка / Н. М. Шанский, В. В. Иванов, Т. В. Шанская ; под ред. С. Г. Бархударова. – М. : Просвещение, 1975. – 543 с.

[К содержанию](#)

А. А. ВЕЧОРКО

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л. А. Годуйко, канд. филол. наук, доцент

НОМИНАЦИОННЫЕ РЯДЫ ПЕРСОНАЖЕЙ РОМАНА Е. ВОДОЛАЗКИНА «ЛАВР»

Язык антропоцентричен, потому что он создан человеком, обслуживает человека, отражает объективную реальность в его интерпретации, формирует языковую картину мира. В центр последней помещен человек в многоликости его свойств, социальных ролей, действий, что вербализовано обширной группой личных наименований.

Один из аспектов изучения данных языковых единиц – исследование собственных и нарицательных номинаций литературного героя в художественном тексте. Они не только выполняют идентифицирующую функцию, но и обладают культурно-семиотической, стилистической, художественно-образной значимостью, участвуя в формировании смысловой структуры произведения. Совокупность наименований, относящихся к персонажу,

составляет **номинационный ряд** (НР). Его конститuentы помогают читателю уловить акценты, понять авторский замысел [4].

Яркой иллюстрацией того, как НР раскрывают систему образов, служит роман Е. Водолазкина «Лавр» (2012), сочетающий историческое, философское и религиозное повествование и стилизованный под агиографический жанр. В древнерусской житийной традиции имя святого меняется в зависимости от этапа духовного пути: мирское имя сменяется монашеским, а затем – агионимом, под которым герой почитается в народной памяти. Е. Водолазкин опирается на эту традицию, адаптируя ее к современному роману. Именно поэтому в «Лавре» НР персонажей приобретают особую значимость: они фиксируют духовную эволюцию героев, их движение от греха к святости, от мира к Богу.

Для анализа мы выбрали НР четырех ключевых действующих лиц: *Арсения* (главного героя, смена наименований которого образует сюжетную ось произведения), *Христофора*, *Устины* и *Амброджо Флеккиа*.

НР **Арсения** (*Арсений – Рукинец – Врач – Устин – юродивый – человеке Божий – Амвросий – Лавр*) отражает этапы его духовного становления. Смена личных номинаций не формальна: каждая соотносится с определенным этапом жизни персонажа, с его восприятием окружающими.

Начальной антропонимической номинацией героя является имя *Арсений* (греч. ‘мужественный’ [3, с. 40]). Герой получает его при крещении в честь *Арсения Великого* – христианского святого, известного своим подвигом молчания и безмолвия. Сам Е. Водолазкин прямо указывает на эту связь: *Он помнил слова Арсения Великого: много раз я сожалел о словах, которые произносили уста мои, но о молчании я не жалел никогда* [1, с. 8]. Под этим именем герой живет в детстве и юности: «*Арсений был третьим ее ребенком*» [1, с. 13]. Итак, данный антропоним связан с мирским существованием Арсения, с включенностью в родственные и социальные связи.

Имя *Рукинец* носит оттопонимический характер, отсылает «к Рукиной слободке, месту, где он появился на свет» [1, с. 7]. *Рукинцем* персонаж был для людей, приходящие издалека: «*Так чужие называли рукинских слобожан*» [1, с. 62]. Антропоним (в средневековой Руси подобные прозвища были распространены) подчеркивает укорененность героя в народной среде, а со временем приобретает дополнительный смысловой оттенок: когда слава об удивительных врачебных способностях Арсения распространилась, имя стало ассоциироваться с целительными руками. Таким образом, номинация *Рукинец* разноплановая, актуализирующая и происхождение героя, и его дар помогать людям, «*облегчать боль возложением рук*».

Антропоним *Врач* фиксирует профессионально-социальную функцию главного персонажа и становится доминирующим в период его активного служения людям: «*Но большинству этот человек был известен под*

прозвищем *Врач*» [1, с. 7]. В средние века врачевание понимается не только как лечение тела, но и как форма духовного служения: «*Веруй Господу и Пречистой Его Матери и обрящещи помощь*» [1, с. 35]. Жизнь Арсения еще раз подтверждает: *врач* – это призвание, искра Божья.

После смерти его возлюбленной, Устины, в самоидентификации героя происходит перелом, что выражается в принятии имени *Устин* (лат. ‘справедливый’ [3, с. 350]). Акт самоназвания носит покаянный характер: Арсений сознательно отказывается от собственного «я» и начинает жить жизнью той, чью смерть считает своей виной. *Устином* сначала называет себя сам, затем – и окружающие.

Этап юродства (так называют публичную симуляцию сумасшествия, добровольного уничтожения, форму духовного подвига) обозначается в романе номинацией *юродивый*, которая закрепляется за героем сразу после его встречи с юродивым Фомой: *Ага, вижу, что ты есть самый настоящий юродивый* [1, с. 178]. Как отмечает исследователь одной из самых радикальных форм христианской аскезы С. А. Иванов, «задача юродства – показать, что вроде бы очевидное в действительности обманчиво» [2]. Такой период наступает в жизни героя, когда он приходит в Псков и начинает жить при Иоанновском монастыре.

С номинацией *человец Божий* связано сакральное осмысление образа Арсения окружающими. Так его именуют, признавая святость, жители Пскова, сестры монастыря, калачник Самсон: *Человек Божий, понимаешь* [1, с. 213].

Принятие монашеского имени *Амвросий* (греч. ‘бессмертный’ [3, с. 32]) знаменует окончательный отказ от мирской жизни и вступление на стезю монашества.

Итоговая номинация главного героя – *Лавр* (лат. ‘лавровое дерево’). В христианстве это растение символизирует воскресение. Старец Иннокентий поясняет: *Будучи вечнозеленым, оно знаменует вечную жизнь* [1, с. 405].

Очевидно, что НР Арсения отражает его непростой путь – от мирской идентичности через покаяние и юродство к монашеству и святости.

Номинационный ряд **Христофора** (*Христофор* – *дед* – *травник* – *старец* – *Рукинец*) раскрывает образ в разных ипостасях. Антропоним *Христофор* (греч. ‘носящий Христа’) подчеркивает значимость персонажа как наставника, передающего знание и веру внуку Арсению. Второе обозначение – *дед* – актуализирует родственную связь и воспитательную роль Христофора как хранителя родовой памяти. Номинация *травник* дана по роду деятельности; именно у этого народного целителя Арсений учится врачебному делу. Наименование *старец* указывает не столько на возраст, сколько на духовный авторитет: Христофор – не монах, но наставник. Прозвище *Рукинец* применительно к этому герою, имея локативное значение, сближает именуемого с местом происхождения, с крестьянством, а также еще

раз подчеркивает связь Христофора с внуком – и кровную, и духовную, и профессиональную. Таким образом, в отличие от динамичного НР Арсения, где смена имен маркирует восхождение к святости, НР Христофора статичен и являет собой не эволюцию, а многогранный портрет «праведника в миру», показанного в разных социальных ролях.

НР Устины (*Устина – любовь – жена – любовь моя – вечная невеста – бедная девочка*, которая умирает при родах) вербализует изменение ее восприятия главным персонажем: от конкретной девушки до отождествления с любовью, признания женой и, наконец, сакрального символа. Основная номинация героини – антропоним *Устина* (лат. ‘справедливая’). Под этим именем она входит в роман, и именно ее смерть становится толчком к духовному преображению Арсения. Однако для последнего это не просто девушка, которую он не смог спасти: постепенно она превращается в олицетворение самого чувства любви (номинация *любовь*). В тексте прямо сказано: *Устина была любовью, а любовь – Устиной* [1, с. 74]. Наименование *жена* Арсений использует при всех на кладбище, называя так Устину, хотя они не были венчаны. После ее смерти постоянно обращается как к живой собеседнице – *Любовь моя*. Сакральная номинация *вечная невеста* переводит отношения героев в план вечной жизни: Устина остается невестой Арсения не в земном, а в небесном измерении. Оценочное обозначение *бедная девочка* подчеркивает сиротство, хрупкость героини, трагизм ее судьбы. Именно такой НР объясняет, почему умершая возлюбленная становится главным «двигателем» духовного пути Арсения–Лавра: каждое новое именование сохраняет ее присутствие в сознании героя, превращает ее из объекта жалости в сакральный ориентир. Устина не уходит в небытие, а, напротив, через смену номинаций обретает все более высокий смысл – от земной девушки до вечного символа, ради которого герой совершает свои подвиги.

НР Амброджо Флеккиа (*Амброджо Флеккиа – Амброджо – отрок*) является самым кратким. Стоящий за персонаж – потомственный винодел, «родился в местечке Маньяно», итальянский спутник Арсения в паломничестве в Иерусалим, alter ego главного героя (к слову, последний, приняв постриг, берет имя, созвучное имени *Амброджо*), философский собеседник, задающий «вечные» вопросы... Полная формула (имя + родовое прозвище) названия персонажа подчеркивает его культурную укорененность в европейском Ренессансе. Этимология антропонима (греч. ‘бессмертный’), способность преодолевать огромные расстояния выводят данный образ за пределы линейного времени (*задумчиво смотрел на север. Он видел шторм в Белом море 1 октября 1865 года*), акцентируют стремление *Амброджо* достичь духовного просветления. Номинация *отрок* ограничена юношескими эпизодами (*Отрок послушно выполнял все, что ему*

предписывалось...) и лишь констатирует возраст (ср. с аналогичным периодом в жизни Арсения, когда тот проходит путь духовной трансформации). К слову, после отъезда Амброджо из Маньяно эта номинация в романе больше не встречается.

Таким образом, НР в романе Е. Водолазкина организованы вокруг героя, чье имя вынесено в заглавие. Лавр (он же Арсений, Амвросий и др.) – смысловой центр произведения, а остальные персонажи выполняют комплементарную по отношению к главному персонажу роль: Христофор олицетворяет истоки, передаваемую традицию; Устина становится нравственным импульсом к преображению; Амброджо задает философскую, вневременную перспективу. Все вместе они образуют систему номинаций, которые не столько описывают каждого героя отдельно, сколько подсвечивает разные грани главного действующего лица, его путь – от личной трагедии через покаяние к святости.

Список использованной литературы

1. Водолазкин, Е. Г. Лавр : роман / Е. Г. Водолазкин. – М. : АСТ, 2014. – 440 с.
2. Свердловская областная универсальная научная библиотека имени В. Г. Белинского : [сайт]. – Екатеринбург, 2011. – URL: https://book.uraic.ru/news_topic/ (дата обращения: 25.04.2026).
3. Суперанская, А. В. Современный словарь личных имен: Сравнение. Происхождение. Написание / А. В. Суперанская. – М. : Айрис-пресс, 2005. – 384 с.
4. Школа писательского и поэтического мастерства: [сайт]. – Самара, 2014. – URL: <https://schoolofcreativewriting.wordpress.com/2014/05/17> (дата обращения: 26.01.2026).

[К содержанию](#)

А. М. ВОЛОДЬКО

Минск, БГУ

Научный руководитель – Е. И. Абрамова, канд. филол. наук, доцент

СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦИОННАЯ СПЕЦИФИКА ПРЕСС-РЕЛИЗОВ БГУ

В современных условиях высшие учебные заведения выступают активными субъектами медиапространства, для которых оперативная и эффективная коммуникация со средствами массовой информации является важнейшим инструментом формирования и поддержания публичного капитала. Для Белорусского государственного университета (далее – БГУ) пресс-релиз является ключевым инструментом PR-деятельности. Он используется для оперативного информирования

СМИ и общественности о важнейших событиях, научных разработках и академических достижениях вуза.

Пресс-релиз, оставаясь базовым и наиболее востребованным PR-текстом, сегодня претерпевает существенные изменения. Переход от классической прямой рассылки в редакции к публикации на официальных корпоративных сайтах требует адаптации структуры текста к условиям веб-коммуникации. Возникает необходимость учитывать паттерны визуального сканирования текста пользователями, внедрять элементы поисковой оптимизации (SEO) в заголовки, использовать гипертекстовые ссылки и поликодовые (мультимедийные) элементы.

Изучение актуальных материалов пресс-службы Белорусского государственного университета позволяет проследить, как классические каноны жанра пресс-релиза трансформируются и дополняются новыми функциональными особенностями на практике.

Цель данной статьи – выявить особенности структурно-композиционной организации пресс-релизов Белорусского государственного университета. Материалом исследования послужили 13 пресс-релизов БГУ, опубликованных на официальном сайте учреждения (bsu.by) за период с февраля по апрель 2026 г. Из них 8 относятся к категории пресс-релизов-анонсов и 5 текстов представляют собой новостные пресс-релизы. Преобладание анонсирующих материалов объясняется спецификой работы университетской пресс-службы, ориентированной на информирование целевой аудитории о планируемых мероприятиях с целью привлечения участников и обеспечения максимального медийного охвата.

Структурно-композиционная организация канонического пресс-релиза характеризуется сочетанием высокой стандартизованности и функциональной гибкости. В основе композиции лежит принцип «перевернутой пирамиды», заимствованный из новостной журналистики и адаптированный к задачам PR. Он предполагает изложение наиболее значимой информации в начале текста, с постепенным снижением информационной ценности фактов к концу документа. Базовый набор элементов включает: «шапку», заголовок, лид-абзац, основную текстовую часть, цитаты представителей организации, справочный блок об организации и контактную информацию для СМИ.

Анализ показывает, что пресс-релизы БГУ в целом следуют классической композиционной схеме, однако их функционирование в цифровой среде накладывает определенный отпечаток на структуру и синтаксическую организацию текстов.

Заголовок пресс-релиза представляет собой первый и наиболее заметный структурный элемент, концентрирующий тему и смысловой фокус сообщения. В проанализированных материалах БГУ заголовки

последовательно реализуют информативную функцию, избегая рекламных слоганов, риторических вопросов и избыточной экспрессии.

Для анонсирующих пресс-релизов характерна модель заголовка с глаголом будущего времени или настоящего времени в значении запланированного будущего: «Конкурс стартап-проектов “Бизнес-идея” стартует в БГУ» (07.04.2026 г.), «Турнир по информатике и веб-программированию пройдет в БГУ» (30.03.2026 г.), «Фестиваль Навруз пройдет в БГУ» (24.03.2026 г.), «Выставка «Мир глазами женщин» пройдет в БГУ» (18.02.2026 г.). Использование глагола «пройдет» или «стартует» в сочетании с указанием локации «в БГУ» формирует устойчивую синтаксическую модель, легко считываемую адресатом.

В новостных пресс-релизах, сообщающих о состоявшихся событиях, заголовок строится с использованием глагола прошедшего времени совершенного вида: «Выставка “Под одним небом” открылась в БГУ» (04.03.2026 г.), «Республиканская школа китаеведения открылась в БГУ» (04.03.2026 г.). Совершенный вид глагола указывает на завершенность действия и его результативный характер.

Отличительной чертой заголовков в электронных пресс-релизах БГУ является их двойная функциональность. Помимо традиционной задачи – привлечения внимания и передачи сути новости, заголовок в цифровой среде выполняет функцию поисковой оптимизации. Формулировки заголовков содержат ключевые слова, по которым целевая аудитория может найти материал через поисковые системы «кибербезопасность», «стартап-проект», «китаеведение», «олимпиада по математике». Данная особенность отсутствует в классических пресс-релизах, распространяемых путем прямой рассылки в редакции СМИ, и представляет собой адаптацию жанра к условиям интернет-коммуникации.

Подзаголовок в проанализированных материалах используется факультативно. В тех случаях, когда он присутствует, его функция сводится к уточнению тематического фокуса или указанию на масштаб мероприятия.

Лид-абзац является смысловым ядром пресс-релиза и ключевым элементом его композиции. В соответствии с классическими требованиями жанра лид должен строиться по формуле «5W + 1H», давая ответы на вопросы о том, кто является участником или организатором события, что именно происходит или произойдет, когда и где состоится мероприятие, почему оно проводится и каким образом будет организовано.

Анализ лид-абзацев пресс-релизов БГУ показывает высокую степень соответствия данному стандарту. Так, в пресс-релизе «Конкурс стартап-проектов “Бизнес-идея” стартует в БГУ» (07.04.2026 г.) лид-абзац формулируется следующим образом: «Конкурс финансово-экономических стартап-проектов “Бизнес-идея” стартует в БГУ. Соревнование направлено

на выявление перспективных бизнес-решений и развитие творческих способностей обучающихся». В данном фрагменте представлены ключевые компоненты информационной формулы: организатор (БГУ), событие (конкурс стартап-проектов), локация (в БГУ), цель (выявление бизнес-решений и развитие способностей). Временной компонент вынесен в следующий абзац, что не противоречит композиционной логике и позволяет сохранить лаконичность лида. Синтаксическая структура лид-абзаца отличается прозрачностью: два простых предложения с прямым порядком слов, отсутствие громоздких причастных и деепричастных оборотов.

Синтаксическая организация лид-абзацев в проанализированных пресс-релизах отличается последовательным стремлением к компрессии информации. Авторы избегают сложных синтаксических конструкций, отдавая предпочтение простым предложениям с прямым порядком слов. Такая стратегия обеспечивает легкость визуального сканирования текста, что особенно важно в условиях цифровой среды, где пользователь часто просматривает материал по диагонали, выхватывая ключевые слова и фразы.

Цитаты должностных лиц и экспертов активно используются в пресс-релизах БГУ для придания тексту авторитетности и внесения элементов сдержанной оценки без нарушения общего нейтрального тона изложения. В анонсирующих пресс-релизах цитаты отсутствуют, что объясняется жанровой спецификой: на этапе анонса основная задача текста – сообщить о предстоящем событии и условиях участия, а не давать комментарии постфактум. В пресс-релизе «Конкурс стартап-проектов “Бизнес-идея” стартует в БГУ» (07.04.2026 г.) прямая речь не используется, вся информация излагается от третьего лица.

Цитата, атрибутированная конкретному должностному лицу, придает сообщению достоверность и авторитетность. В пресс-релизе «Выставка “Под одним небом” открылась в БГУ» (04.03.2026 г.) приводятся два развернутых высказывания: проректора по идеологической и воспитательной работе Анны Бакун и самой художницы Миланы Соньер. Указание должности и полного имени говорящего исключает анонимность и формирует у адресата представление об официальном характере информации.

Функционирование пресс-релизов на официальном сайте университета обуславливает ряд отличий от классических пресс-релизов, распространяемых путем прямой рассылки в редакции СМИ или посредством личной доставки.

Первое отличие касается справочного блока. В классическом пресс-релизе данный элемент является обязательным и содержит краткие сведения об организации: официальное название, профиль деятельности, ключевые достижения. В пресс-релизах, размещенных на сайте БГУ, развернутый

справочный блок, как правило, отсутствует или редуцирован до указания на конкретное подразделение-организатор. Это объясняется тем, что читатель уже находится на информационном ресурсе университета и имеет доступ к общей информации об учреждении через навигационное меню сайта.

Второе отличие связано с наличием гипертекстовых элементов. В классическом пресс-релизе, распространяемом в печатном виде или в формате текстового файла, все необходимые сведения должны быть включены непосредственно в тело документа. В электронных пресс-релизах БГУ часть информации выносится за пределы основного текста и оформляется в виде гиперссылок. Так, в пресс-релизе «Конкурс стартап-проектов “Бизнес-идея” стартует в БГУ» (07.04.2026 г.) фраза «Подробнее об условиях участия в конкурсе можно узнать в “Положении”» содержит гиперссылку на соответствующий документ. Гиперссылка выполняет функцию, аналогичную отсылочной части в деловой документации, но реализует ее техническими средствами цифровой среды.

Третье отличие заключается в наличии визуальных элементов, интегрированных в структуру пресс-релиза. На сайте БГУ пресс-релиз может сопровождаться фотографией или иным визуальным контентом, который размещается над заголовком или в начале текста. Данный элемент не является частью вербального текста пресс-релиза, однако влияет на его восприятие и выполняет аттрактивную функцию.

Четвертое отличие проявляется в оформлении метаданных. Электронный пресс-релиз на сайте БГУ сопровождается указанием даты публикации, которая выносится перед заголовком и выполняет функцию хронологической маркировки. В классическом пресс-релизе дата рассылки указывается в «шапке» документа наряду с другими реквизитами. В цифровой среде дата публикации приобретает дополнительное значение: она участвует в формировании ленты новостей и влияет на ранжирование материала в поисковой выдаче.

Проведенный анализ показывает, что структурно-композиционная организация пресс-релизов БГУ демонстрирует как следование классическим канонам жанра, так и адаптацию к условиям цифровой коммуникации. Отличительными чертами электронных пресс-релизов БГУ являются редукция справочного блока, наличие гиперссылок, интеграция визуальных элементов и особое оформление метаданных.

[К содержанию](#)

А. Э. ГОНЧАРИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л. А. Годуйко, канд. филол. наук, доцент

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ГЕОРТОНИМИИ БЕЛАРУСИ

В последние десятилетия русский язык демонстрирует интенсивное обновление, и одним из его путей выступает словообразование, в т. ч. с установкой на языковую игру. «Средством и результатом словообразовательной игры становятся... новообразования, которые отсутствуют в лексической системе языка. ...игра способна значительно усилить воздействие на сознание массовой аудитории...» [4, с. 24]

В специальной литературе словообразовательная языковая игра (далее – СЯИ), как и в целом языковая игра, трактуется неоднозначно: «В широком смысле она включает: 1) создание новообразований – окказиональных или потенциальных слов; 2) концентрацию на небольшом пространстве текста одноструктурных или однокоренных слов; 3) актуализацию контраста между морфемами или моделью и ее наполнением; 4) изолированное употребление аффикса; 5) псевдовосстановление производящей основы; 6) субституцию и вставки». В узком смысле СЯИ – это «сознательное обнажение словообразовательной структуры слова посредством реконструкции деривационного акта или объединения в одном контексте однокоренных слов, характеризующихся разными формантами» [1, с. 338]. В данной работе мы придерживаемся широкого подхода к пониманию исследуемого явления. Отметим, что СЯИ востребована в деривации не только апеллятивов, но и имен собственных (далее – ИС) периферийных разрядов.

В поле нашего внимания попали геортонимы [2, с. 48] – ИС торжеств, фестивалей, иных студенческих массовых мероприятий, праздников в учреждениях высшего образования Беларуси (более 800 онимов). Базой для СЯИ в зафиксированных номинациях являются узуальные и неузуальные способы деривации.

1) В нашей выборке геортонимы (отдельные компоненты в их структуре), демонстрирующие СЯИ, немногочисленны и образованы двумя **узуальными способами** – аффиксацией и сложением.

Аффиксация представлена лишь:

а) префиксацией (1): *конкурс сюжетных рисунков (комиксов) по тематике достижения ЦУР «Супергерои для суперцелей»* (авторское новообразование вполне вписывается в такой активный деривационный процесс, как именная префиксация, и использует продуктивный формант –

интернациональную приставку *супер-* со значением ‘высокая, максимально возможная степень’). Ключевой игровой прием в геортониме – дублирование префикса (обыгрывание его словообразовательного типа) в обоих компонентах геортонима, актуализация экспрессивного, ассоциативного потенциала последнего – и эта гиперболизация (‘все и всё *супер!*’) многократно подчеркивает значимость, масштаб именуемого события, обеспечивая запоминаемость, легкость произнесения ИС массового торжества;

б) суффиксацией (1): *акция «Трёшки»* (от порядкового числительного *третий*: мероприятие проходило в общежитии № 3, а геортоним метонимически актуализирует значение ‘студент, проживающий в общежитии № 3’, указывая на участников акции).

Сложение в образовании геортонимов востребовано в большей степени (10) и представлено преимущественно основословосложением (с использованием интернациональных основ): *конкурс «Агромастерство»*, *ярмарка «Агроосень 2020»* (компонент *агро-* отсылает нас к месту проведения массового мероприятия, к месту обучения его участников. Так, первое ИС называет соревнования для учащихся учреждений среднего специального образования *сельхозпрофиля*, направленное на повышение престижа *аграрных* профессий и развитие профессиональных навыков; мероприятие традиционно проводится на базе ведущих профильных вузов Беларуси, таких как БГАТУ и ГАУ); *международный фестиваль искусства «ART-MINSK»*, *конкурс цифрового творчества студентов «АРТ-ПОРТАЛ»* (первый компонент ИС объективирует *творческую* специфику именуемых проектов), *конкурс «ТехноИнтеллект»* (республиканский конкурс посвящен *научно-техническому* творчеству учащейся молодежи). В целом сложные слова, выступая в качестве / в структуре геортонимов, обеспечивают информативность последних, позволяют достаточно полно характеризовать объект номинации и в то же время имеют богатые возможности для эмоциональной выразительности.

2) Зафиксированы и **окказиональные способы** создания номинаций студенческих массовых торжеств, а именно:

а) **субституция** – замещение одного сегмента мотивирующего слова другим (1): *физкультурно-спортивный праздник «ЗОЖги»*. В геортониме начальный элемент *зж-* (формы повелительного наклонения) замещается аббревиатурой *ЗОЖ* (она графически поддерживается с помощью прописных букв); подобная субституция приводит к семантической контаминации, в результате которой сливаются два значения: *зжечь* ‘воспламенить, привести в состояние горения’ и *ЗОЖ* ‘здоровый образ жизни’. Имядатели сознательно идут на нарушение орфографической нормы, визуализируя столкновение «высокого» (культ здоровья, социальная норма) и «низкого» (игровое, хулиганское начало, свойственное студенческой

среде). Такое нетиповое решение одновременно и привлекает внимание (нарушение нормы всегда заметно) к ИС, и снижает его официальность;

б) **виртуальная деривация** (а именно **дефисация**) (1), «при которой одна оболочка служит обозначению двух и более слов» [3, с. 109], нередко с целью придать окказиональному деривату новый, рекламный смысл (1): *вечер классической музыки «Форте-пиано»*. Имядатели проекта этимологизировали мотивирующий апеллатив: название музыкального инструмента было заимствовано в XIX в. из итальянского языка, в котором возникло на базе двух слов: *forte* ‘громко’, *piano* ‘тихо’. В результате в ИС вечера возникает эффект семантического контраста: два противоположных по смыслу музыкальных термина разъединяются-объединяются. Таким образом организаторы приглашают слушателей насладиться *всей палитрой* мелодий и обыгрывают *широкие* ассоциативные возможности классической музыки: и драматизм, и лиризм, и напряженность, и умиротворение;

3) **дезаббревиация** – сознательная расшифровка уже существующих аббревиатур с созданием новых, часто шуточных или ироничных вторичных номинаций. Интересно, что раскодированию (побуквенному расщеплению) по аббревиатурному типу подвергаются, как в нашем случае, и обычные слова (не аббревиатуры) (1): *информационно-образовательный проект «ШАГ» («Школа Активного Гражданина»)*. Данная новая (иногда в лингвистике используют термин *ложная*) аббревиатура омонимична узуальному слову. Примечательно, что апеллатив *шаг* в узусе актуализирует архетипические смыслы ‘поступательное развитие’, ‘структурированность’, ‘преодоление преград’. И в ИС весьма удачно – через указание на личностный *рост, постепенное, но постоянное, шаг за шагом, движение вперед, вверх* – обучающимся подается идея гражданской ответственности.

Таким образом, СЯИ представлена в анализируемом сегменте геортонимии Беларуси немногочисленными примерами. Однако обращение к узуальным и окказиональным способам деривации позволяет номинаторам студенческих проектов создать уникальные, обращающие на себя внимание, запоминающиеся ИС. Последние достаточно информативны (особенно лексемы-компози́ты за счет компрессии смысла), а также порождают различные ассоциации, коннотации, что позволяет геортониму воздействовать на целевую аудиторию, формировать ее определенное отношения к именуемому массовому торжеству.

Список использованной литературы

1. Николина, Н. А. Словообразовательная игра в художественном тексте / Н. А. Николина // Язык. Культура. Гуманитарное знание. Научное наследие Г. О. Винокура и современность. – М. : Научный мир, 1999. – С. 337–346.
2. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – 2-е изд. – М. : Наука, 1988. – 187 с.

3. Попова, Т. В. Неология и неография современного русского языка : учеб. пособие / Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 168 с.

4. Рацибурская, Л. В. Коммуникативные риски в современном медийном словотворчестве : учеб. пособие / Л. В. Рацибурская, Д. В. Соловьева. – М. : Флинта, 2021. – 168 с.

[К содержанию](#)

А. В. ГОРНАК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

НЕСЛОВАРНЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕНИИ

Современный этап развития русского языка характеризуется высокой динамичностью, что прежде всего заметно в интернет-пространстве. Виртуальная среда выступает естественной площадкой для развития лексики, где постоянно возникают и закрепляются новые слова, еще не нашедшие определения в традиционных справочниках и словарях.

Актуальность нашего исследования определяется тем, что цифровая коммуникация в социальных сетях стала мощным стимулом для интенсивного появления новых лексем, многие из которых еще не зафиксированы в нормативных словарях.

Цель нашего исследования – установить специфику образования и функционирования несловарных прилагательных в интернет-среде. Материалом для исследования послужила выборка в объеме 100 единиц из Национального корпуса русского языка [1].

Семантический анализ собранного материала показывает, что несловарные прилагательные охватывают практически все стороны жизни современного человека. В нашей выборке зафиксированы единицы, относящиеся к разнообразным сферам, причем наиболее интенсивно процесс словообразования идет в следующих областях:

– «**Психология**» (12 слов): *межпоколенческий, внутриличностный, ненапряжный, аффективно-параксизмальный, жесткосердечный, саморазрушающий, дефицитарный, эмпатичный, терапевтический, копиумный, интервизионный, переживательный*. Большое количество прилагательных данной тематики объясняется глобальным трендом на «психологизацию» сознания. В социальных сетях и блогах активно обсуждаются темы ментального здоровья, самопознания и межличностных отношений.

– **«Наука»** (12 слов): *супратемпоральный, немиелинизированный, интерперсональный, префронтальный, иммунокомпрометированный, нейровизуализационный, орбитофронтальный, биоразлагаемый, низкопороговый, контейнируемый, лимбический, адронный*. Популярность научной сферы в интернет-коммуникации связана с развитием формата «научпоп» (pop-sci). Образовательный контент, лекции и статьи в сети требуют адаптации сложной терминологии. Несловарные прилагательные здесь часто возникают как результат упрощения или, наоборот, расширения научных понятий.

– **«Косметология»** (12 слов): *постпроцедурный, полимолочный, носогубный, культуральный, эссенциальный, нитевый, парфюмированный, лифтинговый, гиалуроновый, глутаминовый, муссовый*. Сфера бьюти-индустрии является одной из самых коммерчески активных в интернете. Ежедневное появление новых косметических продуктов, процедур и стандартов ухода требует оперативного подбора определений. Интернет-тексты в этой сфере становятся площадкой для быстрого закрепления неологизмов, описывающих состав или эффект препаратов.

– **«Цифровые технологии»** (10 слов): *реферальный, блогерский, многодокументный, двухфакторный, телеграмный, инстаграмный, клиповый, стриминговый, фишинговый, телеговский*. Интернет является естественной средой для развития цифровой лексики. Прилагательные в этой группе часто описывают специфические свойства цифровых объектов и форматов общения.

– **«Медицина»** (10 прилагательных): *безлактозный, противозудный, антицеллюлитный, глюкозо-солевой, холероподобный, метеозависимый, цельноклеточный, атопический, репризный, мелатониновый*. Интерес к медицине в сети поддерживается модой на ЗОЖ и профилактику заболеваний. Пользователи активно делятся опытом лечения и обсуждают медицинские новинки в сообществах, что приводит к возникновению прилагательных, которые описывают медицинские явления в более доступной форме.

– **«Искусство»** (7 слов): *анимешный, артхаусный, иммерсивный, неканоничный, нуарный, фансервисный, шедевральный*. Интернет-коммуникация тесно связана с производством и потреблением контента (фотографии, видео, цифровой дизайн). Сфера искусства в сети перестает быть элитарной; пользователи обсуждают эстетику, стили и авторские техники. Несловарные прилагательные здесь помогают выразить субъективную оценку или классифицировать новые направления в цифровом и визуальном творчестве.

Тематическое разнообразие прилагательных подтверждает тезис о том, что интернет-коммуникация является зеркалом актуальных процессов в обществе и культуре.

Самый распространенный способ образования прилагательных в нашей выборке – суффиксальный (58 слов), т. е. русский язык активно адаптирует даже иноязычные и новые основы с помощью привычных морфем. Самым частотным и продуктивным в исследуемом корпусе стал суффикс **-н-**. С его помощью образовано 16 прилагательных, что составляет значительную часть выборки, например: *горшоч-н-ый*, *рефераль-н-ый* (от *реферал* ‘новый клиент, приглашенный реферером’) и др. Вторым по востребованности при создании новых слов является суффикс **-ов-/-ев-** (15 лексем), например: *хайп-ов-ый*, *мусс-ов-ый* и др.

Помимо доминирующих формантов, зафиксирована группа суффиксов с более низкой частотностью – от 1 до 3 образований на каждый тип. Несмотря на меньшую распространенность, они обеспечивают стилистическое разнообразие сетевой речи, позволяя создавать оценочный формы, научнообразные термины и слова с узкоспециальными значениями. По три слова образованы с суффиксами **-альн-** (*культур-альн-ый* и др.), **-ск-** (*фотокорреспондент-ск-ий* и др.), **-онн-** (*нейровизуализаци-онн-ый* и др.), **-ическ-** (*лимб-ическ-ий* и др.). По два слова созданы с суффиксами **-еньк-** (*приятн-еньк-ий*), **-ичн-** (*терапевт-ичн-ый*), **-нн-** (*предзаказа-нн-ый*), **-тельн-** (*засыпа-тельн-ый*). По одному прилагательному образовано при помощи суффиксов **-инн-** (*аниме-инн-ый*), **-овск-** (*телег-овск-ий*), **-арн-** (*дефицит-арн-ый*), **-ем-** (*контейниру-ем-ый*), **-еск-** (*конспирологич-еск-ий*), **-ианск-** (*юнг-ианск-ий*), **-ивн-** (*иммерс-ивн-ый*).

Приставочным способом образовано 10 несловарных прилагательных. В трех случаях использована приставка **не-** (*не-каноничный* и др.). Все остальные выявленные префиксальные образования имеют разные приставки: **пост-** (*пост-процедурный*), **супра-** (*супра-темпоральный*), **интер-** (*интер-персональный*), **пре-** (*пре-фронтальный*), **внутри-** (*внутри-личностный*), **сверх-** (*сверх-интересный*), **супер-** (*супер-ловкий*).

Приставочно-суффиксальным способом в проанализированном материале образовано 8 единиц. Этот продуктивный метод позволяет формировать прилагательные на базе предложно-падежных сочетаний существительных. В 6 случаях использован суффикс **-н-** (*противо-зуд-н-ый*, *пред-аварий-н-ый*, *без-ордер-н-ый* и др.). В одном случае использован суффикс **-ск-** (*про-россий-ск-ий*) и еще в одном – его модификация **-ческ-** (*меж-поколен-ческ-ий*). По два раза использованы приставки **без-** (с суффиксом **-н-**) и **меж-** (с суффиксами **-н-** и **-ческ-**).

Значительную группу в материале исследования составляют лексемы, образованные сложными способами, которые предполагают объединение

нескольких слов или основ. В нашей базе данных выявлено 9 слов, образованных путем сложения, который способствует созданию емких, информативно насыщенных определений, отвечающих потребностям динамичного интернет-общения: *ковырятьельно-созерцательный*, *иммунокомпрометированный* и др. Несколько чаще, чем чистое сложение, используется сложение с суффиксацией (12 слов): *жесткосердеч-н-ый*, *многодокумент-н-ый* и др. Самый продуктивный суффикс для таких моделей – это *-н-* (6 случаев), нулевой суффикс и *-ов-* встретились по 2 раза, суффикс *-ск-* – единично.

Наименее продуктивным в проанализированном материале оказалось сращение, этим способом образовано всего два несловарных прилагательных: *слабоукрепленный* и *высококонтекстуальный*.

Обобщая результаты исследования, можно сказать, что наличие несловарных прилагательных в сетевом дискурсе не является признаком порчи или деградации языка, а выступает естественным механизмом адаптации лексической системы к потребностям коммуникации. Эти единицы образуют пласт живой лексики, которая отражает актуальные интересы и эмоциональное состояние пользователей. Несловарные прилагательные демонстрируют высокую продуктивность словообразовательных моделей, что свидетельствует о жизнеспособности русского языка в условиях цифровизации.

Список использованной литературы

1. Национальный корпус русского языка : [сайт]. – URL: <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 10.04.2026).

[К содержанию](#)

А. Е. ГРИЦУК

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – Л. Н. Грицук, старший преподаватель

ЭТИМОЛОГИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

С развитием цифровых технологий в финансовом секторе и IT-индустрии активно формируется новый пласт профессиональной лексики. Возникают неологизмы – слова или выражения, отражающие инновационные процессы в экономике и программировании. Статья посвящена анализу происхождения и словообразовательных моделей неологизмов английского и русского происхождения в сфере цифровой экономики.

На примере некоторых терминов (*fintech*, *blockchain*, *open banking* и др.) попытаемся объяснить происхождение, корневую структуру и механизмы семантического переосмысления ключевых неологизмов цифровой экономики, чтобы лучше понять логику номинации в этой быстро развивающейся сфере [2]. Для анализа происхождения неологизмов был использован «Большой этимологический словарь русского языка» [1].

Такие термины, как финтех, блокчейн, краудфандинг и другие, активно используются в научной и деловой коммуникации, однако их этимологический и словообразовательный анализ остается на периферии лингвистических исследований. Излагая свое отношение к различным видам терминов, А. А. Реформатский [3, с. 121] отмечал, что они могут быть словами своего языка и иноязычными, международными, а также искусственно созданными словами. Большое значение он придавал терминологическому словообразованию, где выделял образование самих терминов и образование производных от терминов. Терминология – это часть семантической целостности, которой всегда выступает конкретной отраслью научного познания, вместе с тем всегда специфическая область исследования [4, с. 128]. В современной лингвистике можно выделить три базовые модели создания новых терминов, которые находят прямое отражение анализируемой лексики: компрессия, метафорическая транспозиция и калькирование.

Компрессия (сжатие многословного наименования) доминирует в цифровой экономике. Она реализуется в двух вариантах: аббревиация (*BaaS* из *Banking as a Service*, *DeFi* из *Decentralized Finance*, *API* из *Application Programming Interface*) и сложносокращенные слова (*FinTech* из *financial technology*). Когнитивной основой компрессии выступает принцип экономии речевых усилий при сохранении информационной плотности – специалист заменяет описательную конструкцию компактной номинацией.

Метафорическая транспозиция – перенос значения на основе сходства. Например, в *smart contract* прилагательное *smart* эволюционировало от ‘острый’ через ‘сообразительный’ к ‘автоматически исполняемый’, создавая метафору «договора, который сам знает, когда и как действовать».

Калькирование – поморфемный перевод иноязычного образца. Русские термины *искусственный интеллект* (калька с *artificial intelligence*) и *открытый банкинг* (*open banking*) буквально воспроизводят структуру английских оригиналов. В отличие от транслитерации (*блокчейн*, *краудфандинг*), калькирование сохраняет семантическую прозрачность для носителя русского языка, не знакомого с языком-донором.

Все три модели подчиняются универсальному закону аналогии: новые термины создаются по образцу уже существующих (например, *BaaS*

формируется по продуктивной модели «X as a Service», где X варьируется: *SaaS, PaaS, IaaS*).

FinTech (*финтех*) – технологии, трансформирующие финансовый сектор. Это сложносокращенное слово от английского словосочетания *financial technology* ‘финансовые технологии’. Первый корень *finance* восходит через старофранцузский глагол *finer* ‘платить’ к латинскому *finis* ‘конец, предел’. Второй корень – *technology* – от греческих *τέχνη* ‘искусство, ремесло’ и *λόγος* ‘учение, слово’. В русском языке закрепилось в виде калькированного сокращения (*финтех*) с 2010-х гг. Семантическая мотивация – соединение финансового дела с инженерным подходом. *FinTech* в первоначальном значении – ‘технологии, улучшающие финансовые услуги’.

Blockchain (блокчейн) – децентрализованная технология хранения данных. Английское сложное слово, состоящее из *block* ‘блок’ и *chain* ‘цепь’. *Block* происходит от французского *bloc* ‘массив, глыба’, а *chain* – от латинского *catena* ‘цепь’. В русском языке используется транслитерация (блокчейн) или частичная калька ‘цепочка блоков’. Метафора основана на последовательном соединении зашифрованных блоков данных, где каждое «звено» связано с предыдущим. Первоначальное значение – технология цепочки блоков данных, обеспечивающая безопасность транзакций.

BaaS (*Banking as a Service*) – модель предоставления банковских услуг через цифровые платформы. Аббревиатура, которая расшифровывается «банк как услуга». *Banking* (англ.) – банковское дело (от итал. *banca* – ‘скамья’, где менялы обменивали монеты). *As a Service* (англ.) происходит от англ. *service* ‘услуга’ (от лат. *servire* ‘служить’). Модель лексической единицы заимствована из аббревиатуры *SaaS* (*Software as a Service*), популярной в облачных вычислениях. Все компоненты английские. В русскоязычных текстах сохраняется английская аббревиатура или используется описательный перевод. Этимологическая инновация – переосмысление банка не как места, а как интегрируемой функции.

DeFi (*Decentralized Finance*) – отсутствие единого управляющего органа (банка), распределение контроля между участниками сети. Аббревиатура, где *decentralized* состоит из латинской приставки *de-* ‘отмена’ и *centrum* ‘центр’, (от греч. *κέντρον* ‘центр, ножка циркуля’), а *finance* – от французского *finances* ‘платить, кончать денежные дела’, в свою очередь происходящего от латинского *finis* ‘конец, предел, завершение’. В русской практике иногда калькируется как «децентрализованные финансы».

Smart contract (*смайт-контракт*) – английское словосочетание, которое употребляется в значении ‘способность автоматически выполняться при наступлении условий без участия человека’. *Smart* восходит к древнеанглийскому *smeart* ‘острый, резкий’, затем в американском англий-

ском приобрело значение ‘сообразительный, автоматический’. *Contract* – от латинского *con-* ‘вместе’ и *trahere* ‘извлекать, получать’. В русском применяется транслитерация (*смайт-контракт*) или калька (*умный контракт*).

Crowdfunding (*краудфандинг*) – коллективное финансирование проектов через интернет. Сложное слово из англ. *crowd* ‘толпа’ и *funding* ‘финансирование’, от лат. *fundus* ‘основа, дно’. В русском языке используется транслитерация. Семантический перенос – сбор средств не у одного инвестора, а у множества частных лиц через интернет-платформу.

AI или *ИИ* – искусственный интеллект – калька с английского *artificial intelligence*. *Artificial* – от лат. *arte factum* ‘искусственно (ремеслом, искусством) сделанное’, *intelligence* – от лат. *intelligentia* ‘понимание, проницательность’. Этимологически русский термин полностью калькирует латино-английскую основу, что свидетельствует о переводческом освоении, а не прямом заимствовании.

API (аббревиатура от англ. *Application Programming Interface*) – интерфейс для взаимодействия программ. *Application* ‘приложение’ – от лат. *applicatio* ‘присоединение, применение’; *Programming* ‘программирование’ – от греч. *programma* ‘объявление, предписание’, *Interface* ‘интерфейс’ – от лат. *inter* ‘между’ + *facies* ‘лицо, внешность’. Первоначальное значение данного словосочетания – средство взаимодействия между программами.

Криптовалюта (*Cryptocurrency*) – цифровые активы на основе блокчейна. Происходит от греч. *kryptos* ‘тайный, скрытый’ и англ. *currency* ‘валюта’ (от лат. *currere* ‘бежать’, позже – ‘денежный оборот’). Первоначальное значение – цифровая валюта с использованием криптографии.

Open banking (открытый банкинг) – система доступа сторонних разработчиков к банковским данным через API. *Open* восходит к древнеанглийскому *open* ‘открытый’, а *banking* – к итальянскому *banca* ‘скамья, лавка менялы’. В русском языке представлено калькированием (*открытый банкинг*) или прямым заимствованием. Мотивация – идея прозрачности и свободного доступа к данным через API.

Data Scientist (русская калька – *Дата-сайентист*) – специалист по анализу больших данных. *Data* – данные (от лат. *datum* ‘данное’). *Scientist* (англ.) – ученый (от лат. *scientia* ‘знание’). Первоначальное значение – специалист по анализу больших данных. Впоследствии так стали называть специалиста, который создает инструменты для решения задач бизнеса.

Среди проанализированных единиц выделяются: кальки (*AI/ИИ*, *Open banking*, *Data Scientist*); калькированное сокращение (*FinTech*); аббревиатуры (*BaaS*, *DeFi*, *API*); транслитерация или калька (*блокчейн*,

Smart contract / *смарт-контракт*); транслитерация (*краудфандинг*); словообразовательная калька (*криптовалюта*).

Язык-донор в абсолютном большинстве – английский, что связано с доминированием США и Великобритании в развитии интернет-технологий и финансовых инноваций конца XX – начала XXI в. Греко-латинские корни сохраняются как универсальный ресурс для создания научно-технических терминов.

Неологизмы в речи экономистов и программистов отражают стремительное развитие технологий и необходимость адаптации языка к новым реалиям. Эти термины упрощают профессиональную коммуникацию, но также требуют четкого определения и стандартизации.

Список использованной литературы

1. Багриновский, Г. Ю. Большой этимологический словарь русского языка / Г. Багриновский. – М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2020. – 1184 с.
2. Грицук, А. Е. Основные тенденции цифровой трансформации финансового сектора экономики / А. Е. Грицук // Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты: сб. науч. ст. VI Междунар. науч.-прак. конф. / Брест. гос. техн. ун-т, г. Брест, 23–24 нояб. 2023 г. ; редкол.: И. М. Гарчук [и др.]. – Ч. 2. – Брест : БрГТУ, 2023. – С. 84–87.
3. Реформатский, А. А. Термин как член лексической системы языка / А. А. Реформатский // Проблемы структурной лингвистики. – М. : Изд-во АН СССР, 1968. – 410 с.
4. Суперанская, А. В. Общая терминология: Терминологическая деятельность / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М. : URSS, 2008. – 288 с.

[К содержанию](#)

Д. Н. ГУГА

Барановичи, БарГУ

Научный руководитель – Е. А. Зуева, канд. филол. наук, доцент

ИЗУЧЕНИЕ УДАРЕНИЯ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ РУССКОГО ЯЗЫКА (V И X КЛАССЫ)

Русское ударение является разноместным и подвижным, что создает значительные трудности при его усвоении. Именно поэтому учебная программа по учебному предмету «Русский язык» для V–IX и X–XI классов предусматривает последовательное обращение к теме «Ударение» на протяжении всего периода обучения. Наблюдаются два этапа: V класс, где происходит первое системное знакомство с понятием, и X класс, где знания обобщаются и выводятся на уровень осознанного владения нормой.

В V классе тема «Ударение» включена в раздел «Фонетика. Графика. Орфоэпия». Согласно учебной программе, на данный раздел отводится 6 часов, а на изучение ударения – 1 час [3, с. 14]. В течение этого времени учителю необходимо решить несколько задач: дать определение понятия, показать особенности русского ударения и организовать первичную практическую работу. Программа определяет основные виды деятельности учащихся: постановка ударения в словах и работа с орфоэпическим словарем. В результате школьники должны научиться правильно ставить ударение и пользоваться словарями [3, с. 14]. Учебное пособие для V класса [2] предлагает определение: «Ударение – это выделение одного из слогов в слове усилением голоса» [2, с. 9]. Далее авторы пособия обращают внимание учащихся на две важнейшие характеристики русского ударения. Первая – его разноместность, то есть способность падать на любой слог и любую морфему, что демонстрируется на примере однокоренных слов: *зима́* – *зи́мы*, *о́зимь*, *зи́мушка*, *зимо́вка*. Вторая – смысловоразличительная роль, когда место ударения меняет лексическое значение слова: *и́рис* (цветок) и *ири́с* (конфеты), *тру́ситься* (бояться) и *трусíть* (перемещаться трусцой) [2, с. 9]. Предлагается несколько упражнений. Упражнение 12 направлено на отработку навыка постановки ударения. При возникновении затруднений ученики обращаются к орфоэпическому словарю на странице 138 учебного пособия [2, с. 138]. Упражнения 13 и 14 посвящены наблюдению за смысловоразличительной функцией ударения. Задача школьников – прочитать тексты, определить, о какой роли ударения в них говорится, и выписать одинаковые по написанию, но разные по произношению слова [2, с. 9]. Упражнение 14 предлагает найти слова, которые пишутся одинаково, а произносятся по-разному и объяснить роль ударения в них [2, с. 11]. Итогом работы над темой в V классе становится усвоение некоторого обязательного минимума слов. Орфоэпический словарь, помещенный в конце учебного пособия, включает 33 лексические единицы. Среди них такие частотные в речевых ошибках слова, как *а́лфави́т*, *балова́ться*, *ба́нты*, *ба́нтов*, *йо́гурт*, *ката́лог*, *кварта́л*, *ко́лледж*, *све́кла*, *столя́р*, *столяро́в* [2, с. 138].

В X классе изучение темы «Ударение» включено в раздел «Звуковая сторона слова», на который программа отводит 2 часа, при этом на ударение – 1 час [4, с. 11]. Ведущим видом деятельности на этом этапе становится выявление и исправление нарушений орфоэпических норм. Программные требования формулируются значительно шире: учащиеся должны знать орфоэпические нормы современного русского языка, уметь пользоваться орфоэпическим словарем и владеть произношением слов и грамматических форм в соответствии с современными нормами, зафиксированными в словарях [4, с. 11]. Учебное пособие для X класса [1] расширяет и углубляет теоретические сведения. Определение ударения

дополняется фонетической характеристикой: подчеркивается, что гласный ударного слога произносится громче, сильнее и длительнее, чем в остальных слогах. Раскрывается разноместность русского ударения и возможность его падения на любой по счету слог и на любую морфему: приставку (*по́иск*), корень (*морóзный*), суффикс (*кленóвый*), окончание (*большóй*). Новым для учащихся становится разграничение неподвижного и подвижного ударения. Кроме того, в X классе учащиеся впервые знакомятся с явлением акцентологической вариативности – существованием в языке равноправных вариантов ударения: *заискри́ться* – *заи́скриться*, *кро́шат* – *крои́ат*, *одновременный* – *одновре́менный*, *ра́кушка* – *раку́шка*, *тво́рог* – *творóг*, *те́фтели* – *тефте́ли* [1, с. 63]. Система упражнений в X классе усложняется. В упражнении 97 представлен перечень из 42 слов для постановки ударения, например, *апостроф*, *асимметрия*, *вавилоняне*, *единовременный*, *захла́мленный*, *пломбировать*, *ходатайствовать*. При затруднениях учащимся предлагается обратиться к приложению «Орфоэпические нормы» [1, с. 64]. Упражнение 98 возвращает учащихся к смыслоразличительной роли ударения, но на более высоком уровне. Если в V классе требовалось лишь найти омографы в готовом тексте, то теперь десятиклассники должны самостоятельно определить значения слов с разным ударением и составить с ними словосочетания. В упражнении представлено 16 пар, среди которых *а́тлас* – *атла́с*, *выкупать* – *выкупáть*, *за́мок* – *замóк*, *кру́жки* – *кружки́*, *му́ка* – *мука́*, *па́рить* – *пари́ть*, *стре́лок* – *стрелóк* [4, с. 64]. Упражнение 99 направлено на классификацию слов по месту ударного слога. Учащимся предлагается распределить 40 слов на три группы: с ударением на первом, втором или последнем слоге. Словарик включает значительное количество причастий и наречий, традиционно вызывающих трудности: *во́гнутый*, *вручённый*, *втри́дешева*, *до́черна*, *за́гнутый*, *и́сподволь*, *пригу́бить*, *скре́пленный* [4, с. 64]. Упражнение 100 посвящено сложным случаям разграничения слов, которые различаются местом ударения и, как следствие, значением, однако не всегда осознаются учащимися как разные лексемы. Это пары *исте́кийший* – *истёкийший*, *сло́женный* – *сложённый*, *соверше́нный* – *совершённый*, *призывно́й* – *призы́вный*, *подвижно́й* – *подви́жный*, *переносно́й* – *перенос́ный*. Школьникам необходимо составить со словами словосочетания или предложения, демонстрирующие понимание семантических различий [4, с. 64]. Упражнение 101 направлено на грамматический аспект акцентологии и состоит из двух частей. В первой части учащиеся образуют краткие формы прилагательных (*солёный* – *со́лон*, *солонá*, *со́лоно*, *со́лоны* и *солонý*; *быстрый*, *высокий*, *горький*, *дешёвый*, *крепкий*, *редкий*, *тесный*) и наблюдают за закономерностью: в форме женского рода ударение часто падает на окончание. Во второй части аналогичная работа проводится с формами прошедшего времени глаголов (*брать* – *брал*, *бралá*, *бра́ло*, *бра́ли*; *взять*, *жи́ть*,

задать, нажать, понять, рвать, спать). Выполнение обоих заданий проверяется по орфоэпическому словарю [4, с. 65]. Итоговый акцентологический минимум, представленный в приложении «Орфоэпические нормы» учебного пособия для X класса, включает 241 слово [1, с. 285]. Список охватывает все части речи и включает как частотную лексику, так и слова, входящие в экзаменационный орфоэпический минимум: *алфавіт, апостро́ф, ара́хис, арбу́з, аристокра́тия, асимметрі́я, атлас (географический) и атла́с (ткань), афі́няне* и др.

Таким образом, анализ изучения темы «Ударение» в V и X классах показывает последовательное расширение и углубление материала. Школьный курс выстраивает изучение ударения как движение от первичного знакомства с явлением в V классе к осознанному владению орфоэпическими нормами на завершающем этапе общего среднего образования.

Список использованной литературы

1. Русский язык. 10 класс : учеб. пособие / В. Л. Леонович, Т. Н. Волинец, Е. Е. Долбик [и др.] ; под. ред. И. Н. Лапанец, Л. В. Яриго. – Мн. : Нац. ин-т образования, 2020. – 299 с.
2. Русский язык. 5 класс : учеб. пособие : в 2 ч. / Л. А. Мурина, Т. В. Игнатович, Ж. Ф. Жадейко ; под. ред. И. Н. Лапанец. – Мн. : Нац. ин-т образования, 2019. – Ч. 2. – 148 с.
3. Учебная программа по учебному предмету «Русский язык» для V–IX классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с белорусским и русским языками обучения и воспитания. – Мн., 2025. – URL: https://adu.by/images/2025/08/Uchebnye_programmy/Uch-pr-Rus-yaz-5-9-2025.pdf (дата обращения 05.05.2026).
4. Учебная программа по учебному предмету «Русский язык» для X–XI классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с белорусским и русским языками обучения и воспитания. – Мн., 2025. – URL: https://adu.by/images/2025/08/Uchebnye_programmy/Uch-pr-Rus-yaz-10-11-bazov-uroven-2025.pdf (дата обращения 05.05.2026).

[К содержанию](#)

Я. І. ГУРБАНОВІЧ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – В. М. Касцючык, канд. філал. навук, дацэнт

МЯНУШКА ЯК АЦЭНАЧНА-ХАРАКТАРЫСТЫЧНЫ СРОДАК У РАЗМОЎНА-БЫТАВЫМ ДЫСКУРСЕ

У сістэме народнай анамастыкі асаблівае месца займаюць мянушкі як адзін з найбольш жывых і дынамічных разрадаў неафіцыйных найменняў чалавека. Яны адлюстроўваюць спецыфіку народнага светаўспрымання,

асаблівасці міжасобасных адносін, а таксама захоўваюць каштоўныя звесткі пра гісторыю, культуру, побыт і моўныя традыцыі пэўнай лакальнай супольнасці. Мянускі выступаюць важным сродкам характарыстыкі асобы, паколькі ў іх семантыцы і структуры замацоўваюцца знешнія, псіхалагічныя, сацыяльныя, прафесійныя, тэрытарыяльныя і іншыя прыкметы носьбіта. У неафіцыйным маўленні мянускі часта выконваюць ідэнтыфікацыйную функцыю, замяняючы афіцыйныя імёны і прозвішчы.

Асаблівую цікавасць для даследавання ўяўляюць мянускі жыхароў Сінкевіцкага сельсавета Лунінецкага раёна, бо яны адлюстроўваюць адметнасці гаворкі, традыцыйнага ўкладу жыцця і калектыўнай памяці мясцовага насельніцтва. Значная частка такіх найменняў узнікла ў вусным асяроддзі і перадавалася з пакалення ў пакаленне, што спрыяла замацаванню іх у мясцовай анамастычнай сістэме.

Намі вылучаны як нематываваныя, так і матываваныя найменні, вызначаны асноўныя крыніцы іх паходжання і матывы намінацыі. Асобная ўвага надаецца мянушкам, утвораным ад антрапонімаў, тапонімаў, этнонімаў, апелятываў, а таксама найменням, звязаным з рысамі характару, знешнасцю, прафесіяй, паводзінамі чалавека ці пэўнымі жыццёвымі сітуацыямі. Аналіз сабранага матэрыялу дае магчымасць выявіць асноўныя тэндэнцыі функцыянавання неафіцыйнай анамастыкі ў лакальнай моўнай прасторы і прасачыць сувязь мянушак з культурна-гістарычнымі асаблівасцямі рэгіёна.

Важнай групай выступаюць індывідуальныя мянускі. Сярод іх вылучаюцца нематываваныя і матываваныя найменні. Нематываваныя мянускі не суадносяцца з іншымі словамі: *Ця́нця, Чэ́ча, Швэ́йкус, Галі́мэй, Каба́ш, Ё́начко, Жы́хорыха, Фі́дрык, Калы́б, Кучы́ла, Сле́дык, Кля́пik, Шчэ́бату́ра, Лаго́за, Леме́х*.

Паводле паходжання матываваныя мянускі могуць быць **антрапонімамі**. У складзе іх вылучаюцца найменні, утвораныя ад прозвішчаў: *Сы́ца* – Сыцэвіч, *Калба́н* – Колбік, *Трус* – Трусава, *Хамечы́ло*, *Хомя́к* – Хоміч, *Баярчу́чка* – Баярчук, *Кіслі́чка* – Кіслюк, *Серэ́ня* – Цярэня, *Сапо́ніха* – Сапон, *Гама́к* – Гамакоў, *Шпа́к* – Шпакоўскі.

Асобную падгрупу складаюць мянускі, утвораныя ад прозвішча і імя: *Мары́га* – Марыя Рыгораўна, *Калыва́н* – Мікалай Іванавіч.

Адметнымі падаюцца мянускі, што ўтвораны ад імён:

а) ад жаночага імя (бабулі, жонкі, маці, жанчыны): *Марге́ля* – Марыя, *Мі́лкін* – бабуля Міла, *Зэ́ніч* – маці Зіна, *Ду́нька* – бабуля Дуня, *Мару́севы* – бабуля Марыя, *Гельця́* – Алена;

б) ад мужчынскага імя (прадзядулі, дзядулі, мужа, бацькі, мужчыны): *Карма́чыха* – прадзядуля Кармак, *Пётры́к* – дзядуля Пётр, *Дру́ня* – Андрэй,

Панасечыха – прадзядуля Панас, *Сцепашка* – дзед Сцяпан, *Клімчык* – дзед Клім, *Петручковыя* – бацьку звалі Пётр, *Нікалайковыя* – дзед Мікалай;

в) ад імя па бацьку: *Нікалаеч* – імя па бацьку Мікалаевіч, *Адась* – ад імя па бацьку Адамавіч, *Сцепаніда* – імя па бацьку Сцепанідаўна, *Казік* – ад імя па бацьку Казіміраўна.

Вылучаюцца мянушкі, матываваныя падабенствам з вядомай асобай, героем і назвай фільма, мастацкага твора: *Афоня* – знешне падобны да героя фільма «Афоня», *Гагарін* – ускудлачаны, як пасля палёту, *Гавёта* – падобная да Гавіёты з амерыканскага тэлесерыялу.

Маюць месца мянушкі, утвораныя ад іншай мянушкі: *Козлікавэ*, *Козлікі* – продак Казёл. Яны могуць матывавацца мянушкай мужа, жонкі, бацькі, маці, дзеда, бабулі, брата, сястры: *Кешавы* – ад мянушкі бацькі Кеша, *Баранчыха* – ад мянушкі мужа Баран; *Адам Грэчкаў* – у маці была мянушка Грэчка, *Піліпчукова Тання* – бацька меў мянушку Піліпчук.

Рознае паходжанне можа быць у мянушак-*тапонімаў*. У складзе іх выдзяляюцца:

а) мянушкі, утвораныя ад назвы месца нараджэння: *Пінчук* – нарадзіўся ў г. Пінск, *Сітнюк* – родам з в. Сітніца, *Дрэбчук*, *Дрэбец* – нарадзіліся ў в. Дрэбск;

б) мянушкі, утвораныя ад месцазнаходжання хаты: *Царкуніха* – каля царквы, *Рубежовыя* – жылі на краю вёскі, *Лазнуха* – на балоце;

в) мянушкі, утвораныя ад месца службы, працы: *Крымчык*, *Адэса*.

Асобнай групай выступаюць мянушкі-*этнонімы*: *Пшэк* – продкі з Польшчы, *Чурбан* – родам з Каўказа, *Рускі*, *Русачка* – родам з Расіі, *Нёмчык* – дзед з Германіі, *Хахол* – родам з Украіны, *Мадзярка* – родам з Румыніі, *Амерыканчык* – нарадзіўся ў Паўднёвай Амерыцы.

Наступная група – мянушкі-*онімы*, якія матывуюцца па-рознаму:

а) судносяцца з персанажам мастацкага твора: *Парасюк* – паходзіць з басні Кандрата Крапівы «Ганарысты парсюк»; гэта адзіны твор, які чалавек ведаў на памяць;

б) мянушкі, суадносныя з назвай гандлёвай маркі: *Белазік* – вельмі моцная жанчына.

Матывацыйна разнастайнымі бачацца мянушкі-*апелятывы*:

а) мянушкі, у аснове якіх ляжыць назва свойскай жывёлы: *Свінтух*, *Баран*, *Баранчык*, *Баранчыха*, *Трус*, *Козікава*, *Козікі*, *Коцяты*, *Бычок*;

б) мянушкі, у аснове ўтварэння якіх ляжаць назвы дзікіх звяроў, грызуноў: *Расамаха*, *Лось*;

в) мянушкі, у аснову ўтварэння якіх пакладзена назвы насякомых, членістаногіх: *Комарэц*, *Таракан*, *Труцень*;

г) мянушкі, у аснове якіх ляжаць назвы рыб, земнаводных, паўзуноў: *Пігуль* – ад назвы маленькага шчупака, *Жа́ба* – надуваецца, калі злы, *Ка́рась*, *Шчупа́к*;

д) мянушкі, асновай узнікнення якіх сталі назвы свойскіх і дзікіх птушак: *Глу́харэ́*, *Вальдшнэ́п*, *Бу́сько*, *Гуса́к*, *Го́луб*, *Варабе́й*;

е) мянушкі, утваральнай асновай якіх сталі назвы раслін, грыбоў: *Мухомо́р* – ездзіў на чырвонай машыне;

ё) мянушкі, у аснове якіх ляжаць назвы вопраткі, абутку: *Казё́л* – нёс з Польшчы лапці ў «казлах», гэта значыць у сумцы з «рогамі»;

ж) мянушкі, асновай утварэння якіх сталі назвы прадуктаў харчавання, страў, напояў: *Чэ́рні́ло*, *Чэ́кушка*, *Ё́гурт* – куплялі таннае віно, *Швэ́пс* – часта п’е энергетыкі, *Пи́шк-вада́* – сам вырабляў газіроўку;

з) мянушкі, у аснове якіх ляжаць назвы прадметаў побыту: *Шва́бра*, *Дзеркачы́ха*.

Мянушкі могуць выступаць **характарыстыкамі**. У складзе іх выдзяляюцца:

а) мянушкі, звязаныя з рысамі характару, пэўнымі фізічнымі і маральнымі якасцямі чалавека: *Бо́бель* – ад польскага bobel – лайдак, *Мі́ленькі* – мяккі чалавек, слабы характарам, *Неуда́ль* – за што ні бярэцца, атрымліваецца вельмі дрэнна, *Бычо́к* – вельмі буйны, калі нап’ецца, *Бо́мба* – калі сварылася, нельга было спыніць;

б) мянушкі, матываваныя паводзінамі і ўчынкамі: *Чуба́йс* – названы так за тое, што краў (*Чуба́йс* – у славянскай міфалогіі гэта шкодны хатні дух), *Кот* – лазіў, куды не трэба;

в) мянушкі, звязаныя з прычоскай: *Шчы́т* – валасы стаялі як франтон на хаце, *Лы́сы*;

г) мянушкі, матываваныя пэўнымі рысамі твару, формай і памерам галавы: *Сло́нік*, *Ко́ршак*, *Оро́л* – з-за носа, *Будзі́льнік* – мела круглую галаву, *Ку́колка* – мужчына меў вельмі прыгожы твар.

д) мянушкі, звязаныя з асаблівасцямі хады, бегу, з формай ног: *Кара́чуні*, *Кала́ч* – крывыя ногі, *Та́кса* – кароткія ногі;

е) мянушкі, што раскрываюць разумовыя здольнасці чалавека: *Прафе́сар*, *Бакла́н* (у прамым значэнні вадаплаўная птушка; мянушка ж выкарыстоўваецца для характарыстыкі нявопытнага, неразумнага чалавека);

ё) мянушкі, звязаныя з асаблівасцямі маўлення, голасу, смеху: *Дэ́канка* – часта ўжывала «дэ», *Ця́пця* – неразборліва размаўляла, *Картáвы* – чалавек вельмі моцна картавіў, *Бéмко* – шмат і неразборліва размаўляў, «бемкаў»;

ж) мянушкі, звязаныя з манерай апранацца: *Вучы́целька* – салідна, строга апранаецца;

з) мянушкі, што адлюстроўваюць знешні выгляд, целасклад, рост чалавека: *Какора* – высокі і гарбаты, нагадваў загнутую дэталю лодкі, «какору», *Ладэк* – маленькі ростам, тоўсты, але сімпатычны, ладны, *Малёвок* – маленькі ростам, як сточаны аловак, *Бусынька* – малая ростам;

і) мянушкі, звязаныя з прывычкай, марай і захапленнем чалавека, з прыхільнасцю да якога-небудзь занятку, дзеяння, прадмета: *Токар*, *Бурый*, *Конопля*, *Рэдзіска*, *Сасіска*, *Кадра*, *Рэклама*, *Лапшун*;

к) сітуацыйна-падзейныя мянушкі: *Турак* – дзед прывёз з Крымска-турэцкай вайны турэцкую шапку, а ўнук насіў яе і крычаў «Я турак», *Бура* – чалавек трымаў свой млын, а калі прывозілі зерне, адказваў «Будзе бура – змелем», *Кеша* – заснуў у клубе, дзе паказвалі мультфільм, а калі прачнуўся і паглядзеў на экран, закрычаў «Кеша! Кеша!».

Асобную групу мянушак складаюць тыя, што звязаны з адносінамі да працы, з захапленнем якім-небудзь відам працы па гаспадарцы, рамяством, заняткам у вольны час, з прывычкай займацца чым-небудзь: *Труцень*, *Комін*, *Камінар* – пяхнік, *Сомік*; звязаныя з прафесіяй або адукацыяй, з прафесійнымі здольнасцямі: *Блок* – працаваў «на кране», перавозіў блокі, *Памідор* – быў загадчыкам цяпліцы, *Глухая гітара* – вельмі таленавіты музыка, але страціў слых, *Лампачка* – працаваў электрыкам.

Пабач з індывідуальнымі існуюць родавыя мянушкі: *Кацянята*, *Цыркуні*, *Кулакi*, *Таўкачы*, *Туркі*, *Каменары*, *Заморковыя*, *Клёцкавыя*, *Соркіны*, *Рыгасы*, *Кундзёра*, *Мардачы*, *Лёскавыя*, *Шульсавыя*, *Бомбіныя*, *Церэбановыя*, *Лебаевыя*, *Готановыя*, *Мазаровыя*, *Цешыцэвыя*, *Горэлыя*, *Кубанцовыя*, *Казэхі*, *Калэдзеныя*, *Кладоўшчэковыя*, *Гермэровыя* і групавыя мянушкі: *Мачане* – жыхары вёскі Сітніца, амаль кожны вечар рабілі мачанку з тварагу са смятанай, *Крэслачы* – жыхары аграгарадка Кажан-Гарадок, з-за мясцовай традыцыі вырабу штаноў, дзе «крэсла» (верхнюю частку штаноў) зашпільвалі менавіта на 12 гузікаў, *Гарбузы* – жыхары Століна, з-за таго што гандлявалі насеннем.

Прааналізаваны матэрыял сведчыць пра высокую прадуктыўнасць матываваных мянушак у мясцовым маўленчым асяроддзі, дзе яны выконваюць не толькі намінацыйную, але і характарыстычную, ацэначную, ідэнтыфікацыйную функцыі. Сапраўды, яны з'яўляюцца каштоўнымі моўнымі адзінкамі для выяўлення асаблівасцей моўнай карціны свету, спосабаў народнай намінацыі і культурна-гістарычнай спецыфікі рэгіёна.

[К содержанию](#)

А. А. ДАБРАЛИНСКАЯ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – А. С. Кавалюк, канд. філал. навук, дацэнт

САЦЫЯЛЬНЫЯ ТЫПЫ МЕНТАЛЬНАСЦІ Ё РАМАНЕ У. КАРАТКЕВІЧА «КАЛАСЫ ПАД СЯРПОМ ТВАІМ»

У сваім рамане «Каласы пад сярпом тваім» У. Караткевіч выявіў каштоўнасныя ідэалы двух саслоўяў – беларускай шляхты і сялянства. Гэтыя сацыяльныя групы паказаны як носьбіты пэўных жыццёвых прынцыпаў, маральных устаноў і культурных традыцый. Наватарства У. Караткевіча было ў тым, што ён творы некаторыя прадстаўнікі шляхты з'яўляюцца ўвасабленнем аўтарскага ідэалу. Іх пісьменнік надзяліў годнасцю, мужнасцю, выкародствам, гуманістычнымі адносінамі да сялян. У. Караткевіч імкнуўся паказаць, што ў асяроддзі шляхты, памешчыкаў і чыноўнікаў былі не толькі дэспаты, прыгоннікі, але і прадстаўнікі дэмакратычных поглядаў, хто не прымаў прыгон, не мірыўся з існуючымі парадкамі. Але і прадстаўнікі сялянства не пазбаўленыя ўвагі аўтара, бо ён захапляўся маральнымі якасцямі гэтых людзей, бачыў іх вернасць традыцыям продкаў і сваёй сям'і. Для стварэння кантрасту паміж рознымі сацыяльнымі пластамі і ладам іх жыцця ў рамане паказаны два роды. Шляхецкую ментальнасць у творы яскрава прадстаўляе род Загорскіх, сялянскую – род Кагутоў.

Пра прадзеда Алеся Акіма Загорскага вядома, што «быў ён пан літасцівы і добры» [1, с. 9]. Дабрыня пана Загорскага была звязана не толькі з яго асабістымі якасцямі, але і з яго становішчам у грамадстве. Менавіта багацце дазволіла яму быць мяккім і справядлівым у адносінах да людзей. У яго адносінах да сялян праяўляўся патрыярхальны погляд старой шляхты: шляхціц лічыў сябе галоўным, але адначасова ўспрымаў сябе як абаронцу і заступніка простых мужыкоў. Аднак, праяўляючы дабрыню да сялян, пан усё роўна не ставіў сябе з імі на адзін узровень, паколькі адчуванне ўласнай перавагі заставалася важнай часткай яго светапогляду.

Пасля забойства Рамана яго сынам Маркам па-рознаму раскрываецца ментальнасць шляхты і сялянства. Сяляне паставіліся да здарэння дастаткова спакойна і адхілена: яны не выказвалі свайго меркавання, адкрыта не асуджалі Марка. У Акіма рэакцыя іншая: для яго забойства бацькі – гэта перш за ўсё парушэнне маральнага закона і традыцыйнага парадку. Акіма дзівіла абыхавасць сялян, таму што сам ён прывык ацэньваць тое, што адбываецца з пазіцыі шляхецкіх уяўленняў аб гонары і маральнасці. Праз гэтае супрацьпаставленне пісьменнік паказаў адрозненне ў светаўспрыманні двух саслоўяў: шляхта імкнулася захоўваць

маральны парадак, тады як сяляне ўспрымалі жыццё больш рэальна і спакойна ставіліся да трагічных падзей.

Акім Загорскі ў цэлым цяжка ўспрымаў грамадства і імкнуўся трымацца ў баку ад шумнага свецкага жыцця. Ён не прымаў у шляхецкай ментальнасці тое, што было звязана з ганарыстасцю, прагай улады, палітычнымі канфліктамі і бязладзіцай. У адрозненне ад іншых прадстаўнікоў шляхты, прадзед Алеся шанаваў спакой, парадак і чалавечую годнасць.

Духоўны крызіс шляхты паказаны ў творы праз вобраз Чорнага Войны. У маладосці герой цяжка перажыў паражэнне паўстання 1830–1831 гг. Аднак самым балючым для Войны стала расчараванне ў сваіх паплечніках, якія імкнуліся да аднаўлення Рэчы Паспалітай, ігнаруючы інтарэсы сялянства. Праз гэты вобраз пісьменнікам раскрываецца крызіс шляхецкай ментальнасці: частка шляхты, гаворачы аб свабодзе і высокіх ідэалах, насамрэч заставалася далёкай ад інтарэсаў простага народа.

Шляхецкая сям'я Загорскіх заўсёды вызначалася сваёй выхаванасцю і добрай адукаванасцю. Прадстаўнікі роду вывучалі французскую мову і свабодна выкарыстоўвалі яе ў паўсядзённым жыцці. Веданне замежнай мовы падкрэслівала прыналежнасць шляхты да адукаванага і прывілеяванага саслоўя, якое арыентавалася на еўрапейскую культуру. Таксама ў шляхецкай сям'і займаліся верхавой яздой, ігралі на музычных інструментах, вучылі дзяцей манерам і культуры. Праз усё гэта паказаны лад жыцця, у якім важнае месца займалі адукацыя, эстэтыка і захаванне шляхецкіх традыцый.

Звычайна ў шляхецкіх сем'ях вялікая ўвага надавалася павазе да свайго старажытнага роду. Аднак Юры Загорскі імкнуўся выхаваць у сваіх дзяцей найперш павагу да бацькоў і чалавечых каштоўнасцей, а не гонар за тытулы і гербы. Пісьменнік паказаў, што для бацькі Алеся сапраўдную каштоўнасць складалі не паходжанне і дваранскія прывілеі, а сям'я, любоў і павага да блізкіх людзей. Юры Загорскі стараўся не абмяжоўваць сына і дазваляў яму самастойна прымаць рашэнні. Такі падыход паказвае, што ў сям'і Загорскіх шанаваліся не толькі шляхецкія традыцыі, але і свабода асобы.

Нягледзячы на тое, што Юры Загорскі не надаваў вялікага значэння геральдыцы, ён усё роўна адчуваў гонар за сваіх продкаў і верыў у сілу сваёй сям'і. У ягоных словах праяўляецца шляхецкая ўпэўненасць у стойкасці свайго роду, які здолеў перажыць войны, хваробы і цяжкія гістарычныя падзеі. Адначасова важнае месца жыццёвай філасофіі бацькі Алеся займала вера ў Бога, якая дапамагала яму захоўваць унутраную сілу і спакой.

Адным з найважнейшых паказчыкаў нацыянальнай ментальнасці з'яўляюцца традыцыі і звычаі. Так, у творы апісваецца дзядзькаванне –

«звычай шляхты ў Вялікім Княстве Літоўскім у XVI–XVII стст. аддаваць у сялянскія сем’і сваіх дзяцей, каб сфарміраваць у нашчадкаў працавітасць, непераборлівасць у побыце, цягавітасць, фізічную загартаванасць і здароўе, адданаць роднай зямлі, далучыць да народнай творчасці» [1, с. 14]. Дзядзькаванне спрыяла выпрацоўцы ў шляхецкіх дзяцей пачуцця сацыяльнай справядлівасці. Дзякуючы дзядзькаванню Алесь Загорскі зведаў сапраўдны сэнс сялянскага жыцця і пачаў усведамляць, што змога выступіць у абарону тых, хто бяднейшы за яго.

Таксама важным абрадам у шляхецкай сям’і была перадача зямель ад бацькі сыну, якая сімвалізавала пераемнасць роду. Не менш значным з’яўлялася і пастрыжэнне ў мужы – своеасаблівы абрад пераходу з дзяцінства ў дарослае жыццё. Праз апісанне гэтых звычаяў аўтар паказаў, што для шляхты былі асабліва важныя памяць аб продках, захаванне роду і павага да традыцыйнага ўкладу жыцця.

Сям’я Кагутоў, якой Загорскія даверылі выхаванне свайго Алеся, адрознівалася працавітасцю і прыхільнасцю да зямлі. У гэтай сялянскай сям’і праца была галоўнай часткай жыцця, працавалі не толькі дарослыя, але і дзеці, якія з ранніх гадоў прывучваліся да адказнасці. Праз сям’ю Кагутоў У. Караткевіч паказаў сялянскую ментальнасць, якая выяўлялася ў павазе да працы, цягавітасці, цяпленні і разуменні таго, што толькі пастаянная праца дапамагае чалавеку выжыць у любых абставінах.

Разам з гэтым у свядомасці сялян захоўвалася і дакладнае разуменне сацыяльнай няроўнасці паміж імі і шляхтай. Гэта асабліва заўважна ў словах дзеда Кагута, які навучаў дзяцей «пакормнага панскага сына не біць і першым з ім у бойку не лезці» [1, с. 18]. Дзед прывучаў дзяцей да асцярожнасці і павагі ў адносінах да шляхты. Такая пазіцыя выяўляе ментальнасць сялянства, якое адчувала ўнутраную дыстанцыю са шляхтай, прывыкла жыць па правілах грамадства, дзе шляхта займала больш высокае становішча. Такая пазіцыя мела і свае адмоўныя бакі. Пастаянная звычка да падпарадкавання прыводзіла да таго, што ў сялян слаба выяўляліся грамадскія і грамадзянскія інтарэсы. Яны былі сканцэнтраваны перш за ўсё на ўласнай гаспадарцы, таму сялянам было цяжка аб’яднацца дзеля вялікай грамадскай справы.

Аўтар «Каласоў пад сярпом тваім» паказаў, што важнае месца ў жыцці сялян займала вера ў Бога. Як і ў шляхецкім асяроддзі, рэлігія была часткай паўсядзённага жыцця, аднак у сялян яна выяўлялася асабліва шчыра і была цесна звязана з хатнім укладам. Абразы займалі важнае месца ў сялянскай хаце, становячыся духоўнай апорай сям’і. Рэлігійнае светаўспрыманне сялян выяўлялася і ў стаўленні да працы. Параўнанне іх з Адамам і Евай паказвае, што праца ўспрымалася імі не толькі як жыццёвая неабходнасць, але і як частка ўсталяванага Богам парадку.

Як і ў шляхты, у сялян таксама існавалі свае традыцыі выхавання дзяцей. Адною з іх было выкананне павучальных народных песень, праз якія старэйшыя перадавалі дзецям жыццёвы вопыт, народную мудрасць і ўяўленні пра дабро і зло. У сям’і Кагутоў гэтым займаўся дзед: ён спяваў дзецям песню пра жарабя святога Міколы. У. Караткевіч паказаў, што праз такія песні адбывалася не толькі выхаванне спадкаемцаў, але і захаванне народнай культуры. Менавіта вусная народная творчасць дапамагала перадаваць з пакалення ў пакаленне жыццёвыя каштоўнасці.

Пры гэтым дзед прасіў Алеся не расказваць бацькам пра тое, якія песні спяваюць сяляне. Гэтая дэталёвая сведчыць зноў жа аб існаванні ментальнай мяжы паміж шляхтай і сялянствам. Сяляне разумелі, што іх культура і традыцыі могуць быць незразумелымі для панскага свету.

Такім чынам, праз вобразы шляхты і сялянства У. Караткевіч раскрыў розныя тыпы саслоўнай ментальнасці, праз якія з вялікімі цяжкасцямі фарміравалася ментальнасць нацыянальная. Шляхта паказана пісьменнікам як саслоўе, для якога важныя пачуццё ўласнай годнасці, павага да роду, адукацыя, традыцыі і вера ў сваю гістарычную сілу. Аднак разам з гэтым у шляхецкім асяроддзі часам выяўляліся ганарлівасць, пагардлівасць, аддаленасць ад нізоў грамадства, палітычныя канфлікты і духоўны крызіс. Сялянства, у сваю чаргу, адлюстравана У. Караткевічам як носбіт працавітасці, цяжарнага, глыбокай рэлігійнасці і вернасці народным традыцыям. Сяляне цесна звязаны з зямлёй, сям’ёй і звыклым укладам жыцця. Менавіта ў іх побыце, песнях, звычаях і стаўленні да працы асабліва ярка захоўваліся рысы народнай культуры і нацыянальнага характару. Аднак звычка да падпарадкавання і замкнёнасць на ўласных паўсядзённых клопатах перашкаджалі сялянам усведамляць сябе актыўнай грамадскай сілай.

Праз супастаўленне саслоўных светапоглядаў У. Караткевіч паказаў супярэчлівасць нацыянальнай ментальнасці беларусаў, у якой спалучаюцца духоўная сіла, павага да традыцый, вера, пачуццё ўласнай годнасці, але адначасова сацыяльная раз’яднанасць і ўнутраныя супярэчнасці грамадства.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Караткевіч, У. С. Каласы пад сярпом тваім / У. С. Караткевіч. – Мн. : Папуры, 2023. – 928 с.

[К содержанию](#)

Д. А. ДУДКО

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Л. І. Яўдошына, канд. філал. навук, дацэнт

ЭПІТЭТЫ Ў ПРОЗЕ МАКСІМА БАГДАНОВІЧА

Эпітэт – вобразнае азначэнне, якое характарызуе прадмет, чалавека, жыццёвую з’яву, «вылучае і дае мастацкае акрэсленне істотнай рысы ці прыметы якога-небудзь прадмета, з’явы, выклікае пэўныя эмацыянальныя адносіны да іх» [2, с. 3]. Эпітэты з’яўляюцца не проста ўпрыгожваннем для тэксту, а сродкам уздзеяння на чытача. Яны дапамагаюць зрабіць карцінку ва ўяўленні чытача больш яркай, зразумелай, а пісьменніку дапамагаюць больш дакладна перадаць чытачу сваё бачанне на пэўны прадмет ці з’яву.

Як і метафары, эпітэты падзяляюцца на агульнамоўныя (*цёмны бор, звонкая песня*), народна-паэтычныя (*ясны месяц, белая бяроза*) і індывідуальна-аўтарскія.

Значную колькасць у прозе М. Багдановіча складаюць агульнамоўныя эпітэты. Характэрная прымета агульнамоўных эпітэтаў – адносна ўстойлівая сувязь іх з паяснёным словам, узнаўляльнасць, частая ўжывальнасць у літаратурнай мове. Гэта «словы з прамым і пераносным значэннем, стылістычна-афарбаваныя і нейтральныя» [2, с. 10]. Агульнамоўныя эпітэты М. Багдановіч выкарыстоўваў для таго, каб перадаць свае пачуцці да прыроды, жыцця, свету, стварыць пэўны настрой і вобразнасць. Гэтымі эпітэтамі часцей за ўсё пісьменнік характарызуе прыродныя з’явы: *А мо тое чыстае, мяккае наветра, што ціха шчакатала хілыя лёгка, забіраючыся ў самыя далёкія, ужо адвыкшыя дыхаць, куткі* [1, с. 207]; *Крута ўздымаўся ён <бераг>, высокі і абрывісты, а на яго верхняму краю разрасліся кучаравыя дрэвы і кусты* [1, с. 226]. Таксама з дапамогай эпітэтаў характарызуецца псіхалагічны стан і светаўспрыманне героя: *А разам з тым павінна была расці ў яго душы бяскрайняя, трывожная нуда, бо зямля наша сувора, жорстка, невясёла, і так няцвёрда на ёй існаванне чалавека* [1, с. 196] – у дадзеным прыкладзе відавочна, што аўтар праз характарыстыку зямлі перадае змрочнае светаўспрыманне персанажа.

Здольнасць эпітэта надаваць прадмету або з’яве дадатковую характарыстыку ажыццяўляецца праз характарыстычную функцыю [3, с. 6], якая ў прозе М. Багдановіча з’яўляецца дастаткова актуальнай для вобразных азначэнняў: *А ў Базыля ад гэтай неспадзяванай ласкі і спачуцця маленькай дзяўчынкі яшчэ мацней уздымаліся грудзі і прарываліся кароткія ўсхліпванні* [1, с. 228]. Эпітэт *неспадзяваная* ў дачыненні да назойніка ласка паказвае раптоўнасць і нечаканасць цяпла ад маленькай дзяўчынкі да Базыля. Гэты эпітэт паказвае яго як чалавека, які быў пазбаўлены

цеплыні, а таксама паказвае чуласць дзяўчынкі. Эпітэт у словазлучэнні *картокія ўсхліванні* перадае перарывісты плач. Базыль спрабаваў стрымаць свае эмоцыі. Праз гэты эпітэт аўтар перадае глыбокія пачуцці героя, ад якіх ён фізічна не можа раўнамерна дыхаць. Эпітэты дазваляюць аўтару лаканічна ахарактарызаваць пэўную сітуацыю ў творы, абмаляваць вобразы. Як і ў наступным кантэксце: *Пакуль нянька нудным павольным голасам заводзіць заўсёдны пачатак: «...У неякім царстве... у неякім гаспадарстве...» – Петрык ужо анярэдзіў сваёй няўтомнай фантазіяй* [1, с. 217]. Тут эпітэт *нудны* ўказвае на гаворку, якая не выклікае цікавасці ў хлопчыка і пазбаўлена эмацыянальнасці, а эпітэт *павольны* падкрэслівае яе расцягнутасць і нават санлівасць нянькі. Гэтыя два эпітэты паказваюць на тое, што казка для нянькі абавязковая руціна і яна не імкнецца да таго, каб зацікавіць дзіця. Эпітэт *няўтомная* характарызуе Петрыка як дзіця, у якога фантазія працуе бесперапынна, наперад слоў нянькі і стварае свае вобразы.

Эпітэты ў тэксце дапамагаюць засяродзіць увагу чытача на дэталіх мастацкага апаведу і асабліва сцяжх светаўспрымання персанажаў, як, напрыклад, у наступным кантэксце: *Праз паўмінуты ў яе кулачку ляжала стракатая цукерка* [1, с. 228]. Выдзелены эпітэт паказвае на рознакаляровасць, яркасць абгорткі і на тое, што яна кідаецца ў вочы; ён перадае дзіцячае ўспрыманне цукеркі – яна не толькі салодкая, але і візуальна прывабная.

Эпітэты перадаюць пачуцці, настрой, душэўнае хваляванне (радасць, смех, гнеў) і тым самым выконваюць экспрэсіўна-эмацыянальную функцыю [3, с. 8]: *Магутны, але мяккі гуд вялікага звону, вясёлы перазвон меншых, радаснае паянне, агнялёты, што з трэскам узлётвалі ды, прабліскацеўшы калярыстымі агнямі, рассыпаліся ў вышыні, дзівоснае палыханне чырвонага бенгальскага агню вакол белае царквы, знізанае зігатлівымі лямпамі* [1, с. 221]. Эпітэт у словазлучэнні *вясёлы перазвон* перадае ажыўлены гук званочкаў, якія выклікаюць пачуццё весялосці і лёгкасці, а эпітэт у словазлучэнні *радаснае паянне* перадае мілагучнасць, шчасце і ўрачыстасць. Эпітэт *дзівоснае* ў дачыненні да назойніка *палыханне* перадае чароўнае, незвычайнае з'яўненне бенгальскага агню, якое захапляе. Гэтыя эпітэты не проста даюць апісанне прадмета, а яшчэ і перадаюць эмоцыі і настрой, яны дапамагаюць чытачу адчуць усю тую прыгажосць, што малюецца ў творы пісьменнікам, выклікаюць яркія зрокавыя вобразы.

Эпітэты дапамагаюць пісьменніку тонка перадаць настараёвыя адчуванні персанажаў, як, напрыклад, у наступных кантэкстах: *За пяць хвілін да экзамену разносіцца шчаслівая вестка, што «нядрэмнае вока», гэтак званы Казёл, на экзамене не будзе: пайшоў да васьмікласнікаў, занятых пісьмовай на алгебры* [1, с. 233]. Эпітэт у словазлучэнні *шчаслівая вестка* азначае доўгачаканнае паведамленне про тое, што злы настаўнік не будзе

прысутнічаць на экзамене. Гэты эпітэт выклікае разуменне, наколькі моцна вучні яго баяліся і якая была напружаная атмасфера перад экзаменам, эпітэт перадае не проста інфармацыю, а радасць і дзіцячае «шчасце» ў стрэсавай сітуацыі. Падобныя эпітэты непасрэдна выказваюць і перадаюць пачуцці – радасць, шчасце, веселасць, грубасць і г. д. Яны ўдзейнічаюць на эмацыянальную сферу чытача і перадаюць яму той жа настрой, што і ў творы. Менавіта праз непасрэднае называнне пачуццяў усе прыведзеныя эпітэты рэалізуюць экспрэсіўна-эмацыянальную функцыю.

Сустрэкаюцца ў творах і эпітэты, якія выконваюць эмацыянальна-ацэначную функцыю: *Напружыліся жылы на яго шыі, і як затрасліся, так і не пераставалі трасцісь **вузкія плечы*** [1, с. 228]. Выдзелены эпітэт абазначае худзізну персанажа, які выклікае спачуванне. Дзякуючы эпітэту мы не толькі бачым візуальны вобраз, але і пэўнае эмацыянальнае стаўленне да яго. Яшчэ адзін падобны прыклад: *Сухонькі, нізенькі, але досыць яшчэ **жвавы** старычок, трымаючы на каленях маленькую дзяўчынку з **быстрымі** вочкамі і **светлымі ільнянымі** валасёнкамі* [1, с. 226]. У кантэксце эпітэты з памяншальна-ласкавымі суфіксамі выклікаюць у чытача цёплыя, добрыя пачуцці. Яны ствараюць спакойныя і гарманічныя вобразы і перадаюць пяшчотнае пачуццё аўтара.

Часта ў творах М. Багдановіча апісваецца фізічны стан, выгляд персанажа, што накіраваны і на перадачу эмацыянальна-ацэначных адносін аўтара да яго. Напрыклад: *Малюсенькі, з вялікай галавой і **кволым целцам**, ён быў цэлым няшчасцем для сваёй маці* [1, с. 209]; *Чаруючы сінімі аганькамі вачэй, стаяла там русакосая малярка Вясна, і пад **тонкімі, вузкімі** рукамі дзяўчыны вырастаў бяскрыны светла-каляровы малюнак* [1, с. 207]. Эпітэт у словазлучэнні *кволым целцам* абазначае фізічную слабасць дзіцячага арганізма, а памяншальна-ласкавы суфікс падкрэслівае не толькі малады ўзрост, але і нібыта нежыццяздольнасць дзіцяці. Эпітэт перадае ўсе пачуцці маці – болю, стомленасці і бяссілля перад лёсам. У апошняй ілюстрацыі эпітэты *тонкія, вузкія* таксама выклікаюць адчуванне спагады да гераіні, перадаюць яе фізічную кволасць. Падобныя эпітэты выражаюць аўтарскае стаўленне да прадмета, чалавека (жаль, спагада, захапленне і г. д.) і нясуць відавочную станоўчую ці адмоўную ацэнку.

Галоўная функцыя эпітэта – эстэтычна-акумуляцыйная. Гэта функцыя агульная для ўсіх стылістычных прыёмаў у мастацкім стылі. Эпітэт з’яўляецца сродкам пазнання і адлюстравання рэчаіснасці, набывае пашырэння ведаў аб прадметах, з’явах, псіхалогіі чалавека [3, с. 5]. Прыклад такога эпітэта заўважаем у наступным кантэксце: *І не менш залітага сонцам **вольнага** абшару радаваў **залаты, пыльны** сонечны прамень, прабіўшыся праз ваконца невялічкай каморы, у каторую вярнуўся Яныш* [1, с. 207]. Эпітэт у словазлучэнні *вольнага абшару* не толькі пазначае

прасторы, але і надае ёй рысы свабоды і неабмежаванасці. Ён перадае адчуванне духоўнай лёгкасці, незалежнасці. Эпітэт *залаты* паказвае на цяпло, каштоўнасць святла, яго жыццёвую сілу, а эпітэт *пыльны* можна патлумачыць так: пыл у прамяні робіць святло бачным, матэрыяльным. Гэты эпітэт абстрактную прыгажосць святла змяняе на канкрэтную, набліжаную да ўспрымання.

У прозе пісьменнік таксама ужываў індывідуальна-аўтарскія (аказіянальныя) эпітэты, якія адлюстроўваюць найперш яго светапогляд, яго індывідуальныя асаблівасці асэнсавання рэчаіснасці. Умовай узнікнення індывідуальна-аўтарскіх эпітэтаў служыць незвычайнасць, нестандартнасць спалучэння слоў, якія адлюстроўваюць своеасаблівасць аўтарскіх асацыяцый, непаўторнасць бачання свету мастаком слова. Тыя ці іншыя якасці, уласцівасці па сваёй сутнасці не належаць прадмету ўнутрана, не вынікаюць з яго зместу, аўтар бярэ іх з нейкай іншай сферы на аснове знешняга ці ўнутранага падабенства. У выніку ствараецца непаўторны, зрокавы, слыхавы, абаняльны вобраз [2, с. 10]. Напрыклад: *І палілася яму ў душу салодкая, ціхая лень* [1, с. 208]. Эпітэты *салодкая, ціхая* ў дачыненні да назоўніка *лень* перадаюць, што герой адчувае задавальненне, асалоду ад яе, лень яго не турбуе.

Базай для стварэння аказіянальных эпітэтаў часта становіцца аксюмаран: эпітэт разам з паяснёным назоўнікам утварае спалучэнне супрацьлеглых паняццяў, якія лагічна выключаюць адно аднаго, але ўжытыя разам даюць новы паэтычны вобраз [2, с. 11]: *Тая бяскрайняя хваля ясных калёраў і зыкаў, што лілася праз яго істэрычную душу, уздымала яе і з салодкім болем пракранывалася да чуткіх пасля хваробы нерваў?* [1, с. 207]. Выдзелены эпітэт выконвае звышарганізацыйную функцыю, узмацняе вобразнасць, эмацыянальнасць тэксту і перадае, што гукі, колеры, свет выклікаюць прыемныя ўражанні ў героя, але разам з тым прычыняюць яму фізічны боль.

Празаічная спадчына Максіма Багдановіча багатая на разнастайныя эпітэты, усе яны з'яўляюцца важным сродкам рэалізацыі аўтарскага светапогляду. Дзякуючы эпітэтам тэкст перастае быць проста перадачай інфармацыі і становіцца сапраўдным мастацтвам, здольным уздзейнічаць на пачуцці і ўяўленні чытача, пашыраць яго веды аб свеце і чалавеку.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Багдановіч, М. А. Творы / М. А. Багдановіч // уклад. і камент. Ю. В. Пацюпы ; навук. рэд. А. С. Ліс. – Мн. : Маст. літ., 2014. – 670 с.
2. Гаўрош, Н. В. Слоўнік эпітэтаў беларускай мовы / Н. В. Гаўрош. – Мн. : Выш. шк., 1998. – 603 с.

3. Дзянісаў, У. С. Эпітэт як моўна-стылістычны сродак у беларускай мастацкай прозе : (марфалагічнае выразэнне і стылістычныя функцыі) : аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.02.01 / Дзянісаў Уладзімір Сяргеевіч ; Гомел. дзярж. ун-т імя Ф. Скарыны. – Гомель, 1998. – 20 с.

[К содержанию](#)

Ю. Р. ЗАВІНОЎСКАЯ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Н. Р. Якубук, канд. філал. навук, дацэнт

АНТРАПАМОРФНЫ КОД КУЛЬТУРЫ Ў МІКРАТАПАНІМІІ БРЭСТЧЫНЫ

Рэгіянальная тапаніміка на сённяшні дзень з’яўляецца запатрабаванай для даследаванняў галіной. Найбольш перспектыўныя распрацоўкі ажыццяўляюцца ў лінгвакультуралагічным аспекце, які дае сістэмнае апісанне моўнай карціны свету. Адзін са спосабаў аднаўлення моўнай карціны свету – апісанне кодаў культуры, у аснову якіх пакладзены разнастайныя фрагменты акаляючай чалавека рэчаіснасці.

Вывучэнне онімаў на сучасным этапе развіцця анамастычнай навукі носіць антрапацэнтрычны характар, таму актуальным з’яўляецца даследаванне рэгіянальных падсістэм з уласцівымі ім спецыфікай і заканамернасцямі ўтварэння, функцыянавання і змянення тапанімічных адзінак. Збор, сістэматызацыя, навуковае апісанне нацыянальнай мікратапаніміі застаецца найважнейшай задачай сучаснай анамастыкі. Рэгіянальная лексіка захоўвае ў сабе шмат фактаў і звестак, што маюць прынцыпова важнае значэнне для культуры, эканомікі, сацыяльнага жыцця, побыту. Мікратапонімы, адносячыся да спецыфічнай часткі рэгіянальнай лексічнай сістэмы, з’яўляюцца важнай крыніцай разнастайнай лінгвістычнай і экстралінгвістычнай інфармацыі, таму што кожны рэгіён – своеасаблівая тэрыторыя са сваёй гісторыяй і традыцыямі. Гэта ўнікальны моўны матэрыял, які захоўвае цікавыя звесткі пра матэрыяльную і духоўную культуру, гісторыю народа. Па мікратапонімах можна прасачыць гісторыю таго ці іншага населенага пункта, змены ў жыцці цэлых пакаленняў.

Мікратапанімія Брэстчыны складвалася і развівалася на працягу доўгага гістарычнага перыяду. Фарміраванне яе працякала нераўнамерна і спалучалася са зменамі сацыяльна-эканамічных умоў, спосабаў грамадскай вытворчасці, са зменамі акаляючага асяроддзя, што, зразумела, пакінула адбітак у тапаніміі.

Разам са зменамі сацыяльна-эканамічных умоў і спосабаў вытворчасці змяняліся адносіны грамадства да геаграфічнага наваколля ў кантэксце

асаблівасцей прыродакарыстання і ментальнага ўспрымання геаграфічнага асяроддзя жыхарамі той ці іншай мясцовасці. З развіццём матэрыяльнай і духоўнай культуры паступова розныя адзнакі мясцовасці набывалі пэўнае значэнне ў выглядзе тапонімаў, у тым ліку мікратапонімаў.

Карані тапаніміі Брэстчыны губляюцца ў глыбіні вякоў, а геаграфічныя назвы на яе тэрыторыі рознаўзроставыя і разнамоўныя. Кожная гістарычная эпоха прыносіла свае асаблівасці, якія яскрава праяўляюцца ў тапаніміі наогул і ў мікратапаніміі ў прыватнасці.

Мікратапонімы любой тэрыторыі ў абсалютнай сваёй большасці індывідуальныя і непарыўныя. Найбольш акрэслена гэта праяўляецца ў іх семантыцы, ці сэнсавым значэнні. Аднак пры ўсёй разнастайнасці найменняў урочышчаў у мікратапаніміі даследаванага рэгіёна можна заўважыць назвы даволі блізкія па этымалогіі, семантыцы і форме. Яны складаюць больш ці менш выразна акрэсленыя групы і тыпы, што дае магчымасць сістэматызаваць і класіфікаваць зафіксаваныя на Брэстчыне мікратапонімы.

Антрапацэнтрычная накіраванасць даследаванняў, што праводзяцца ў сучасным мовазнаўстве, сведчыць пра непарыўныя сувязі чалавека з культурай і засноўваецца на ўяўленнях пра яго як пра ўсебаковую развітую моўную асобу, што валодае індывідуальнай маўленчай свядомасцю. Антрапацэнтрызм у яго лінгвістычным разуменні ляжыць у аснове мікратапонімаў, якія рэалізуюць антрапаморфны код культуры.

Антрапаморфны код з'яўляецца адным з прыярытэтных, паколькі фарміруе назву па іменаванні чалавека, г.зн. рэпрэзентуе чалавека ў апісанні прадметаў навакольнага свету, з'яў прыроды, розных дзеянняў і працэсаў. У мікратапаніміі Брэсцкай вобласці гэты код аб'ектыўна прадстаўлены значнай колькасцю назваў адантрапанімічнага паходжання, якія сфарміраваны на базе імёнаў, прозвішчаў і мянушак. Корпус зафіксаваных назваў дзеліцца на дзве групы: матываваныя ўласнымі асабовымі кананічнымі (хрысціільнымі) імёнамі і суадноснымі з імі прозвішчамі і матываваныя ўласнымі адапелятыўнымі імёнамі-мянушкамі і прозвішчамі.

Група мікратапонімаў, матываваных уласнымі асабовымі кананічнымі імёнамі і суадноснымі з імі прозвішчамі, нешматлікая, у яе аснове ляжаць асабовыя імёны праваслаўнага і каталіцкага календароў. Хрысціянскае імя на Беларусі функцыянавала ў поўнай афіцыйнай, ці традыцыйна-царкоўнай, размоўна-бытавой поўнай і памяншальнай формах. Кожная з гэтых форм магла быць выкарыстана ў якасці ўтваральнай асновы. Пераважаюць найменні, утвораныя ад размоўна-бытавых форм імені, тады як традыцыйна-царкоўныя формы ў гаворках падвяргаюцца шэрагу фанетыка-марфалагічных зменаў.

Ад імя *Александр* < *Аляксандр* < *Олэсь* < *Олік* < *Сашко* паходзяць назва часткі поля *Олэськово* (аг. Аніскавічы Кобр.), назва луга *Олікуў Лужок* (аг. Навіцкавічы Кам.) і назва лесу *Сашковы Ліс* (в. Тэрэсіны Кам.);

Варыянтамі імя *Афанасий* < *Апанас* < *Панас* названы хутар *Панасавы Ухужы* (в. Рыצע Брэсц.); роў *Панасенка Рів* (в. Прыбарава Брэсц.); балота *Панасовэ Болото* (в. Балоты Кобр.); сад *Панасыковы* (в. Мелянькова Кобр.);

На падставе імя *Василий* < *Васіль* < *Васыль* < *Вася* ўзніклі назва лесу *Васількувы Баграчкі* (в. Свіцічы Кам.), назвы палёў *Васілівіна* (аг. Ракітніца Жаб.), *Васільковэ Пólэ* (в. Навалессе Мал.) і поле *Васылэць* (в. Навасёлкі Кобр.), а таксама назвы *Васількова Дорóга* (в. Хамуціны Кам.) і *Млын Вáсюв* (в. Шумакі Брэсц.);

Імя *Григорий* < *Рыгор* < *Грышка* < *Грыц* < *Грыцык* < *Грыць* стала матывуючым для назваў ўзвышшаў *Рыгóрув Вўстров* (в. Збураж Мал.), *Грыцава Гарá* (в. Старыя Пескі Бяроз.) і *Грыцыка* (в. Гусак Мал.); найменняў *Грышко́ва По́ле* (пас. Арэхаўскі Кобр.), *Грышкы* (лес і поле ў в. Агароднікі Падб. Кам.); назваў сенажацяў *Грыцкова Градá* (в. Семігосцічы Стол.) і *Грыцёвы Батогы́* (в. Мелянькова Кобр.);

Варыянтамі імя *Евфимий* < *Яўхім* < *Якім* < *Юхім* < *Юхым* названы *Балóта Якімóвэ* (в. Дубок Брэсц.); палі *Юхымóво* (в. Добрае Кобр.) і *Урóчышча Якімóвэ* (в. Дубок Брэсц.); хутар *Юхі́мвскі́й Багóн* (в. Кабёлка Брэсц.) і сенажаць *Юхы́мув* (в. Добрае Кобр.);

Імя *Иоанн* < *Іван* < *Ванька* < *Іванька* < *Ян* < *Янык* < *Яська* стала матывуючым для назваў лясоў *Іváнаўка* (в. Быткоўшчына Бар.), *Яныкіў Ліс* (в. Фядоры Стол.), *Яновскі́й Ліс* (аг. Астрадава, в. Кошалева Брэсц.) і *Іváново Подрадóнье* (в. Дубіца Брэсц.); для назваў палёў *Вáнькова Паля́на* (в. Печкі Мал.), *Іванькóво Хатны́ско* (в. Забалацце Брэсц.), *Яно́паль* (в. Бусні Жаб.), *Яськовічы* (в. Брадзяцін Мал.) і *Яськовэ* (в. Ляплёўка Брэсц.); для назваў хутароў *Янов Лісóк* (в. Юўсічы Кам.) і *Іváнкоў Ху́тар* (пас. Арэхаўскі Кобр.); для назваў лугоў *Янова* (аг. Чарняны Мал.) і *Яновішчына* (аг. Крыўляны Жаб.); а таксама для назваў узвышша *Іванькóвы Гóры* (в. Печкі Мал.), *урочышча Я́нава Балóта* (в. Скарчава Бар.) і *рова Я́нув Ру́в* (аг. Ставы Кам.);

Ад жаночага імя *Мария* < *Марыя* < *Мар'я* < *Мар'ечка* < *Манька* < *Маруся* < *Марыся* ўтвораны назвы лясоў *Ма́р'інэ* (в. Печкі Мал.), *Мару́сін Лés* (в. Мутвіца Мал.) і *Ма́р'ін Лés* л. (в. Палонка Бар.); а таксама назвы хутара *Ма́р'ечкін Ху́тар* (аг. Якаўчыцы Жаб.), поля *Ма́ньчынэ Хатны́ско* (в. Забалацце Брэсц.) і дарогі *Мары́сіна Грэ́бля* (в. Чадзель Пруж.);

Варыянтамі імя *Матфей* < *Мацвей* < *Матвейка* < *Матюк* < *Матвыюк* < *Матей* < *Моця* < *Моцька* < *Мыцька* названы палі *Маціўскэ Пólэ* (аг. Псышчава Іван.), *Матёвішчына* (в. Дзямідаўшчына Кобр.) і *Мыцькова Ны́ўка* (в. Забараўцы Пін.), сенажаці *Матвыюкíвскэ* (в. Дубіны Кобр.)

і *Маціёвы* (в. Вялічкавічы Кобр.); урочышчы *Мацёва Шыя* (аг. Псышчава Іван.) і *Мацвіёў Хвінняк* (аг. Псышчава Іван.); узгоркі *Матюкінова Горá* (аг. Крыўляны Жаб.) і *Моцькува Горá* (аг. Вял. Матыкалы Брэст.); а таксама лес *Матюкова Бэрэзынка* (в. Загарадня Кам.) і сажалка *Матвёйкова Сажалка* (в. Навасёлкі Кобр.).

У данай групе назваў нам удалося вылучыць два падкоды – патранамічны і матранамічны. Аналізуючы мікратапонімы, якія аднесены намі да гэтай групы, мы прыйшлі да высновы, што значна пераважаюць патранамічныя мікратапонімы, матываваныя мужчынскімі хрысцільнымі імёнамі ці іх варыянтамі. Гэта, найхутчэй, звязана з прыватна-ўласніцкай сістэмай вядзення сельскай гаспадаркі. А паколькі зямля па дакументах належала ў асноўным мужчынам, то і лексічнымі асновамі адантрапанімічных мікратапонімаў з’яўляюцца пераважна мужчынскія імёны.

Група мікратапонімаў, матываваных уласнымі адапелятыўнымі імёнамі-мянушкамі і прозвішчамі, даволі шматлікая і зафіксавала разнастайную апелятыўную лексіку як звязаную з характарыстыкай чалавека (*Балабаноўка, Богач, Дзяўбакова, Злоднеў*), так і не звязаную. Напрыклад, намі зафіксаваны найменні ўрочышчаў, якія ўтрымліваюць у сваёй аснове назвы жывёл (*Барсучка, Бобрыха, Зайцы, Кабановэ Пóлэ*); назвы прадуктаў харчавання, страў і іх састаўных частак (*Горыхыны, Махановае Пóле, Сахарочкув Край*); назвы асоб па сацыяльнай, прафесійнай, нацыянальнай (этнічнай) прыналежнасці (*Ковалёвэ, Кравців, Кундуктар, Шывцёвэ*) і інш. Антрапонімы ў складзе мікратапонімаў з’яўляюцца своеасаблівымі зашыфраванымі адсылкамі да таго ці іншага мінулага, – ад бытавых сітуацый, якія набылі фальклорныя рысы, да глабальных гістарычных падзей.

Геаграфічныя аб’екты Брэстчыны могуць называцца імёнамі і прозвішчамі людзей, якія з’яўляюцца іх першаадкрывальнікамі (распрацаваў навіну пад поле, асвоіў пад сенажаць паляну ў лесе, пасадзіў маладняк, выкапаў роў і г.д.), людзей, якія жылі паблізу (каля, побач, насупраць) ці неяк праявілі сябе ў пэўным месцы (заблудзіліся ў лесе, загінулі або цудам пазбеглі смерці на пазначаных аб’ектах). Але ў большасці выпадкаў адантрапанімічныя мікратапонімы ўказваюць на ўладальнікаў зямельных участкаў у мінулым. Першапачаткова такія назвы былі цесна звязаныя з імёнамі пэўных асоб, у далейшым жа гэтая сувязь магла згубіцца, аднак назвы засталіся.

Такім чынам, можна сцвярджаць, што мікратапанімія канкрэтнага рэгіёна валодае культурнай значнасцю, паколькі ўтрымлівае значны гісторыка-культурны патэнцыял, а таму з’яўляецца каштоўнай крыніцай інфармацыі пра спецыфічныя рысы карціны свету.

[К содержанию](#)

Ю. Р. ЗАВІНОЎСКАЯ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Н. Р. Якубук, канд. філал. навук, дацэнт

УЛАСНЫЯ ІМЁНЫ Ў СТРУКТУРЫ МІКРАТАПАНІМІ БРЭСЦКАЙ ВОБЛАСЦІ

Мікратапонімы з’яўляюцца адным з найбольш каштоўных пластоў тапаніміі. Уласныя назвы невялікіх геаграфічных аб’ектаў – жывая памяць народа. У мікратапонімах знаходзяць адбітак не толькі моўныя, у прыватнасці, дыялектныя, рысы, але і факты гісторыі засялення пэўнай тэрыторыі, карціна свету мясцовага насельніцтва, асаблівасці жыццёвага ўкладу, стан гаспадарання. Імя геаграфічнага аб’екта прадумваецца жыхарамі паселішча і службыць сродкам не толькі арыентацыі ў населеным пункце, але і адбіткам іх светапогляду і светаўспрымання. У сваю чаргу вывучэнне ўласных імёнаў уяўляе асаблівую важнасць дзякуючы спецыфічным заканамернасцям іх перадачы і захавання.

Чалавек і яго дзейнасць знаходзяць шырокае адлюстраванне ў мікратапонімах, якія ўтвараюцца ў працэсе намінацыі ўрочышчаў Брэсцкай вобласці. Гэта праяўляецца ў тым, што назвы малых геаграфічных аб’ектаў даволі часта і паслядоўна маюць антрапанімічнае паходжанне ці ўтвораны ад лексем, звязаных з дзейнасцю чалавека, яго эмацыйнай ацэнкай наваколля.

Вясковая мікратапанімія ў нашы дні адлюстроўвае фрагменты розных эпох. Ключавое паняцце ў гісторыі, у сваю чаргу, – імя чалавека. Антрапонімы ў складзе мікратапонімаў заўсёды хранатапічныя, паколькі з’яўляюцца зашыфраванымі адсылакамі да таго ці іншага мінулага, – ад бытавых сітуацый, якія набылі фальклорныя рысы, да глабальных гістарычных падзей.

Сярод мікратапонімаў Брэстчыны, у склад якіх уваходзяць антрапонімы, можна вылучыць некалькі груп. Самую вялікую ў колькасным плане групу складаюць назвы ўрочышчаў, утвораныя ад прозвішчаў былых землеўладальнікаў ці ўласнікаў надзелаў. Першапачаткова такія назвы былі цесна звязаныя з імёнамі пэўных асоб, у далейшым жа гэтая сувязь магла згубіцца, аднак назвы засталіся: *Бабынішчына* – урочышча, якое належала пану Бабынскаму (в. Якаўчыцы Жаб.); *Барташывскі ліс* – лес, названы па прозвішчы былога ўладальніка пана Барташука (в. Маціевічы Жаб.); *Берыстоўскі сад* – сад, уладальнікам якога быў пан Берыстов (в. Куставічы Кобр.); *Боюківішчына* – поле, якое належала селяніну па прозвішчы Боюк (в. Хмелева Жаб.); *Бурськый* – поле і сенажаць, якія раней належалі Бурскаму (в. Дубіны Кобр.); *Бэркавы кўсцікі* – невялікі лясок, былым уладальнікам якога быў пан Бэрк (в. Вольна Бар.); *Вакуліна зямля* – поле, дзе

расце збожжа, раней уласнасць пана Вакулы (в. Навіцкавічы Кам.); *Вырыўшчына* – месца за вёскай, зямля раней належала пану Вырыцкаму (в. Кісялёўцы Кобр.); *Гайскае поле* – назва поля, якое належала пану Гайскаму (в. Камень Кобр.); *Галабурдын гаёк* – частка лесу, якую выкупілі Галабурды (в. Міжлессе Бяроз.); *Гачэ* – назва балота, што належала пану Гацкаму (в. Старое Сяло, в. Азяты Жаб.); *Глушкоў крамец* – сенажаць селяніна па прозвішчы Глушко (в. Семігосцічы Стол.); *Гостраў* – зямля, дзе жылі раней паны Гастравецкія (в. Туры Стол.); *Грышкова поле* – участак зямлі, які некалілежаў чалавеку па прозвішчы Грышко (пас. Арэхаўскі Кобр.); *Дамброўшчына* – поле, якое раней належала пану Дамброўскаму (в. Бярозаўка Бар.); *Долмонтаў лужок* – луг, на якім раней знаходзіўся хутар сям’і Долматаў (в. Мокрая Дуброва Пін.); *Жукоўшчына* – узгорак, некалі гэта была зямля Жукоўскіх (в. Тартакі Бар.); *Закраснюковэ* – частка лесу, якая належала пану Закраснюку (в. Яўсімавічы Кобр.); *Ігнатовічава поле* – поле, назва якога паходзіць ад прозвішча памешчыка Ігнатовіча (в. Гошчава Івац.); *Касмоўшчына* – поле, назва пайшла ад прозвішча памешчыка, які там жыў (в. Обеч Пруж.); *Клімцаў хутар* – поле на месцы былога хутара, першым жыхаром якога быў чалавек па прозвішчы Клімец (в. Чадзель Пруж.); *Ластовульшчына* – частка лесу, што належала пану Ластавульскаму (в. В. Курніца Брэсц.); *Лашкевішчынын сад* – сад, які ў мінулым належаў пані Лашкевіч (в. Стайкі Бар.); *Левусавы лужкі* – сенажаць, некалі гэтае месца было ўладаннем пана Левусава (в. Вялікае Сяло Пруж.); *Луг Шарсцюка* – луг, які атрымаў назву ад прозвішча пана Шарсцюка (в. Харава Пруж.); *Лукашэвічаў хутар* – луг за вёскай, названы так таму, што заснавальнікам хутара быў чалавек па прозвішчы Лукашэвіч (в. Чадзель Пруж.); *Лушаковэ* – поле, што належала селяніну па прозвішчы Лушак (в. Кабёлка Брэсц.); *Мазурова гора* – поле, былое ўладанне памешчыка Мазура (в. Малеч Бяроз.); *Мазэччына* – урочышча, якое належала пану Мазэцкаму (в. Якаўчыцы Жаб.); *Майковы пашы* – паша, якая раней належала селяніну Майкову (в. Ставы Кам.); *Макараўка* – луг, дзе некалі быў хутар Макарава (в. Парэчча Пін.); *Масайлаў хутар* – поле на месцы былога хутара чалавека па прозвішчы Масайла (в. Чадзель Пруж.); *Орловэ* – поле, што раней належала селяніну Арлову (в. Навасады Брэсц.); *Паўлічы* – частка балота, дзе раней была сенажаць, што належала сям’і Паўліч (в. Псышчава Іван.); *Покалаў хутар* – поле на месцы хутара, заснавальнікам якога быў чалавек па прозвішчы Покала (в. Чадзель Пруж.); *Райшчына* – поле, што належала пану Райскаму (в. Антанова Мал.); *Раманаўскі лес* – лес, гаспададаром якога быў Раманаў (в. Гершоны Брэсц.); *Рудныкы* – лес, што належаў пану Рудасю (в. Ставы Кам.); *Савчуковэ булёто* – паша на балоце, што належала селяніну па прозвішчы Саўчук (в. Смуга Брэсц.); *Саўчукоў хутар* – урочышча на месцы былога хутара, першым жыхаром якога быў

чалавек па прозвішчы Саўчук (в. Чадзель Пруж.); *Саха́цкiй* – луг, што належаў чалавеку па прозвішчы Сахацкі (в. Дзівін Кобр.); *Ткачуко́во по́лэ* – надзел зямлі, які належаў чалавеку па прозвішчы Ткачук (пас. Арэхаўскі Кобр.); *Тэ́льпукы́* – поле, якое раней належала нейкім Цельпукам, потым іх раскулачылі, а поле аддалі калгасу (в. Багданаўка Лун.); *Тэ́рэшко́во* – поле, дзе быў надзел Тэрэшкі (в. Хадосы Кам.); *Фра́нько́вэ* – поле, назва паходзіць ад імя польскага землеўладальніка (в. Асаўніца Іван.); *Чабо́яўка* – лес, які належаў пану Чабою (в. Сачыўка Іван.); *Ча́рне́цкі лэ́с* – лес, якім валодаў пан Чарнецкі (в. Папялёва Пруж.); *чо́пава по́ле* – надзел зямлі, які належаў калісыці чалавеку па прозвішчы Чоп (пас. Арэхаўскі Кобр.); *Чы́рне́цкэ* – поле, што належала пану Чарнецкаму (в. Кацельня Баяр.); *Ша́раёво* – частка лесу, што належала пану Шараю (в. Яўсімавічы Кобр.); *Шуляко́вичына* – назва поля, якое належала селяніну Шуляку (в. Чыжэўшчына Жаб.); *Шу́мскага* – луг, які належаў пану Шумскаму (в. Харава Пруж.) і інш.

Другую групу складаюць адантрапанімічныя мікратапонімы, утвораныя ад уласных імёнаў людзей, якія жылі паблізу (каля, побач, насупраць) названых аб'ектаў: *Абухо́вічы* – паляна ў лесе, дзе раней стаяла хатка селяніна Абуховіча (в. Тухавічы Лях.); *Бабу́рцкая* – назва сенажаці, каля якой раней жыла сям'я Бабурцкіх (в. Воўчын Кам.); *Бало́та Які́мовэ* – назва балота каля хаты Якіма (в. Дубок Брэсц.); *Банду́рына даро́га* – дарога, якая праходзіла каля хутара, на якім жыў Бандура (в. Опаль Іван.); *Бо́лькаў луг* – луг, каля якога жыла жанчына Болька (в. Стайкі Бар.); *Бра́шов луг* – луг сярод лесу, дзе непадалёку была сядзіба пана Брашава (в. Брашэвічы Драг.); *Вы́хтарава го́ра* – невялікае ўзвышша ў канцы вёскі, дзе размешчаны могілкі, названа па імені вяскоўца, які жыў побач (в. Забараўцы Пін.); *Габрусе́ва ольшы́нка* – невялікі лясны масіў, які знаходзіцца побач з хатай чалавека па мянушцы Габрусь (в. Дзямідаўшчына Кобр.); *Жу́ков мiст* – мост каля хаты чалавека па прозвішчы Жукаў (в. Брашэвічы Драг.); *За Бі́рыком* – поле, што знаходзіцца за хутарам селяніна Бірыка (в. Фядоры Стол.); *За Сокумо́ком* – поле за хатай селяніна па прозвішчы Сокумок (в. Верхалессе Кобр.); *Зала́лле* – сенажаць, размешчаная за хутарам, дзе жыла жанчына па імені Лала (в. Пажэжын Мал.); *Каля Ма́дныка* – частка дарогі, якая праходзіць за хатай, у якой некалі жылі Мадныкі (в. Опаль Іван.); *Кацко́в басейн* – вадаём, які знаходзіцца каля хаты, у якой жыў чалавек па прозвішчы Кацко (в. Гарбаха Іван.); *Ко́ло Струкалы́хы* – частка вёскі, размешчаная каля сядзібы жыхаркі па мянушцы Струкалыха (в. Фядоры Стол.); *Мікі́цкі* – назва лесу, непадалёк ад якога быў хутар чалавека па прозвішчы Мікіцкі (в. Бакуны Пруж.); *На Га́рчыка* – поле каля хаты селяніна па прозвішчы Гарчык (в. Кавярдзякі Брэсц.); *Но́віковэ* – поле, каля якога раней жыў чалавек па прозвішчы Новік (в. Астрямечава Брэсц.); *О́лікуў лужо́к* – луг каля хаты чалавека па імені Олік (в. Навіцкавічы Кам.);

Парасін – лес каля хаты жанчыны па імені Парася (в. Цешаўля Бар.); *Прако́паў* – лес, назва паходзіць ад імені мужчыны Пракоп, чыя хата знаходзіцца каля гэтага лесу (в. Цешаўля Бар.); *Про́нін луг* – луг, каля якога раней жыла жанчына па імені Проня (п. Лінова-2 Пруж.); *Раматэ́ничына* – поле каля хаты лесніка Раматэнка (в. Пагубяцічы Брэсц.); *Ромáнова горá* – дарога, якая праходзіць каля сядзібы Рамана, што размешчана на ўзгорку (в. Казловічы Брэсц.); *Са́харава са́жалка* – сажалка, дзе чалавек па прозвішчы Сахараў любіў вудзіць рыбу (в. Псышчава Іван.); *Тру́шава* – возера, назва пайшла ад прозвішча мужчыны Трушын, які жыў каля возера (в. Палонка Бар.); *Хомычо́ва горá* – узвышша, дзе жыла сям’я Хомычовых (в. Навасады Брэсц.); *Шата́ловка* – частка вёскі, дзе жыў чалавек па прозвішчы Шаталов (в. Моладава Іван.); *Шкубі́вскэ* – назва часткі лесу, матываваная прозвішчам чалавека, які жыў непадалёку (в. Брашэвічы Драг.); *Шува́рова хво́інка* – хваёвы лес побач з хутарам чалавека па прозвішчы Шувар (в. Дзямідаўшчына Кобр.); *Шы́мчын луг* – выган каля хаты Шымкі (в. Старыя Пескі Бяроз.); *Яню́чышын ху́тар* – месца за вёскай, дзе быў хутар жанчыны па прозвішчы Янюк (в. Чадзель Пруж.)

Яшчэ адна група – назвы ўрочышчаў, матываваныя імёнамі людзей, якія неяк праявілі сябе ў пэўным месцы (заблудзіліся ў лесе, загінулі або цудам пазбеглі смерці на пазначаных аб’ектах): *Га́ля* – лес, у якім загінула жанчына па імені Галя (в. Міжлессе Бяроз.); *Заві́дово урочы́шча* – назва ўрочышча, дзе загінуў пагранічнік А. Завідаў (в. Дубок Брэсц.); *Левóнова я́мка* – возера, дзе ўтапіўся хлопец Левон (в. Клейнікі Брэсц.); *Рыго́рув во́стров* – узвышша, дзе быў забіты чалавек па імені Рыгор (в. Збураж Мал.); *То́ня* – балота, дзе калісьці ўтапілася дзяўчына Тоня (в. Стойлы Пруж.); *Чыбу́рко́ва я́мка* – невялікае возера, дзе ледзь не патануў вязковы хлопец Чыбурко (в. Клейнікі Брэсц.); *Шы́лово боло́та* – балота, дзе калісьці ўтапіўся нападнітку пан Шылов (в. Дамачава Брэсц.); *Я́нава боло́та* – некалі ў гэтым месцы ўтапіўся сын мясцовага пана Яна (в. Скарчава Бар.) і інш.

Наяўнасць вялікай колькасці назваў урочышчаў антрапанімічнага паходжання тлумачыцца ў першую чаргу тым, што ў большасці выпадкаў аб’екты знаходзіліся на тэрыторыі зямельнага надзела, адведзенага пэўнай сям’і, таму і найменні атрымлівалі па імені ці прозвішчы гаспадара.

[К содержанию](#)

М. В. ЗАДОЯНАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л. А. Годуйко, канд. филол. наук, доцент

ПЕРИФРАЗ КАК ВТОРИЧНАЯ НОМИНАЦИЯ

(НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ МЕДИА)

Русский язык отличается активностью номинативных процессов, т. е. соотнесения явлений реальной действительности с соответствующими им вербальными знаками. Номинация охватывает гетерогенные явления – и не имеющие имен, и уже обозначенные; и новые, и уже существующие. На этом основании различают номинацию первичную и вторичную. Основными признаками **вторичной номинации** являются: обращение к существующим языковым единицам для вербализации новых понятий, явлений; повторное называние уже обозначенных объектов; уточнение смысла; возможность избежать неоправданных повторов; придание наименованию выразительности, а речи – гибкости, экспрессивности.

Одной из репрезентаций вторичной номинации выступает **перифраз** (перифраза), который заменяет прямое наименование объекта / субъекта обозначением его характерных, часто общеизвестных признаков. Такое описательное наименование многословно, обладает субъективной модальностью, служит для усиления образности текста. И это вполне объясняет востребованность перифразов в современном газетном дискурсе.

Перифразы могут быть охарактеризованы по разным параметрам, но в данной статье подобные вторичные номинации, функционирующие в русскоязычном газетном дискурсе Беларуси (для примера – в газете «Беларусь сегодня», далее – БС), рассматриваются с учетом **денотативно-семантических корреляций** между перифразируемым словом (далее – ПС) и субститутом. Перифразы по типу корреляции в нашей выборке ранжируются в порядке понижения их продуктивности следующим образом: субституты описательные, метонимические и метафорические (данную классификацию используем вслед за Т. В. Лысковой [2]).

1) В **описательных** перифразах (52,69 %) их опорные компоненты употреблены в прямом значении. Подобные субституты формируют три семантических подвида, в которых:

а) перифраз денотативно тождествен ПС, имеет то же самое значение, что и заменяемое слово [2, с. 197–198], например: «Путался в показаниях и Пушкин: в “Полтаве”, как известно, изображен “счастья баловень безродный, полудержавный властелин”» (БС от 24.11.2023) – вместо *повелитель* (об А. Меншикове – русском военном и государственном деятеле, генерал-адъютанте, адмирале, начальнике Главного морского штаба, морском министре Российской империи, Финляндском генерал-

губернаторе): перифраз отражает двойственность положения фаворита царя Петра I, т. к. А. Меншиков обладал огромным влиянием, фактически *управляя* страной, но *не был* монархом, и его власть была *ограничена*;

б) перифраз денотативно соотносителен с ПС, связан с ним через родо-видовые связи, например: «Удача улыбнулась в том числе и Денису Климецу из Брестской области, который получил уникальную возможность испытать свои силы в охоте на **величественного зверя**» (БС от 18.07.2025) – вместо видовой номинации *медведь*;

в) перифраз денотативно близок ПС, при этом указывает на яркий признак денотата, делая речь образнее: «Вот вернется из Пекина **брат старший**» (БС от 07.02.2022) – вместо *В. В. Путин*: Президент Российской Федерации занимает одинаковую должность с Главой Республики Беларусь, а перифраз возник из общего советского прошлого двух стран, тесной экономической и военно-политической интеграции в рамках Союзного государства и общих исторических нарративов о «*братских народах*», среди которых Россия – крупный и сильный, оказывающий поддержку. К слову, сам В. В. Путин не называет нашу страну «младшим братом». «Никогда так вопрос не ставился. И никогда президент России белорусов или меня не называл младшим братом. Это моя терминология. Я всегда где-то полушутя, где-то в шутку, где-то полувсерьез говорил “младшие братья”, – сказал А. Г. Лукашенко на одной пресс-конференции. И пояснил, что вкладывает в это понятие: «Младший брат – это значит, что в любой момент и похвалит его *старший брат*, и всегда поможет». По словам белорусского лидера, «младшие братья – не значит безрукие» [1].

2) **Метонимические перифразы** (23,66 %) построены на смежности денотатов субститута и ПС, когда «названия отдельных элементов объекта/ субъекта переносятся на соседние элементы, на объект/субъект в целом, либо название целого переносится на отдельные элементы» [2, с. 199–200]. В частности, к метафорическим отнесли случаи, когда:

а) перифраз связан с ПС причинно-следственным переносом, например: *...В брак представители **сильной половины человечества** предпочитают вступать в 25–29 лет* (БС от 17.10.2025) – вместо *мужчины*: название одного объекта (*сильная половина человечества*) переносится на другой из-за большей физической силы у мужчин, чем у женщин (это обусловлено биологическими, анатомическими различиями между двумя полами);

б) перифраз связан с ПС переносом-синекдохой, т. е. обозначением части вместо целого и целого вместо части, например: «**Железной маской** прозвали таинственного узника под номером 64389000, который был переведен в Бастилию 18 сентября 1698 года» (БС от 18.09.2023) – вместо *узник*: никто под страхом смерти не имел права видеть его лицо

без специальной наклейки; «Организаторы протестов назвали их “демонстрациями **поколения Z**”» (БС от 08.09.2025) – вместо *представителей поколения, родившегося с 1997 г. по 2012 г.*: буква Z (символ неясности, неизвестности, конца алфавита) используется для обозначения группы людей, рожденных в определенный период с общими чертами, а также как номинация, перекликающаяся со словами *бумеры (бумерами/бэби-бумерами)* называют поколение, родившееся в период примерно с 1946 г. по 1964 г., после окончания Второй мировой войны) и зум ‘приближение/увеличение’.

3) **Метафорические перифразы** (23,66 %) построены на аналогии, сравнении, в т. ч. на сходстве:

а) функции денотатов перифраза и ПС, например: «В декабре 1949-го **великий кормчий** получил свою последнюю государственную награду – орден Ленина» (БС от 21.12.2023) – вместо *руководитель* (об И. В. Сталине, российском революционере, деятеле партии большевиков; одной из самых известных и влиятельных личностей XX в.): подобно *кормчему* ‘рулевой, управляющий движения судна’ Сталин много лет был бессменным *руководителем* Советского Союза;

б) поведения, особенностей характера денотатов перифраза и ПС, например: «Мне советуют сдерживать мизантропию из-за всех сил. Я и стараюсь – а вы тут со своими вопросиками, какие качества... да в Красную книгу... Многие качества сейчас днем с огнем поискать. Слепая любовь к людям и вера в человечество – они хороши для книжек. Для возвышенных бесед. **Для пылких д’артаньянов и арамисов**» (БС от 24.08.2024) – вместо *идеалисты*: перифраз актуализирует верность, честь, бесстрашие, мужскую дружбу (девиз мушкетеров – «Один за всех. И все за одного!»), галантность, романтические искания, которые присущи мушкетерам, но в тексте А. Муковозчика описательная номинация приобретает неодобрительный, иронический смысл;

в) сходством статусности денотатов перифраза и ПС, например: «Если решили все-таки побаловать свою **королеву цветов**, забудьте про азотные удобрения, необходимые для наращивания зеленой массы» (БС от 06.07.2025) – вместо *роза*: она считается особым (занимающим главенствующее положение в иерархии) цветком из-за его непревзойденной красоты, разнообразия форм и оттенков, богатого, сладкого аромата; цветок олицетворяет любовь, страсть, красоту, благородство; «В структуре ярового сева **королева полей** займет более половины площадей – на 7 % больше, чем в прошлом году» (БС от 21.03.2025) – вместо *рапс*: данная сельхозкультура в последние годы засеивается в Беларуси на больших площадях, занимает лидирующие позиции благодаря высокой урожайности и ценности для кормовой базы, а также производству недорогого,

но полезного (благодаря балансу жирных кислот) масла. К слову, в последнем примере наблюдается определенный диссонанс – опорное слово перифраза *королева* мужского рода, а ПС *ранс* – мужского рода (может быть, было бы удачнее сказать *король полей?*);

г) яркости (таланта, красоты), «замеченности» денотатов перифраза и ПС, например : «Гвоздем шоу “Душа народная” стала звезда **социальных сетей** популярная российская певица Татьяна Куртукова, исполнившая... свой суперхит “Матушка-земля”...» (БС от 14.09.2024) – вместо *знаменитость*.

В качестве опорных слов метафорических субститутов отмечены:

а) имена нарицательные, например: «Нашему, без преувеличения, великому современнику, Герою Беларуси, человеку, который был не только **духовным отцом**, но и **совестью нации**» (БС от 21.03.2025) – вместо *митрополит* (о Филарете Вахромееве): субститут называет священника, который духовно окормляет, направляет и помогает всей нации на пути к спасению, подобно *отцу* в семье; «*Пицца для электронного мозга*» (БС от 01.08.2025) – вместо *компьютер*: перифраз осмысляет особенности работы машины через аналогию с тем, как работает, получает жизненную энергию живой механизм; «Доказанным считается первое использование *фанеры королями рок-н-ролла из “Битлз”*» (БС от 15.08.2024) – вместо *исполнители*: квартет получил огромную популярность, начав новую эру – рок-музыки; б) прецедентные имена: «Неслучайно этот регион еще называют **европейской Амазонией**» (БС от 08.07.2021) – вместо *пойма реки Припять*: субститут подчеркивает уникальное биоразнообразие белорусской реки (видовой состав бассейна южноамериканской реки составляет более 10 % видов планеты), масштабность (*Амазонка* – крупнейшая река на нашей планете, «легкие» Земли, крупнейшее хранилище пресной воды; *пойма Припяти* – крупнейший в Европе, сохранившийся в естественном состоянии речной комплекс).

Таким образом, перифразы демонстрируют денотативно-семантическую многоликость, объективируют разные способы (прямо-описательный, метонимический, метафорический) вторичной много-словной номинации, которая нередко сопровождается коннотативными приращениями. Все это делает перифраз емким, ярким, эффективным (нередко и эффектным) компонентом газетного текста.

Список использованной литературы

1. Лукашенко заявил, что Путин никогда не называл Белоруссию старшим братом // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/14357399>. – Дата публ.: 12.04.2022.
2. Лыскова, Т. В. Классификация перифрастических значений в аспекте денотативно-семантических корреляций / Т. В. Лыскова // Ярославский педагогический вестник. – 2010. – № 4. – Т. 1. – С. 196–201.

[К содержанию](#)

К. С. ЗИНЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. А. Ворон, канд. филол. наук, доцент

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ДУХОВНОГО ВОСХОЖДЕНИЯ В ПРОЗЕ Н. В. ГОГОЛЯ

Художественное наследие Н. В. Гоголя принято воспринимать как отражение его внутренней религиозно-нравственной эволюции: от светлого, насыщенного фольклорными мотивами романтизма «Вечеров на хуторе близ Диканьки» к трагическому духовному подвижничеству «Выбранных мест из переписки с друзьями» и сожженного второго тома «Мертвых душ». При этом малоизученным остается вопрос о том, каким образом трансформируется сам художественный метод изображения духовного порыва, устремленности личности ввысь – к Богу, нравственному очищению, истинному существованию. Ключ к пониманию этой эволюции дает синтез двух категорий – художественного образа и хронотопа. Образ воплощает чувственно-конкретную и одновременно обобщенную картину действительности, тогда как хронотоп (слитность временных и пространственных координат) обеспечивает возможность перемещения. У Н. В. Гоголя духовный подъем приобретает наглядные пространственно-временные формы: в образах лестницы, порога, окна, замкнутого помещения конструируется совершенно особая гоголевская вертикаль, воплощающая устремленность автора к «горнему миру».

В современном литературоведении термин «духовная вертикаль» прочно закрепился при анализе гоголевских текстов (исследования Е. И. Голубевой [2], В. Б. Тарасова [5], И. А. Есаулова [3]). Данный термин обозначает направление внутреннего преобразования личности, ее устремление следовать заповедям и достичь единения с Богом. Вертикаль направлена «ввысь» и противостоит горизонтали обыденного, приземленного быта, «дольного мира». Вместе с тем, по наблюдениям Ю. М. Лотмана, гоголевское пространство всегда ценностно окрашено, о чем свидетельствует бинарная структура картины мира писателя, выраженная в противопоставлении верха и низа, своего и чужого, которое определяет движение сюжета, в результате чего помимо пространства «своего» появляется «мнимое», «фиктивное пространство», которое, по определению исследователя, является «пространством небытия» [4, с. 143]. М. М. Бахтин, разрабатывая теорию хронотопа, акцентировал внимание на «хронотопе порога» как моменте кризиса и решающего сдвига, а также «хронотопе дороги» как зоны встреч и испытаний: «Такие мотивы, как встреча – расставание (разлука), потеря – обретение,, поиски –

нахождение и др., входят, как составные элементы....» хронотопа [2, с. 247] У Н. В. Гоголя именно эти формы служат каналами духовного восхождения либо его подделки. Архетипический образ лестницы появляется уже в раннем творчестве: в «Майской ночи» она связывает земную реальность с инобытием, а в последующей переписке позднего периода творчества и предсмертном восклицании («Выбранные места из переписки с друзьями») превращается в символ перехода к вечности.

В циклах «Вечера на хуторе близ Диканьки» и «Миргород» духовная вертикаль еще прочно переплетена с фольклорно-мифологическим сознанием. Время в них циклично: основные события разворачиваются на святки, в купальскую ночь, на русальной неделе – в те пограничные сакральные периоды, когда истончается грань между мирами. Герои, как правило, движутся по вертикали: ведьмы и черти летают, кузнец Вакула верхом на черте оказывается в Петербурге, Хома Брут летит с ведьмой. Однако подлинный духовный подъем дается лишь тем, кто сохраняет истинную веру. Показательным примером такого восхождения является полет Вакулы из «Ночи перед Рождеством». Он не просто пользуется нечистой силой для перемещения, а покоряет ее крестным знаменем, «опрокидывая» иерархию: дьявол оказывается не властелином, а орудием. Вакула – воцерковленный христианин, соблюдающий пост и творящий молитву, его странствие в Петербург мотивировано смирением и любовью (достать черевички для Оксаны). Возвращение с подарком знаменует схождение благодати.

В «Петербургских повестях» и поэме «Мертвые души» гармоничная модель двух миров разрушается. Городское пространство предстает как «фантастическое не-пространство» (Ю. М. Лотман): жилище не укрывает, а путь уводит в никуда. Вертикальная ось рассыпается: верхние этажи, чиновный Петербург оказываются такими же бездушными, как низ – грязные подвалы, улицы. Герои утратили способность к полету и движутся с утомленной неуклюжестью, напоминая Акакия Акакиевича в шинели, либо вовлечены в циклическое, лишённое смысла движение, сходное с поведением героев «Невского проспекта». Духовный подъем вытесняется его карикатурой – продвижением по службе, обретением вещи, мнимым преображением (нос майора Ковалева).

Центральным текстом зрелого периода творчества Н. В. Гоголя становится поэма «Мертвые души». Хронотоп поэмы базируется на оппозиции «дом – путь». Помещичьи владения представляли собой застывшую, безжизненную сферу, где материальные предметы подменяют живые души. Манилов, Коробочка, Собакевич, Плюшкин – каждый замкнулся в границах собственного поместья, лишившись способности к восходящему движению. Бричка Чичикова, напротив, формально перемещается, однако это движение

лишено высокого смысла. Подлинная духовная вертикаль рождается только в лирических отступлениях поэмы (образ птицы-тройки). В нем время уплотняется, пространство расширяется до бесконечности, а движение обретает провиденциальное измерение. Духовное восхождение осмысливается теперь не как личное спасение (подобно истории Вакулы), а как историческая судьба народа.

В ранних произведениях (например, «Майская ночь») образ лестницы тесно связан с мифологическими представлениями о переходе. Однако в более поздних работах (в «Выбранных местах из переписки с друзьями» и «Авторской исповеди») лестница приобретает значение символа аскетического стремления и поэтапного духовного восхождения по ступеням добродетелей, что явно отсылает к трактату преподобного Иоанна Синайского «Лествица». Второй том «Мертвых душ», в котором автор намеревался показать воскресение мертвых душ, был уничтожен. Именно этот трагический разрыв между жаждой вертикали и невозможностью ее реализовать в земном, «овеществленном» мире составляет пафос позднего Н. В. Гоголя.

Таким образом, трактовка духовного подъема в прозе Н. В. Гоголя претерпевает эволюцию от конкретно-мифологического воплощения (полет на черте, крестное знамение, победа добра в рамках фольклорного хронотопа) к экзистенциально-символическому (плутание, образ птицы-тройки, вопрос о судьбе России). На всех этапах так называемые образы вертикали реализуются через хронотоп. В раннем творчестве Н. В. Гоголь придерживался идеи о том, что индивидуальное духовное преображение достижимо посредством религиозного бдения. Однако в более поздний период он начал сомневаться в этой возможности, перенося фокус внимания на историческую и метафизическую предопределенность судьбы всего народа. Тем не менее, именно это напряжение между «верхом» и «низом», между грехом и возмездием, движением и застоём делает гоголевскую прозу уникальным документом русской духовной культуры.

Список использованной литературы

1. Бахтин М. М. Формы времени и хронотопа в романе : очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин. – М. : Худож. лит., 1975. – 407 с.
2. Голубева Е. И. Библейский текст в творчестве Н. В. Гоголя : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 / Голубева Екатерина Ивановна ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2016. – 166 с.
3. Есаулов И. А. Фольклорное и христианское в поэтике Гоголя : проблемное поле / И. А. Есаулов // Гоголь и традиционная славянская культура : Двенадцатые Гоголевские чтения : сб. статей. – Москва ; Новосибирск, 2012. – 222–227 с.
4. Лотман Ю. М. В школе поэтического слова : Пушкин, Лермонтов, Гоголь : книга для учителя / Ю. М. Лотман. – М. : Просвещение, 1988. – 352 с.

5. Тарасов, Ф. Б. Пушкин и Достоевский: евангельское слово в литературной традиции : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.01 / Тарасов Федор Борисович ; Моск. гос. обл. ун-т. – М., 2011. – 368 с.

[К содержанию](#)

Д. С. ЗУБАРИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Н. Ковальчук, канд. филол. наук, доцент

ЯЗЫКОВЫЕ МОДЕЛИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: КЕЙСЫ АВТОМАТИЗАЦИИ И АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ

Современные технологии искусственного интеллекта кардинально трансформируют медиaprостранство, повышая эффективность работы журналистов и расширяя возможности анализа огромных объемов информации. В ходе исследования рассмотрены три ключевых примера внедрения ИИ в журналистику: системы автоматического обнаружения новостных событий, генерации материалов и анализа сложных текстов. Они демонстрируют, как автоматизация и машинное обучение помогают не только ускорить подготовку новостей, но и повысить их качество, снизить затраты времени и надежно противостоять информационным шумам и дезинформации.

Одной из передовых систем является Reuters Tracer – комплексная платформа, разработанная новостным агентством Reuters для оперативного обнаружения и оценки новостных событий. Исследователи Олешко Владимир Федорович и Мухина Ольга Станиславовна в своей монографии «Искусственный интеллект в развитии медиа» пишут, что Tracer функционирует на базе методов машинного обучения и обработки естественного языка (NLP), что позволяет ежедневно анализировать более пяти миллионов сообщений из социальных сетей, блогов, форумов и новостных ресурсов [1, с. 80]. Большинство алгоритмов такого рода основаны на двух традиционных методах обнаружения событий, применяемых к обычным текстовым документам: обнаружении первого сообщения о событии (FSD) и выявлении всплесков активности (burst detection). Первый метод ориентирован на раннее обнаружение новых событий, тогда как второй распознает их лишь на этапе, когда они становятся популярными. Архитектура системы включает несколько уровней обработки данных: первичный сбор информации, автоматическая селекция потенциально важных сообщений, их тематическая классификация и последующая мультимодальная проверка. Благодаря NLP-агентам

происходит фильтрация и выявление актуальных новостей, а алгоритмы сверяют поступающие сведения с подтвержденными источниками, маркируя их уровень достоверности. Для оперативного информирования журналистов реализована функция автоматических оповещений, которая сообщает о значимых всплесках активности, связанных с природными катастрофами, кризисами или действиями властей. Эта система значительно ускорила реакцию редакций – снизив вероятность пропуска важной информации и автоматизировав первичный скрининг новостей, она стала неотъемлемой частью быстрой и точной работы медиакорпораций. В результате за последние годы Reuters Tracer прошла существенные доработки, отвечая на новые вызовы информационного пространства, такие как рост количества дезинформации и изменение медийных паттернов. Основной плюс системы – это возможность быстро фильтровать информационный шум и освобождать ресурсы журналистов для проведения более глубокого анализа.

Вместе с тем практический опыт внедрения показывает ряд ограничений. Алгоритмы раннего обнаружения уязвимы к координированным кампаниям дезинформации, манипуляциям бот-сетей и резкому росту объема данных при массовых событиях. Поэтому критически важно сочетать автоматические оповещения с проверкой человека (*human-in-the-loop*), внедрять адаптивные пороги чувствительности и регулярно проводить ретроспективную оценку ошибок. Также стоит учитывать вычислительные и финансовые затраты на масштабирование таких систем в реальном времени, особенно при необходимости обработки мультимодальных данных (видео, аудио, изображения).

Подобные подходы нашли продолжение в платформе Heliograf, разработанной редакцией The Washington Post. Запущенная в 2016 г. система предназначена для автоматизированной подготовки новостей на основе агрегированных данных из различных источников. В статье «Guide to Automated Journalism» упоминается, что Heliograf интегрируется с базами данных – например, с результатами выборов, спортивными протоколами или статистическими бюллетенями – собирая, сортируя и анализируя важные параметры событий [2, с. 19–20]. Сначала редакторы создают шаблоны для статей с ключевыми фразами, учитывающими различные потенциальные исходы, затем подключают Heliograf к источнику данных, например, к результатам выборов. Далее Heliograf идентифицирует данные, сопоставляет их с соответствующими фразами в шаблоне и публикует материалы на различных платформах. Система также может оповещать журналистов об аномалиях в данных, чтобы они могли провести расследование. Мониторинг событий в реальном времени обеспечивает

своевременное внесение корректировок, что особенно важно во время массовых событий или в периоды усиления информационного потока.

Такой подход значительно снижает нагрузку на редакторов, особенно при обработке больших объемов однотипных данных, например, в ходе президентских выборов. При этом роль журналистов трансформировалась от ручной подготовки фактов к их аналитической и интерпретирующей деятельности, включая проверку и уточнение данных, сгенерированных ИИ.

Шаблонный подход Heliograf демонстрирует преимущества детерминированной генерации: предсказуемость структуры и высокий контроль над содержанием. Однако он также выявляет ограничения при работе с неструктурированными данными и сложными нарративами. Современные практики комбинируют шаблонную генерацию с LLM для создания промежуточных «черновиков», которые затем редактируются людьми – это повышает выразительность текста без потери контроля над фактической точностью. Редакционные рабочие процессы при этом адаптируются: появляются роли «ИИ редактора», ответственного за верификацию автоматически сгенерированного контента. The Washington Post экспериментирует с коммерческими LLM-системами, такими как ChatGPT от OpenAI, Google Bard. Издание также пробует LLM-системы с открытым исходным кодом, включая различные варианты LLaMA от Meta.

Еще один важный аспект представляют проекты, связанные с обработкой объемных текстовых массивов с высоким профессиональным языком. Так, в рамках проекта The Marshall Project реализован анализ документов, регламентирующих порядок доступа к литературе в пенитенциарных учреждениях США. Роуз Миллер в своей статье «AI's “robot journalism” are writing their own stories now» объясняет механизм работы программы так: «для изучения нормативных актов использовались алгоритмы Named Entity Recognition (NER) для автоматической идентификации названий книг, авторов и издательств, а также методы тематического моделирования (LDA), позволяющие выявлять скрытые тематические связи и обнаруживать тенденции запретов литературы по различным признакам» [3]. В качестве посредника выступали современные большие языковые модели (LLM), которые ускоряли анализ многочисленных страниц нормативных документов, формируя краткие аннотации и выделяя основные идеи. Такой комплексный подход позволил значительно сократить сроки первичной обработки информации, традиционно занимавшие месяцы в ручном режиме.

Кроме того, The Marshall Project – это влиятельная американская некоммерческая журналистская организация, расследующая работу системы уголовного правосудия. Согласно собственным сообщениям The Marshall Project, журналистские публикации организации коррелировали с

рядом институциональных изменений в пенитенциарной и правоохранительной сферах США. В частности, после публикации расследования о насилии в тюрьме Томсон (штат Иллинойс) в феврале 2023 г. было закрыто подразделение особого режима. Материал о злоупотреблениях со стороны сотрудников тюрьмы Аттика (штат Нью-Йорк), номинированный на Пулитцеровскую премию и опубликованный на первой полосе The New York Times, предшествовал признанию вины тремя охранниками, фигурировавшими в расследовании. Кроме того, серия из 12 материалов о травмах, полученных в результате укусов полицейских собак, была обозначена как один из факторов пересмотра соответствующей политики в нескольких муниципалитетах [4]. Утверждение причинно-следственных связей между публикациями и принятыми решениями требует дополнительного анализа и сопоставимых данных. Сейчас журналисты издания изучают и сами тестируют генеративные нейросети для обработки данных при создании статей.

В целом эти проекты показывают, как ИИ способствует ускорению подготовительных стадий создания журналистских материалов, позволяя фокусироваться на глубокой аналитике и интерпретации.

Все рассмотренные примеры ярко иллюстрируют эффективность внедрения систем искусственного интеллекта в медийную деятельность. От автоматического обнаружения новостей и оперативной генерации текстов до анализа сложных текстовых массивов – современные технологии существенно меняют роль журналиста и повышают качество медиа-контента. Эти кейсы свидетельствуют о том, что ИИ способствует не только ускорению процессов, но и повышает точность и надежность информации, что критически важно в условиях растущей информационной насыщенности и угрозы дезинформации. В итоге автоматизация и интеллектуальные системы становятся неотъемлемой частью профессиональной журналистики, открывая новые горизонты для развития медиаотрасли, но только в том случае, если журналист не перекладывает всю ответственность по созданию материала на ресурсы ИИ, а использует нужные инструменты как вспомогательные для оптимизации рутинных процессов своей деятельности.

Список использованной литературы

1. Искусственный интеллект в развитии медиа: монография / под общ. ред. В. Ф. Олешко, О. С. Мухиной. – Екатеринбург : Урал. ун-т, 2026 – 459 с. – URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/148636> (дата обращения: 05.07.2026).
2. Graefe, A. Guide to Automated Journalism / A. Graefe // Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. – 2016. – 48 с. – URL: https://www.researchgate.net/publication/289529155_Guide_to_Autumated_Journalism (date of access: 05.07.2026).

3. Miller, R. AI's 'robot journalism' are writing their own stories now / R. Miller // The Verge. – URL: <http://www.theverge.com/2015/1/29/7939067/ap-journalismautomation-robots-financial-reporting> (date of access: 08.05.2026).

4. The Marshall Project : [site]. – URL: <https://www.themarshallproject.org> (date of access: 07.07.2026).

[К содержанию](#)

Х. М. КАХРАМОНОВА

Шымкент, ЮКПУ имени У. Жанибекова

Научный руководитель – У. К. Абдыханов, канд. филол. наук, проф.

ПРОБЛЕМА ЖЕРТВЕННОСТИ И СВЯТОСТИ ЛЮБВИ В ТРАКТОВКЕ А. И. КУПРИНА НА МАТЕРИАЛЕ ПОВЕСТИ «ГРАНАТОВЫЙ БРАСЛЕТ»

Традиционное восприятие повести А. И. Куприна «Гранатовый браслет» как истории идеальной, жертвенной любви требует переосмысления сквозь призму современной этики и психологии. Образ Желткова, романтизируемый в классическом литературоведении, при детальном анализе демонстрирует черты деструктивного поведения.

Научная новизна исследования заключается в деконструкции этого привычного мифа: чувства героя рассматриваются не как экзистенциальный дар, а как форма обсессивного преследования (сталкинга) и эмоциональной экспансии. Цель статьи – доказать, что «великая любовь» Желткова является манипулятивной одержимостью, лишаящей Веру Шеину права на частную жизнь и субъектность. В работе последовательно демонстрируется, что систематическое нарушение личных границ (тайная слежка, навязывание переписки) и финальный суицид выступают не актами самопожертвования, а инструментами фатального эмоционального шантажа, которые лишь эстетизируют патологическую страсть.

Ключевым противоречием в концепции «великой любви» Желткова является разрыв между его внутренним идеалом и реальной личностью Веры Шеиной. В литературоведении этот феномен классифицируется как объективация – процесс, когда живой человек перестает восприниматься как самостоятельный субъект с собственной волей, превращаясь в экран для чужих проекций. Для Желткова Вера выступает не партнером, а сакральным объектом – «иконой», на которую направлена его религиозная одержимость. Это подтверждается его признанием: «...Меня не интересует в жизни ничто... для меня вся жизнь заключается только в Вас». С позиций современной этики и психологии, подобная установка лишает адресата

права на обычную жизнь, накладывая на него непомерный, несанкционированный груз ответственности за чужое существование.

Желтков абсолютно не интересуется реальными мыслями и желаниями Веры. За восемь лет преследования он не попытался узнать ее как личность; его «любовь» питается не взаимодействием, а дистанционным наблюдением – кражей платка, хранением программки с выставки. Герою достаточно фетишей, подтверждающих связь с придуманным идеалом.

Научная деконструкция показывает: Желтков любит не саму Веру Николаевну, а собственное состояние влюбленности. Его глухота к ее просьбам («прошу Вас более не утруждать меня...») доказывает, что реальная женщина с ее дискомфортом лишь мешает его «чистому» созерцанию. Возведение героини на пьедестал «Божества» становится формой психологического насилия, поскольку божество, в отличие от человека, лишено права на протест, личное пространство и нежелание быть любимым.

Если первая глава рассматривает внутреннюю психологию Желткова, то вторая сосредоточена на его внешних действиях – последовательном нарушении социально-этических границ. Его многолетнее поведение полностью соответствует научному определению stalking как нежелательного, навязчивого внимания, вызывающего тревогу.

Центральным эпизодом коммуникативной агрессии становится дарение гранатового браслета в день именин Веры Николаевны. Этот акт – социальная провокация. Выбирая момент максимальной публичности, Желтков компрометирует женщину. В аристократическом обществе принятие дорогого украшения от постороннего мужчины грозило непоправимым уроном для репутации. Так герой навязывает княгине участие в своей личной драме, делая ее соучастницей тайны.

Особого внимания заслуживает систематическое нарушение коммуникативного запрета: Вера Николаевна неоднократно просила прекратить «любовные излияния». В психологии это называется игнорированием отказа (rejection unresponsiveness). Любовь, не считающаяся с волей другого человека, из акта дарения превращается в акт захвата. Желтков подменяет реальный диалог монологом, в котором аргументы «жертвы» обесцениваются.

Более того, текст содержит прямые указания на слежку. Знание того, где бывает Вера и как выглядит в конкретные моменты, говорит о постоянном визуальном преследовании. Это создает эффект «паноптикума» – невидимого надзора. Раздражение и усталость героини в финале становятся естественным ответом человека, чьи границы грубо нарушили.

Завершающим этапом деструктивной стратегии Желткова становится самоубийство, которое рассматривается не как акт самопожертвования, а как

инструментальный суицид для установления вечного эмоционального контроля над Верой Николаевной. В научной литературе это квалифицируется как высшая форма манипуляции, навязывающая объекту невыносимое бремя ответственности за чужую смерть.

Законное и рациональное требование Веры прекратить преследование Желтков намеренно превращает в «смертный приговор». Вместо того чтобы просто исчезнуть, герой выбирает необратимый и максимально травматичный для женщины исход. Это уход не ради ее спокойствия, а ради гарантии, что она никогда его не забудет.

В предсмертном письме и завещанной сонате Бетховена отчетливо прослеживается сценарий посмертного доминирования. Желтков буквально диктует Вере ее чувства: «Подумай обо мне, и я буду с тобой...». Эти слова создают эффект «голоса из могилы», лишая героиню психологического освобождения. Музыка здесь выступает не эстетическим фоном, а триггером, заставляющим снова проживать навязанное чувство вины.

Особое внимание обращает на себя финальная реакция Веры: ее слезы и фраза «Он меня простил теперь» свидетельствуют о глубокой психологической дезориентации. Желтков успешно инвертирует роли: преследователь становится «жертвой», а реальная жертва, чьей единственной «виной» было нежелание отвечать взаимностью, превращается в «виноватую», вынужденную искать прощения.

Подводя итог проведенному исследованию, можно сделать вывод, что традиционная гуманистическая трактовка повести А. И. Куприна «Гранатовый браслет» нуждается в существенной этической корректировке. Анализ поведения Желткова через призму концепций объектности, stalking и эмоционального шантажа позволяет увидеть за фасадом «великой любви» механизмы деструктивного психологического воздействия.

В ходе работы было доказано, что чувства главного героя строятся не на признании личности Веры Николаевны, а на ее полной объективации. Лишая героиню права на отказ и частную жизнь, Желтков подменяет любовь одержимостью, в которой интересы «объекта» полностью игнорируются ради сохранения субъективного эмоционального накала преследователя. Систематическое нарушение личных и социальных границ, кульминацией которого становится провокационный дар браслета, демонстрирует не смирение «маленького человека», а его скрытую агрессию по отношению к устоявшемуся миру героини.

Список использованной литературы

1. Афанасьев, В. Н. Александр Иванович Куприн : критико-биографический очерк / В. Н. Афанасьев. – М. : Худож. лит., 1960. – 192 с.

2. Змановская, Е. В. Девиантология: учебное пособие / Е. В. Змановская. – 2-е изд., испр. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
3. Ильин, Е. П. Психология любви / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2013. – 336 с.
4. Крутикова, Л. В. А. И. Куприн / Л. В. Крутикова // История русской литературы : в 4 т. – Т. 4: Литература конца XIX – начала XX в. (1881–1917). – Л. : Наука, 1983. – С. 367–395.
5. Куприн, А. И. Гранатовый браслет / А. И. Куприн // Собрание сочинений : в 9 т. / А. И. Куприн. – М. : Худож. лит., 1971. – Т. 5. – С. 13–55.
6. Смирнова, Л. А. Русская литература конца XIX – начала XX в. : учебник для вузов / Л. А. Смирнова. – М. : Просвещение, 1993. – 383 с.
7. Тартаковская, И. Н. Гендерная социология / И. Н. Тартаковская. – М. : Вариант, 2005. – 368 с.
8. Форвард, С. Эмоциональный шантаж. Не поддавайтесь манипуляции, где бы она ни происходила / С. Форвард, Д. Фрейзер ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2005. – 320 с.

[К содержанию](#)

А. А. КАЦЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Б. Переход, канд. филол. наук, доцент

СПОСОБЫ НОМИНАЦИИ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

В связи с развитием в Республике Беларусь социальной, научно-технической, творческой, культурно-досуговой, просветительской, благотворительной, физкультурно-оздоровительной и других сфер жизни общества появляется все больше и больше имен собственных в русском и белорусском языках, которые формируют единую ономастическую подсистему – рекламное имя. Данная подсистема сильно дифференцирована и имеет свои разряды имен собственных: эргонимы (названия деловых объединений людей), прагматонимы (названия марок товаров), гемеронимы (названия средств массовой информации), геортонимы (названия торжественных мероприятий). Данные типы имен собственных формируют периферийный ономастикон [1, с. 5–6].

Цель нашего исследования – проанализировать способы образования номинаций массовых молодежных мероприятий Беларуси разной направленности. Источниками для сбора имен собственных послужили официальный сайт Президента Республики Беларусь, официальный сайт Министерства образования Республики Беларусь, сайт Белорусского республиканского союза молодежи, официальные сайты учреждений высшего образования Республики Беларусь, другие интернет-ресурсы. Всего нами зафиксировано 57 номинаций.

Геортоним – собственное имя любого праздника, памятной даты, торжества, фестиваля и т. п. [4, с. 48]. Геортонимы представляют собой обширный слой лексики, который является неотъемлемой частью повседневного языкового окружения. Праздник связан с обществом в целом, с его социальными, политическими и духовными процессами, что находит отражение в искусственных номинациях праздничных событий. Названия праздников как имена собственные обозначают единичные в своем роде объекты-события и обладают основными функциями этих наименований – номинативной, идентифицирующей и дифференцирующей [5, с. 3]. Интерес к геортонимам вызван, с одной стороны, особой ролью праздников в культуре определенного народа, с другой, – уникальной природой данного разряда имен собственных, которые являются специфическим средством объективации материальной, интеллектуальной, духовной жизни народа. Они отражают особенности национальной культуры, быта, участвуют в формировании (как особая подсистема) ономастической картины мира.

Основными способами создания рекламных номинаций, к которым с полным правом можно отнести геортонимы, по классификации И. В. Крюковой [2, с. 43], являются: 1) лексико-семантический (онимизация, трансонимизация, заимствование, аббревиация); 2) словообразовательный (аффиксация, сложение); 3) лексико-синтаксический способ; 4) фонетический; 5) комплексный способ (в основном сочетание аббревиации и словосложения).

В применении к образованию геортонимов актуальны не все из перечисленных способов. Наибольшей степенью продуктивности в создании имен собственных обладают вторичные способы номинации: 1) лексико-семантический в таких разновидностях, как онимизация (фестиваль дворовых игр «*Альтернатива*», кофейный фестиваль «*Чашка*», фестиваль «*Медведь*»); трансонимизация (Республиканские легкоатлетические соревнования «*Беловежская Пуца*»); заимствование (соревнования по плаванию «*Trystyle Water Cup*», *Gastrofest «St Patrick's Day*», *Gastrofest «Vegan*», открытый международный неконкурентный забег с препятствиями «*Legion Run Raubichi*»); 2) лексико-синтаксический способ на базе свободного сочетания слов или на основе предикативной единицы с изменением их функций (Республиканские соревнования среди детей и подростков по хоккею «*Золотая шайба*», фестиваль-ярмарка «*Смаргонскія абаранкі*», спартакиада обучающихся профессиональных образовательных организаций «*Мы выбираем спорт!*»).

Онимизация апеллятивов заключается в трансформации нарицательного имени существительного в имя собственное, например, Республиканская акция «*Пешеход*», благотворительная акция «*Забота*», Православный фестиваль «*Радость*», фестиваль «*Бульбаи*», фестиваль

«Гурок», фестиваль-ярмарка тружеников села «Дажынкі», фолк-фестиваль «Камяніца» и др. – геортоним превращает нарицательное существительное в собственное имя уникального мероприятия, придавая ему статус конкретного события.

Трансонимизация представляет собой перемещение собственных имен из одного ономастического разряда в другой. Итогом данного явления становится формирование новых лексических элементов – трансонимов, выступающих в качестве единиц вторичной номинации: *всебелорусская молитва «За Беларусь!»*. Для идеонимии характерна метонимическая трансонимизация, основанная на смежности, то есть на реальной связи между объектом-источником и праздником (чаще всего это место), например, *праздник музыки «Заславль»*, *Национальный фестиваль белорусской песни и поэзии «Молодечно»*, *детский праздник искусств «Двина. Дзвіна. Daugava»*, *Национальный праздник ремесленников и народных мастеров «Казюки»* и др.

Организаторы праздничных мероприятий при номинировании событий обращаются к заимствованию, что отражает современные тенденции в ономообразовании: *Международный католический фестиваль христианских фильмов и телепрограмм «Magnificat»*; возможны и составные заимствования/псевдозаимствования: *арт-пикник «Freaky Summer Party»*; *фестиваль граффити «Vulica Brazil»* и др.

Многословные геортонимы репрезентируют лексико-синтаксический способ. Проприальным компонентом имен собственных выступают словосочетания, простые и сложные, разных частеречных моделей, с разными видами связи: *неделя мероприятий для популяризации творчества Е. Янищиц «Янішчыцкі лістапад»*, *международный фестиваль хореографического искусства «Кліч Палесся»*, *гала-концерт «Песня года Беларуси»*, *концерт «Музыкальные легенды старинного замка»* и др. В роли имен собственных используются целые предложения, простые (дву- и односоставные, членимые и нечленимые, полные и неполные, актуализирующие смысловые доминанты) и сложные: *акция «Мы – граждане Беларуси»*, *региональный конкурс «Пішу вершы па-беларуску»*, *конкурс хореографического искусства «Время танцевать – 2022»*, *республиканский смотр-конкурс детского творчества «Здравствуй, мир»*, *акция «В центре внимания – дети!»*, *профилактическая акция «Знать, чтобы жить!»*, *Всебелорусская молодежная экспедиция «Маршрутами памяти. Маршрутами единства»*.

Словообразование геортонимов, отражающие лингвокреацию номинаторов, в нашей выборке представлено узуальными и незузальными способами. Например, узуальное словообразование наблюдаем в именах собственных: *конкурс фильмов для детской и юношеской аудитории*

«*Лістападзік*» (в рамках фестиваля «*Лістапад*») – суффиксация; *Республіканские соревнования среди подростков и детей по легкой атлетике «Школиада»* – деривация по конкретному образцу (ср. спартакиада), *Международный фестиваль анимационных фильмов «Анимаёвка»*, *международный пленэр по керамике «Арт-Жыжаль»*, фестиваль «*Рок-Кола*», экстремальные гонки «*Копыль-Рэйс*», *Республиканский проект «ПапаЗал»* – разновидности сложения.

К невузальным способам образования геортонимов относятся:

а) графическая замена, например, конкурсная программа «*На100ящий мужчина*» – замена основы «сто» цифрой «100» с целью стилизации, *Международный молодежный театральный форум «М.@rt.контакт»* – замена буквы *a* символом @ для визуальной и словообразовательной адаптации под интернет-поколение; фестиваль молодежных культур «*#Моладзь_фэст*», акция «*#Ищу друга-2*», авиафестиваль «*#ПРОНЕБО*» – использование хэштега как части названия превращает праздник в сетевое событие, готовое к продвижению в Instagram и TikTok; фестиваль «*ТАНЦЫ.BY*» – стилизация под интернет-адрес;

б) гибридизация, то есть совмещение графических средств из разных языковых систем: *Международный Минский велокарнавал «VIVA РОВАР 2020»*, *открытый форум экспериментальных пластических театров Беларуси «ПлаStформа»*;

в) гибридизация и графодеривация: *Международный молодежный лагерь «Бе-Ла-Русь»*, транслитерация – *Международный форум «ТРЕЙД ДИАЛОГ»*;

г) материальная индексация, которая проявляется в названиях, формируемых посредством добавления к исходной основе уникального морфологического индекса, выраженного числом, например, *проект «Летом 44-го...»*, *университетский фестиваль «Арт-сессия-2025»*, *развлекательное шоу «10 поводов влюбиться»*.

Таким образом, анализ названий массовых мероприятий Беларуси показал многообразие способов номинации геортонимов.

Список использованной литературы

1. Крюкова, И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Крюкова Ирина Васильевна. – Волгоград, 2004. – 44 с.
2. Крюкова, И. В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие: учеб. пособие по спецкурсу / И. В. Крюкова. – Волгоград : Перемена, 2003. – 100 с.
3. Переход, О. Б. Геортонимы Беларуси: лингвистические и экстралингвистические характеристики / О. Б. Переход // Прикладная лингвистика: наследие и современность : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию филол. фак. Бел. гос. ун-та, 22–23 марта 2024 г., г. Минск / БГУ ; редкол. : О. М. Дорогокупец-Новицкая [и др.]. – Минск, 2024. – С. 18–23.

4. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская ; отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 187 с.

5. Чесноков, П. Лингвокультурологические особенности чешских и русских названий праздников : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Чесноков Петр. – Волгоград, 2012. – 17 с.

[К содержанию](#)

А. А. КАЦЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Б. Переход, канд. филол. наук, доцент

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИДЕОНИМОВ БЕЛАРУСИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

Социолингвистический эксперимент проводился в рамках выполнения научно-исследовательской работы «Периферийный ономастикон Беларуси: лингвистические и экстралингвистические характеристики», включенной в государственную программу научных исследований «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства» (2021–2025 гг.). Он был организован с целью исследования восприятия имен собственных представителями молодежной аудитории Беларуси и проведен в форме анкетирования. Анкетирование проводилось на бумажных носителях и в онлайн-формате посредством рассылки респондентам анкеты, созданной с использованием возможностей Google. В анкетировании приняли участие 102 респондента.

Среди задач проведенного опроса – выявление стереотипов сознания адресатов идеонимов, общеизвестного и индивидуального в их фоновых знаниях, определение некоторых закономерностей ассоциирования на предложенные имена собственные-стимулы. Объектом исследования являются имена собственные (идеонимы) Беларуси. Идеонимы – один из разрядов периферийного ономастикона. Идеонимы представляют собой «номинации объектов умственной, идеологической и художественной сфер деятельности человека» [1, с. 61].

Разработанная нами анкета включает вопросы социолингвистического и ассоциативного характера. В анкету включены 30 имен собственных из трех подгрупп идеонимной лексики: гемеронимы (номинации СМИ), артионимы (номинации разных видов искусства), геортонимы (названия праздничных и специально организованных мероприятий). Первая часть анкеты содержит вопросы, касающиеся

предпочтений респондентов в отношении названий культурно-массовых событий и средств массовой информации – 6 вопросов, в частности: *Влияет ли на вас название какого-либо мероприятия при его посещении? Каким средством массовой информации вы предпочитаете пользоваться? Названия на каком языке вам больше нравятся?* Во второй части анкеты предлагаются следующие виды заданий: 1) дать спонтанную ассоциацию на имя собственное (даны 10 номинаций с номенклатурным (специализированным) термином, обозначающим вид объекта, и 10 номинаций, содержащих только имя собственное – проприальную часть); 2) установить сферу использования искусственной номинации, определить, с каким событием или объектом соотносится имя собственное. Третья часть анкеты включает данные, позволяющие установить социально-демографическую характеристику респондентов (7 вопросов – *возраст, пол, язык осуществления коммуникации, образование, род занятий, увлечения и место проживания*).

Социально-демографический портрет нашего респондента можно описать следующим образом – это в основном девушки до 18 лет, обучающиеся в школе, говорящие на русском языке, при этом духовно и культурно развивающиеся (основные увлечения – спорт, музыка и кинематограф, литература, в том числе собственного сочинения), проживающие в Бресте или Брестской области.

Выбор респондентами культурных событий и информационных ресурсов, объектов художественной сферы во многом определяется номинативной привлекательностью названия, которое объективирует гетерогенную информацию об именуемом объекте. Респондентов можно охарактеризовать как людей, которые при выборе того или иного массового мероприятия обращают внимание на его название (40 %), предпочитают пользоваться сетевыми изданиями средств массовой информации (85 %), при этом 53 % респондентов отдают предпочтение названиям на каком-то определенном языке.

Задания ассоциативной части анкеты выявили четыре ряда реакций на имена собственные: а) денотативные, направленные на именуемый объект или событие (называют его вид; дают различные объективные характеристики); б) доономастические, ориентированные на внутреннюю форму имени собственного, на значение мотивирующих его апеллятивов; в) реакции на само имя собственное – оценочные (на них могут наслаиваться, влиять реакции доономастические и/или денотативные); г) единичные индивидуальные реакции, обусловленные личным опытом и особенностями восприятия респондентов.

Например, гемероним *газета «Искра»* ассоциировался у 42 % респондентов с *новостным изданием, политикой и пропагандой* – это

реакция на денотат; на характер ассоциаций оказал влияние номенклатурный термин *газета*. Газета *«Искра»* является общественно-политическим средством массовой информации (Чаусская районная газета), поэтому у 42 % респондентов закономерно возникли ассоциации, связывающие это имя собственное с медийной сферой. У 17 % респондентов ассоциации на данную номинацию связаны с чем-то *острым, ярким и огненным* – данные оценочные реакции опирались на доономастическое значение апеллятива *искра*. Особый интерес привлек комментарий *«Искра – предвестник бедствия, пожар, издание про МЧС и безопасность»* – такая ассоциация вызвана всем номенклатурно-проприальным комплексом гемеронима. У 13 % имя собственное ассоциировалось с чувствами (*любовью, надеждой*) – оценочные ассоциации, обусловленные метафорическим значением имени существительного *искра* ‘признак, зачаток, проявление какого-л. чувства, способности’. С белорусской тематикой и представителями белорусской культуры (реакция *Якуб Колас*) ассоциировали издание 4 % респондентов – ассоциация обусловлена использованием белорусского языка в названии газеты. Нет ни одной ассоциации, связанной с ленинской газетой *«Искра»*, что обусловлено, на наш взгляд, юным возрастом респондентов и, возможно, плохим знанием исторических событий прошедшей эпохи. Примером индивидуальных ассоциаций могут служить следующие реакции: *деревня, безразличие, Данко, мысль, бабушка, сварщик* (24 %).

Рассмотрим некоторые идеонимы-стимулы (с номенклатурным термином), предложенные для ассоциирования, демонстрирующие особенности восприятия имен собственных респондентами, и дадим краткий комментарий полученным ассоциациям.

1. **Акция «Весна. Гармония. Улыбки».** Проприальная группа имени собственного вызвала комплекс многовекторных ассоциаций с именуемым событием. Ассоциативные реакции позволили установить существующие в сознании респондентов когнитивные связи между указанным стимулом и полученными на него реакциями. Имя собственное ассоциировалась у респондентов с такими эмоциональными проявлениями, вызванными доономастическим значением компонентов проприальной части, как *радость, счастье, любовь, вдохновение, улыбка* (38 %); 25 % респондентов провели ассоциацию со временем года – весной и событиями, характерными для данного периода (*весна, жара, теплота, черемуха, 8 Марта*); 16 % – с семейным праздником, добротой и спокойствием; 5 % – с благоустройством территории и экологией и только 2 % – с активным образом жизни (*поход*). Имя собственное данной акции *«Весна. Гармония. Улыбки»* ожидаемо вызвало у молодежной аудитории только положительные эмоции и ассоциации. Данный геортоним выступает как знак с выраженной

коннотативной (эмоционально-оценочной) нагрузкой, отражающей социокультурные и индивидуальные представления носителей языка.

2. *Живопись «Женщины Полесья»* ассоциировалась у респондентов с силой и трудолюбием женщин (*работа в поле, женщины-трудяги с косами и серпами, труженицы*) (28 %) и их *красотой* (23 %). Некоторое количество ассоциаций связано с *искусством и деревенской эстетикой* (15 %), 9 % – с *природой и Полесьем* и 4 % – с *гордостью*. Данные ассоциации показывают сложившиеся в сознании респондентов представления о женщинах полесского края: их внутреннюю собранность, трудолюбие, красоту, единение с природой Полесья. Полученные группы ассоциаций выражают стереотипные представления об образе белорусской женщины, актуализируют национальные мотивы и ценности.

3. *Фестиваль «Званы Сафii»* респонденты ассоциировали с *радостью, развлечениями, музыкой, праздником, фестивалем, чьими-то именинами и тортом* (27 %), присутствовали ассоциации с *церковью* (20 %), со *свадьбой, нежностью и любовью* (6 %), с *деревней, с хутором* (3 %), а также с астионимом *Полоцк* (3 %) и хоронимами – названиями государств (*Беларусь, Греция*) (5 %). Наименьшее количество респондентов (4 %) связали номинацию данного события с именем *София*, с *мудростью*. Доминантное влияние на ассоциирование оказывает слово *званы* в проприальной части имени собственного, которое ассоциативно связано с праздником, с православием, церковным благовестом. Если рассматривать фестиваль в более широком понимании как праздник, развлечение и радость, то такие ассоциации продемонстрировало достаточное количество респондентов – 27 %. Данный идеоним характеризуется выраженной культурно-смысловой нагрузкой, отражающей ассоциативно-культурный фон носителей языка, что и нашло выражение в полученных реакциях.

В действительности «Званы Сафii» – международный фестиваль органной музыки, который ежегодно проходит в Полоцке с 1996 г. Считаем, что название фестиваля вполне удачное, так как компонент проприальной части *званы* ассоциируется с колокольным звучанием, а в контексте органной музыки это проявляется особенно естественно: звучание органа вызывает сильные эмоции, как и колокольный звон. Компонент проприальной части *Сафii* связан с Софийским собором в Полоцке (Полоцкой Софией) – одним из древнейших храмов Беларуси. Столь малый процент ассоциаций с городом Полоцком (3 %), отсутствие прямых ассоциаций «Софийский собор», «Ефросиния Полоцкая», на наш взгляд, может быть обусловлен недостаточной социокультурной компетенцией опрошенных либо местом жительства (в основном Брестская область, а не Витебская), их юным возрастом, хотя Софийский собор в Полоцке (Полоцкая София) – известный в Беларуси памятник архитектуры, и о нем говорится в школьном

курсе истории Беларуси в 6 классе при изучении Полоцкого княжества и архитектуры Древней Руси, есть фотография собора в учебнике русского языка 9 класса, кроме того, это один из популярных туристических маршрутов.

Далее респондентам были предложены только имена собственные без указания, с каким объектом или событием они соотносятся; необходимо было дать ассоциацию на имя собственное. Интересными представляются следующие ассоциации:

1. Имя собственное *«Хорошоу»* ассоциировалось с эмоционально-оценочной лексикой (*хорошо, круто, замечательно, весело, отлично, супер, отвращение*) (41 %); 38 % респондентов отнесли его к названию *телепередачи, шоу, мероприятия*, что было ожидаемо, учитывая игровой характер номинации, и посчитали, что это контаминация слов *хорошо* и *шоу*, а на самом деле – сложение слов *хор* и *шоу*); 2% связали с названием *газеты*; у 9 % опрошенных возникла ассоциация с молодежью, молодежным сленгом; у 3 % – с учебой (*кабинет белорусского языка, отмена занятий*) и у 2 % – со здоровьем.

В действительности *«Хорошоу»* – международный музыкальный проект, в котором участвуют хоровые коллективы из разных стран. Поэтому можно считать, что 38 % респондентов правильно считали посыл номинаторов, отнеся данное имя собственное к названию телепередачи.

2. Имя собственное *«Чуткое сердце»* вызвало целый ряд ассоциаций, большинство из которых было обусловлено доономастическим значением компонентов данного словосочетания: 34 % респондентов связывали геортоним с чувствами (*влюбленность, искренность, бескорыстие, доброта, чуткость, эмпатия, грусть*); 15 % – с милосердием к животным и *благотворительностью*; 9 % респондентов решили, что данный идеоним относится к *фильму или литературному произведению*, а 3 % – к какой-нибудь телепередаче наподобие *«Жди меня»*, *«Малахов»* или *по спасению животных*. Некоторое количество респондентов соотнесли это имя собственное с *друзьями и мамой* (8 %) или с *инфарктом и сердцем* (6 %). Такой разброс в ассоциировании связан с метафоричностью и эмоциональной насыщенностью выражения *чуткое сердце*, которое вызывает разные ассоциации – от чувств и отношений до благотворительности, искусства, медиапроектов и даже буквального понимания слова *сердце* и болезней сердца. На самом деле, *«Чуткое сердце»* в нашей выборке – это благотворительная акция, направленная на оказание помощи нуждающимся. Можно сделать вывод, что название акции точно выполнило возложенные на него номинаторами функции, вызвав ассоциации, соответствующие цели мероприятия.

3. Имя собственное *«Еш, пакуль не заляеш!»* у 34 % респондентов вызвало ассоциации с едой и бабушкой; у 21 % – с пословицей, песней или литературным произведением, а 17 % связывали идеоним с телепрограммой или мероприятием. Ассоциации обусловлены доономастическим значением данного выражения, его эмоциональной окраской, ироничным подтекстом, рифмованной формой, сходством выражения со слоганом.

Результаты анкетирования по критерию определения сферы использования искусственной номинации, события/объекта, с которым соотносится имя собственное показали следующее: 6 из 10 предложенных в анкете номинаций были правильно соотнесены с событием или объектом, одной из сфер деятельности, что подтверждает выполнение именем собственным (геортонимом) информативной и рекламной функций. (*«Молодые-деловые»* – радиопередача (56 %), *«Рассвет на Мозырищине»* – живопись (58 %), *«Лица и маски»* – живопись (47 %), *«Живи и здравствуй»* – телепередача (59 %), *«Код памяти»* – телепередача (57 %), *«Забота»* – акция (46 %)). Неверные ответы респондентов можно объяснить разными причинами: неоригинальность, повторяемость названия, полифункциональность, т. е. возможность соотнести номинацию с разными объектами, образный, метафорический характер номинации, недостаточность фоновых знаний участников опроса.

Результаты эксперимента свидетельствуют о том, что идеоним является сложным лингвистическим и социокультурным знаком, демонстрируют информативную многогранность. Респонденты в большинстве своем считают культурные и социальные маркеры, заложенные номинаторами в именах собственных. Проведенный эксперимент подтверждает у опрошенной части молодежного лингвокультурного сообщества наличие сложившихся ассоциативных связей между именем собственным и называемым объектом или событием, порождение именем собственным множественных ассоциаций и коннотаций, обусловленных возрастом, полом, национальной культурой, образованием, увлечениями, вкусами респондентов; показывает стремление респондентов объяснить для себя имя собственное; объективирует речевые привычки, эмоционально-оценочные переживания молодых людей, включение идеонимов в языковые и внеязыковые знания номинаторов и адресатов номинации. Результаты опроса показывают, что функционирование идеонимов в социуме опирается на совокупность социокультурных, языковых и эмоционально-оценочных факторов. Социокультурный контекст определяет узнаваемость имени и его символическую нагрузку, языковая идентичность влияет на выбор и интерпретацию номинации, а эмоционально-оценочная установка становится одним из основных механизмов восприятия. Идеонимы, таким образом,

выступают индикаторами культурной принадлежности, отражают степень осведомленности и эмоциональной вовлеченности носителей языка.

Список использованной литературы

1. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская ; отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 187 с.

[К содержанию](#)

К. Г. КИРИЛЛОВА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Н. Ковальчук, канд. филол. наук, доцент

ТРАНСФОРМАЦИЯ СЛОВА В СТРУКТУРЕ И СЕМАНТИКЕ РОМАНА Е. ЗАМЯТИНА «МЫ»

Антиутопия как жанр всегда обращена к языку – самому чувствительному инструменту общества. В романе Евгения Замятина «Мы» это проявляется с особой силой: слово не просто называет реалии Единого Государства, оно перестраивает мышление, упраздняет сомнение и формирует нового человека. Данное явление получило в литературоведении наименование «квазиноминации» [4]. Человек здесь лишается имени – личностного, уникального – и получает буквенно-числовой код (Д-503, I-330, О-90).

В Едином Государстве также есть много новых слов, придуманных властью. Это и словосочетания, обретающие особое значение, подобное крылатым выражениям (*Часовая Скрижаль, Зеленая Стена, личные часы, Табель Сексуальных дней, Детско-воспитательный завод* и др.), и отдельные слова, меняющие свое семантическое наполнение по сравнению с привычным читателю языком (*Благодетель, Интеграл, нумер* и др.) [2]. Подобные новообразования выполняют в тексте важнейшую функцию: они не только обозначают реалии Единого Государства, но и формируют особую картину мира, где любые проявления человеческого чувства подменены механической функцией. Как справедливо отмечает Н. В. Абзаидова, «процесс, в результате которого появляются новые слова, контролируется властью, в этом просматривается претензия на божественную роль государственной власти» [1]. Примечательно, что вопросительного знака в замятинском мире нет, зато восклицательного слишком много: человек не должен сомневаться и задавать вопросы, он обязан лишь восхищаться политикой Благодетеля и Хранителей.

События в романе разворачиваются перед читателем через дневниковые записи, которые ведет Д-503. Всего таких фрагментов насчитывается сорок. Поначалу повествователь ставит перед собой задачу устами героя воспеть совершенства безупречного социума. Начинается роман с цитирования публикации в газете, которую Д-503 решает переписать в свой дневник для утверждения целей и ценностей Единого Государства. В процессе осмысления текста-воззвания к нумерам он постепенно переходит от индивидуального «я» к общему «мы», завораживающему его силой и увлекающему к мечтам о великих достижениях. Такой ход имеет особое значение для смысла всего романа. Форма повествования от первого лица дает читателю ощущение проникновения во внутренний мир персонажа, с которым по мере развития текста можно знакомиться все больше, но она также подразумевает некоторую саморефлексию героя, потенциальную его способность критически оценивать окружающий мир. При этом переход к отождествлению себя с коллективным «мы» меняет ракурс восприятия. И все же другие герои, представленные в романе, обрисованы через взгляд рассказчика, и оттого кажутся более схематичными. Они не добавляют той степени многомерности, которая могла бы быть в классическом романе. Иные точки зрения почти не встречаются (за исключением I-330, но и она показывается через реакции на нее Д-503). Мир Единого Государства отражается так, как его видит главный герой. Мнение автора не озвучивается, его сложно проследить в самом тексте. Такое решение вполне оправдано и принципиально, поскольку, как подчеркивает Г. В. Ходасевич, «автор антиутопии не может уподобиться творцу высмеиваемого им, Замятиным, жанра утопии, чье слово – носитель последней истины, завершено, конечного знания» [6, с. 38]. Е. Б. Скороспелова говорит о том, что «изображение утопического мира в мировой литературе не было новым, но взгляд на утопическое общество изнутри, с точки зрения одного из его жителей – принадлежит к числу новаторских приемов Е. Замятина и обуславливает принадлежность романа к жанру антиутопии: то, что герою представляется идеальным, утопическим, читателю видится в противоположных характеристиках» [5].

Однако по мере развития сюжета, по мере того как пробудившаяся в герое «дикая кровь» подталкивает его к запретным мыслям и поступкам, форма повествования начинает сопротивляться тотальной унификации. Дневник Д-503, который изначально задумывался как «стройная и строгая математическая поэма в честь Единого Государства», превращается в «какой-то фантастический авантюрный роман» [2]. Это жанровое самоопределение героя свидетельствует о том, что язык перестает быть послушным инструментом власти. Возвращение к индивидуальному «я» в финальных записях оказывается невозможным – герой снова произносит

«Мы победим!» [2], но теперь это «мы» звучит как приговор, а не как манифест торжествующего коллектива. Грамматическая трансформация становится зеркалом духовной драмы персонажа.

Жители Единого Государства лишены личностного начала – их отличительным знаком служит лишь порядковый номер. Вся социальная активность реализуется согласно инструкциям, предписаниям, подобно простым математическим действиям. Быть «средним арифметическим» означает быть счастливым. О развитии индивидуальности речи не идет. Гениальность также невозможна. Вдохновение рассматривается как разновидность эпилепсии. В мире, изображенном Е. Замятиным, отдельно взятый гражданин Единого Государства лишен какой-либо значимости в глазах сограждан и без труда замещается другим. Показательна в этом смысле реакция на гибель нескольких «нерадивых» строителей во время испытаний летательного аппарата, призванного «проинтегрировать» [2] вселенную: происшествие встречают с полным равнодушием.

В мире романа «Мы» есть понятие *Великая операция* [2]. Она направлена на уничтожение фантазии, а по сути на искоренение самой возможности мыслить. Даже не уровне графики это меняет привычный читателю мир. Как уже упоминалось выше, нумера могут очень часто встречать восклицательный знак, но вопросительного знака в газетных текстах они не увидят, потому что он наталкивает на сомнения, приводит к самостоятельному поиску ответов, то есть потенциально может породить инакомыслие. Это недопустимо в подобном мире.

Д-503, подобно прочим номерам, выступает в роли рядового винтика государственной машины. Он – типичный продукт рационализированной цивилизации, чьи эмоции оказываются подчинены законам математики. Они будто идут по прямой, и этому соответствует характерная внешняя черта, портретная деталь: «прочерченные по прямой брови» [2]. Но такое будто бы простое, «выпрямленное» восприятие реальности в главном герое сочетается с иным, поэтическим, которое предполагает остроту и нестандартность реагирования. Даже Часовую Скрижаль он описывает с восторгом, вдохновляясь ее совершенством с математической точки зрения [3]. Это отмечается и через реплики других героев. В частности, эмоционально живой R-13 предлагает главному герою пойти в поэты: *Вам бы, милейший, не математиком быть, а поэтом, поэтом, да! Ей-ей, переходите к нам – в Поэты, а? Ну, хотите – мигом устрою, а?* [2].

Особое место в языковой структуре романа занимают оксюмороны – сочетания противоположных по смыслу слов, которые подчеркивают абсурдность и противоестественность мира Единого Государства. Оксюмороны *дикое состояние свободы, благодетельное иго разума, математически безошибочное счастье* обнажают противоестественность

отношений между государством и человеком. Особенно показательно определение любви как «самой трудной и высокой» [2]. Слова выворачиваются наизнанку, их привычные значения подменяются прямо противоположными, и в этом семантическом переворачивании автор демонстрирует крушение гуманистических ценностей.

Таким образом, трансформация слова в романе «Мы» является не просто стилистическим приемом, а фундаментальным принципом построения антиутопического мира и одновременно способом его преодоления. На уровне номинации язык Единого Государства моделирует безличный, механический порядок. На уровне грамматики отражается мучительное рождение личности и ее трагическое крушение. Оксюмороны обнажают противоестественность навязанного «счастья», а столкновение математического и поэтического дискурсов создает то смысловое напряжение, в котором рождается авторское предостережение. Единое Государство стремится закрепить раз и навсегда неизменный язык как залог неизменности своей власти, однако именно живое, меняющееся слово героя, его дневник, его «авантюрный роман» становится свидетельством того, что «дикая стихия» свободы не может быть окончательно подавлена. Как показывает финал романа, Д-503 возвращается в лоно Единого Государства, но созданный им текст, его «записки», остаются – они и есть главный акт сопротивления, слово, которое пережило своего создателя.

Список использованной литературы

1. Абзаидова, Н. В. К вопросу о жанре романа Е. Замятина «Мы» / Н. В. Абзаидова, К. А. Кадырова // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 6 (73). – С. 537–538. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-zhanre-romana-e-zamyatina-my> (дата обращения: 08.01.2026).
2. Замятин, Е. Мы / Е. Замятин // Интернет-библиотека Алексея Комарова. – URL: <https://ilibrary.ru/text/1494/index.html> (дата обращения: 09.01.2026).
3. Любимова, А. Ф. Жанр антиутопии в XX веке. Содержательные и поэтологические аспекты : учеб. пособие по спецкурсу / А. Ф. Любимова. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2001. – 90 с.
4. Романов, С. С. Антиутопические традиции русской литературы и вклад Е. И. Замятина в становление жанра антиутопии : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 / Романов Сергей Сергеевич. – 1998. – 168 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/antiutopicheskie-traditsii-russkoi-literatury-i-vklad-e-i-zamyatina-v-stanovlenie-zhanra-ant>. (дата обращения: 08.01.2026).
5. Скороспелова, Е. Б. Е. И. Замятин и его роман «Мы» / Е. Б. Скороспелова. – М. : Флинта, 2010. – 114 с.
6. Ходасевич, Г. В. Джордж Оруэлл: «...то, что хуже всего на свете» / Г. В. Ходасевич // Астма и аллергия. – 2007. – № 2. – С. 18–20. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhordzh-oruell-to-chto-huzhe-vsego-na-svete/viewer> (дата обращения: 09.01.2026).

[К содержанию](#)

А. О. КОВАЛЕНКО

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Корабо, старший преподаватель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРАЕВЕДЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА БРЕСТЧИНЫ НА УРОКАХ РАЗВИТИЯ СВЯЗНОЙ РЕЧИ

Использование краеведческого материала на уроках развития связной речи делает обучение личностно ориентированным, способствует живому, осмысленному разговору учеников и учителя. На Брестчине для такого обсуждения есть множество объектов: Брестская крепость, Каменецкая башня, Беловежская пуща, Ружанский дворцовый комплекс рода Сапег, Коссовский замок, наконец, просто атмосфера старых улиц города – все это не только туристические достопримечательности, но и готовый естественный дидактический материал.

Краеведческий материал на уроке русского языка выполняет сразу несколько функций. Он расширяет кругозор, дает конкретное содержание для речи, и, что самое важное, создает личную заинтересованность, без которой любое высказывание остается формальным. Когда школьник описывает не абстрактный памятник, а монумент «Мужество», который он видел сам, в его речи появляются точные детали, живые эпитеты, неожиданные сравнения.

Сам материал целесообразно разделить на несколько смысловых блоков, хотя на практике они, безусловно, пересекаются.

Исторический блок – это прежде всего Брестская крепость, ее защитники, знаменитый монумент «Мужество», скульптурная композиция «Жажда», штык-обелиск; музей «Берестье», Музей истории города Бреста, Брестский областной краеведческий музей, памятник Тысячелетию Бреста и др. Здесь открывается простор для рассуждений о памяти, о подвиге, о том, что значит быть патриотом.

Архитектурно-культурный блок дает богатейшую основу для описаний. Работа с такими объектами, как пешеходные улицы Советская в Бресте и Ленина в Пинске, брестский железнодорожный вокзал, усадьба Немцевичей, учит замечать детали, сравнивать, пополняет лексический запас словами типа *шпиль*, *витраж*, *барельеф* и др.

Природный блок позволяет вести разговор о Зимнем саде и Саде непрерывного цветения Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина; о Беловежской пуще с ее многообразием животных и растений, об Ольманских болотах и др. Это не только художественное описание, но и повод для серьезного обсуждения проблем экологии, обсуждения того, как человеку ужиться с природой, не разрушая ее.

Наконец, социально-бытовой блок, который оценивается как самый близкий к повседневности. Такие темы, как история своей семьи в истории города, благоустройство двора, традиции, которые еще живы в районе, где ты вырос, порой дают неожиданно глубокие и искренние тексты даже у обычно немногословных учеников.

Необходимо не только взять хороший материал – нужно разработать систему упражнений, которая будет вести от простого к сложному, от слова к тексту. Логично начинать с лексической работы. Например, перед тем как писать сочинение-описание, полезно составить тематический словарик. Отметим, что это не заучивание, потому что слова рождаются из живого процесса рассматривания фотографий или, что еще лучше, из наблюдения на месте. Дальше – переход к отдельным предложениям, к сравнению объектов, к поиску точных эпитетов. И только затем – к развернутому описанию. При работе с повествованием используется схожий алгоритм: сначала проводится анализ лексики в готовом тексте, потом – восстановление последовательности событий, затем – рассказ от первого лица (например, «Как я впервые побывал в музее»). Такие задания нравятся и слабым ученикам: здесь важнее наблюдательность и воображение, чем идеальное знание правил. Специфика написания сочинения-рассуждения заключается в том, что ученик должен не просто пересказать, он должен занять собственную позицию, доказать ее. Тема для рассуждения не должна быть надуманной. Например, вопрос о том, может ли туризм в Беловежской пуще быть безопасным для уникального леса, не разрушает ли его даже сама «экологическая тропа», актуален в связи с недавним обсуждением в СМИ объявления о проведении там 18 апреля 2026 г. фестиваля электронной музыки «Технорейв». Такие вопросы не оставляют равнодушными, и даже те, кто обычно не принимает участие в разговоре, начинают спорить, искать аргументы, выстраивать логические цепочки. А это и есть подлинное развитие речи, когда мысль ищет и находит свое словесное выражение.

Вершиной такой работы становятся проектные задания, которые выступают не как замена всему остальному, а как закономерное усложнение. Создать аудиогид по историческому центру, записать подкаст об одной улице, разработать карту «Литературный Брест» – все это требует и сбора информации, и ее осмысления, и, конечно, создания собственных текстов разных жанров. Такие проекты хорошо использовать при работе с группами, а также как индивидуальное задание для сильных учеников.

Рассмотрим пример проведения в седьмом классе урока по подготовке к сочинению-описанию о монументе «Мужество» в Брестской крепости. Ученики уже видели памятник – кто-то на экскурсии, кто-то на фотографиях. Урок может начаться не с правил и определений, а с музыки. Звучит

короткий драматический фрагмент Шостаковича, на экране – крупным планом лицо воина, выступающее из камня. На вопросы учителя о том, что ученики видят, что этот камень «говорит», дети озвучивают первые ассоциации: *сила, скорбь, непокоренность, воин, скала*. Далее – задание составить два списка слов. Первый – слова, называющие детали (*лицо, взгляд, фигура*), второй – слова, передающие чувства (*суровый, мощный, непоколебимый, трагичный, величественный*). Учитель добавляет необходимые термины: *барельеф, композиция, символ стойкости*. Затем – анализ небольшого фрагмента из книги С. С. Смирнова «Брестская крепость», где автор описывает этот же памятник. Учитель вновь задает вопросы о построении описания, о том, с чего оно начинается, как движется взгляд, где связь внешнего смысла с внутренним. В итоге на доске записывается схема: зачин (общее впечатление) – детали (лицо, фигура, поза) – оценка (главная идея, символ). И уже после этого организуется работа в группах по подготовке устного коллективного описания. Обучающиеся должны выступить, послушать друг друга, обсудить, у кого получилось ярче, какие слова оказались самыми точными. Домашнее задание – написать сочинение по этой схеме, но уже самостоятельно с учетом «живого» взгляда, личного впечатления, подкрепленного точным словом.

Таким образом, краеведческий материал – это серьезный, системный ресурс, который при грамотном использовании позволяет решать сразу три задачи: учить речи, развивать мышление и воспитывать. Учить речи, потому что материал дает реальное содержание. Развивать мышление, потому что требует сравнения, анализа, доказательства, аргументации. Воспитывать, потому что через любовь к своей улице, к старому парку, через удивление перед вековым дубом в пуще рождается то самое чувство, которое называется гражданственностью.

Системное, а не эпизодическое обращение к краеведению, продуманная последовательность упражнений – от лексики до проекта – и искренний интерес учителя к миру, который окружает его учеников, способны превратить уроки развития речи в самую живую часть программы.

Список использованной литературы

1. Корниенко, П. А. Краеведческие материалы на уроках русского языка и литературы / П.А. Корниенко // Русский язык и литература. – 2004. – № 6. – С. 24–30.
2. Ладыженская, Т. А. Речевые секреты / Т. А. Ладыженская. – М. : Просвещение, 2007. – 145 с.
3. Львов, М. Р. Методика развития речи младших школьников / М. Р. Львов. – М. : Академия, 2002. – 248 с.
4. Методика преподавания русского языка в школе / под ред. М. Т. Баранова. – М. : Академия, 2001. – 368 с.

5. Морохович, Е. К. Брест : энциклоп. справ. / Е. К. Морохович. – Мн. : БелСЭ, 1987. – 215 с.

6. Райцева, Е. В. Использование краеведческого материала на уроках русского языка как средство формирования патриотизма у школьников / Е. В. Райцева // Актуальные проблемы филологии : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012. – С. 83–85.

7. Саніковіч, І. М. Край Берасцейскі: гісторыя, культура, сучаснасць / І. М. Саніковіч. – Брэст : Брэсцкая друкарня, 2018. – 312 с.

8. Смирнов, С. С. Брестская крепость / С. С. Смирнов. – М. : Молодая гвардия, 2015. – 350 с.

[К содержанию](#)

Я. И. КОМИНЧ

Барановичи, БарГУ

Научный руководитель – Е. А. Зуева, канд. филол. наук, доцент

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОМПОНЕНТАМИ, ПРОТИВОПОЛОЖНЫМИ БОЖЕСТВУ, В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Фразеологизмы, как и пословицы с поговорками, являются ярким примером тесной связи языка и культуры. По мнению В. А. Масловой, именно образное содержание фразеологизмов, их «внутренняя форма», хранит культурную информацию и придает им национальную окраску [2, с. 82]. Для того, чтобы этот образ был понятен, ключевую роль играет состав фразеологизма. Р. Х. Хайруллина указывает, что именно входящие в него элементы выступают как маркеры, формирующие актуальное значение и отражающие специфику национального миропонимания [4, с. 6129].

Целью статьи является многовекторное рассмотрение фразеологизмов с компонентами противоположными божеству в русском языке. **Материалом** послужило 90 фразеологических единиц (далее – ФЕ) с компонентами противоположными божеству отобранных из «Фразеологического словаря русского литературного языка» А. И. Федорова [3].

ФЕ с компонентами противоположными божеству содержат в себе лексемы *бес*, *черт*, *дьявол*, *сатана*, *лукавый*. Для анализа ФЕ важно определить семантику составляющих их слов, являющихся компонентами ФЕ *бес*, *черт*, *дьявол*, *сатана*, *лукавый*, так как именно эти слова, будучи смысловыми центрами, определяют религиозно-демоническую направленность анализируемых ФЕ. **Бес** – «1. По религиозным представлениям: злой дух, искушающий человека; нечистая сила, черт, дьявол (изображается в виде человекообразного существа с рогами, копытами и хвостом). 2. О быстром, ловком или хитром, коварном, своенравном человеке (реже – животном). 3. О сильной склонности, влечении (обычно к чему-л.

предосудительному). 4. О том, кто вызывает раздражение, гнев, негодованием своим поведением, поступками» [1, с. 72]. **Черт** – «1. По религиозным представлениям: сверхъестественное существо, олицетворяющее собой злое начало, в образе человека, но с рогами, копытами и хвостом; дьявол, бес. 2. Употребляется как негативная характеристика кого-либо (обычно в составе бранных выражений). 3. О том, кто обнаруживает умение, силу, сноровку, ловкость и т. п.» [1, с. 1475]. **Дьявол** – «1. По религиозным представлениям: злой дух, черт, сатана; воплощение злого начала. 2. О злом, коварном человеке. 3. Возглас негодования, возмущения. Зачем, для чего» [1, с. 292]. **Сатана** – «1. По религиозным представлениям: злой дух, воплощение злого начала; властелин ада, дьявол, черт. 2. О ком-либо нехорошем, недобром» [1, с. 1149]. **Лукавый** – «1. Склонный к козням, интригам, хитрый, коварный. 2. Наполненный веселым задором, игривостью. «Бес, дьявол, сатана. От лукавого что-либо (о ненужном мудрствовании, об излишнем усложнении чего-либо)» [1, с. 507].

Анализ материала показал, что наиболее часто встречаются ФЕ с компонентом **черт** (63): *Всем чертям назло* ‘вопреки, наперекор всему’ [3, с. 391]; *всем чертям тошно* ‘так, что невозможно представить, вообразить; о чем-либо из ряда вон выходящим’ [3, с. 688]; *всыпать чертей* ‘жестоко разбранить, наказать кого-либо’ [3, с. 110]; *вывернуть (самого) черта наизнанку* ‘сделать что-то трудное, опасное, почти невозможное’ [3, с. 110]; *до черта* ‘очень много, огромное количество кого-либо или чего-либо; до крайней степени, очень’ [3, с. 746]; *до чертиков* ‘(пить, напиваться, пьянствовать) до белой горячки, очень предельно’ [3, с. 747]; *еще черти в кулачки не дрались и еще черти не бьются на кулачки* ‘очень рано’ [3, с. 742]; *за каким чертом* ‘зачем, для чего?’ [3, с. 747]; *иди к черту* ‘уходи, убирайся прочь’ [3, с. 267]; с компонентами **дьявол, сатана, лукавый** (17): *Дьявол сидит* ‘кто-либо лукавит, сопротивляется, не подчиняется’ [3, с. 222]; *дьявол тебя (его и т.п.) поberi* ‘чтоб пропал, исчез кто-либо’ [3, с. 222]; *за каким Дьяволом* ‘почему, зачем’ [3, с. 222]; *какого Дьявола* ‘почему, зачем’ [3, с. 222]; *лукавый дернул* ‘выражение крайнего неудовольствия, сожаления по поводу сделанного, совершенного’ [3, с. 355]; *лукавый занес* ‘кто-либо некстати, не вовремя появился где-либо; выражение неудовольствия’ [3, с. 355]; *лукавый попутал* ‘кто-либо поддался соблазну (что-то сделать, обычно предосудительное)’ [3, с. 355]; *лукавый тянет за язык* ‘неизвестно зачем, с какой целью понадобилось кому-то сказать что-то’ [3, с. 355]; *от Лукавого* ‘от дьявола, черта’ [3, с. 354]; *продавать душу дьяволу* ‘заключить сделку с дьяволом’ [3, с. 222]; *сатана бы взял* ‘выражение возмущения, негодования, досады по поводу кого-либо или чего-либо’ [3, с. 593]; с компонентом **бес** (10): *Бес водит* ‘по суеверным представлениям кто-либо блуждает, сбившись с пути, по вине злой силы’ [3, с. 22];

бес в ребро ‘волокита, бабник’ [3, с. 22]; *бес вселился* ‘кто-то проявляет упорство, упрямство, нежелание считаться с кем или чем-либо’ [3, с. 22]; *бес попутал* ‘кто-либо соблазнился, склонился к чему-то дурному, предосудительному’ [3, с. 22]; *бес сидит* ‘кто-либо испытывает постоянное, непреодолимое желание сделать что-либо предосудительное, опасное’ [3, с. 22]; *и <все> беси в воду* ‘об окончательной развязке чего-либо’ [3, с. 22]; *и все беси в воду, и пузырья вверх* ‘никаких следов, улики’ [3, с. 22]; *мелким бесом* ‘подобострастно (заискивать перед кем-то)’ [3, с. 23]; *ни лысого беса* ‘совсем никого, ничего’ [3, с. 22]; *один бес* ‘все равно’ [3, с. 22].

Одной из ключевых особенностей ФЕ этой группы является наличие синонимических и антонимических связей. Синонимия проявляется как в вариациях одного образа, так и в сходстве значений между разными группами. Например, ФЕ *бес попутал* [3, с. 22], *черт попутал* [3, с. 745], *лукавый попутал* [3, с. 355] имеют значение ‘кто-либо поддавался соблазну, поступил неосмотрительно’. Здесь *бес*, *черт*, *лукавый* взаимозаменяемы, сохраняя смысл греховного соблазна. Антонимия строится на противопоставлении по количеству, оценке или действию. Пример – пары с частицей *не* или без нее: *черту брат* ‘нелюдимый, суровый человек’ и *черту не брат* ‘лихой, бравый, бойкий человек’, *до черта* ‘очень много’ и *ни черта* ‘совсем ничего’. Благодаря синонимическим и антонимическим связям становится ясно, что ФЕ с компонентами противоположными божеству в основном несут отрицательную оценку. Они выражают ругань, проклятия, досаду, недовольства, опасность, безнадёжность и греховность. Примеры: *иди к черту!* [3, с. 267], *катись ко всем чертям!* [3, с. 289], *черт (тебя, его и т.п.) поberi!* [3, с. 746], *черт тебя задави* [3, с. 746], *<чтоб> Лукавый взял!* [3, с. 355] – это прямые проклятия. *Бес в ребро* [3, с. 22] осуждает распутство. *Черт дернул за язык* [3, с. 745] выражает сожаления о сказанном. *Ни к черту* [3, с. 747] оценивает что-то как негодное. *Сам черт не разберет* [3, с. 744] говорит о полной неясности. Однако встречаются и ФЕ с положительной или нейтральной оценкой в определенных контекстах. Например, *поймать черта за хвост* [3, с. 491] ‘поймать удачу, везение’ (положительная оценка). *Всем чертям назло* [3, с. 391] ‘вопреки всему, с вызовом’. *Чертики прыгают <в глазах>* [3, с. 746] описывает лукавые искорки (ласково-ироническая окраска). *Один бес* [3, с. 22] / *один черт* [3, с. 744] имеет значение ‘все равно’.

Таким образом, ФЕ с компонентами противоположными божеству образуют организованную систему. Наиболее часто встречается лексема *черт*, реже *дьявол*, *сатана*, *лукавый* и *бес*. Эти ФЕ служат для выражения различных аспектов восприятия нечистой силы: как повседневного зла (*черт*), как книжно-религиозного антагониста Бога (*дьявол*, *сатана*) или как искушителя (*лукавый*, *бес*). Взаимоотношения между этими компонентами включают

синонимии и антонимии, а их оценочная окраска может быть отрицательной и положительной. Доминирование компонента *черт* в данной группе ФЕ отражает его широкую употребительность в русском языке. *Черт* воспринимается как наиболее известный представитель нечистой силы, *дьявол* и *сатана* носят более книжный, религиозный оттенок, а *бес* занимает промежуточное положение.

Список использованной литературы

1. Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. – СПб. : Норит. – 2000. – URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar> (дата обращения: 03.05.2026).
2. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с.
3. Федоров, А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А. И. Федоров. – М. : Астрель : АСТ, 2008. – 878 с.
4. Хайруллина, Р. Х. Фразеологический образ: ментальная природа и языковое выражение / Р. Х. Хайруллина // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2. – С. 6129–6132. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38633> (дата обращения: 20.05.2026).

[К содержанию](#)

О. В. КОРЕНЬ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина канд. филол. наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ РАЗДЕЛА «ЛЕКСИКОЛОГИЯ» В 5 КЛАССЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Осваивание богатого словарного запаса является необходимой основой для успешного развития всех видов речевой деятельности: говорения, слушания, чтения и письма. Сегодня, когда большая часть нашей коммуникации происходит онлайн, способность точно и к месту подбирать слова превратилась из полезной в совершенно необходимую. Соответственно возросла значимость раздела «Лексикология» в процессе школьного преподавания русского языка.

С. Г. Букаренко считает, что «сейчас методика находится в стадии весьма успешных поисков наиболее эффективных путей ознакомления учащихся с теоретическими основами данного раздела языкознания. Каждый учебник обязательно вносит что-то новое в изложение материала по лексике» [1, с. 202]. В 2025 г. в Беларуси как раз появился новый учебник по русскому языку для 5 класса Л. А. Муриной, В. Л. Леонович (автор раздела «Лексика и фразеология»), Е. Е. Долбик и Ж. Ф. Жадейко [3]. В учебнике 2019 г. раздел «Лексика» написала Т. В. Игнатович [2].

В учебной программе по учебному предмету «Русский язык» 2025 г. содержание раздела «Лексика» представлено следующим образом: «Слово, его лексическое значение. Толковые словари. Однозначные и многозначные слова. Прямое и переносное значение слова. Омонимы. Синонимы. Антонимы. Исконно русские и заимствованные слова (ознакомление). Общеупотребительные слова. Профессиональные слова и термины (ознакомление). Устаревшие слова (ознакомление). Неологизмы (ознакомление). Фразеологические обороты, их отличие от свободных словосочетаний» [5]. Как видно из перечисления, ряд тем предполагают лишь ознакомление, однако это никак нельзя объяснить их бесполезностью или ненужностью. Например, знания об устаревших словах востребованы при изучении ряда программных литературных произведений. Как справедливо отмечают Н. Г. Шубина и Н. Д. Кубышкина, «произведения русской художественной литературы исторической тематики представляют особую категорию: с одной стороны, они изучаются в программе средней школы по литературе и понятны для современного молодого человека в содержательном плане, с другой стороны, исторические тексты не всегда доступны в силу специфики языковых средств, так как встречающиеся в них лексические средства затрудняют восприятие» [6, с. 79].

По сравнению с предыдущей программой [4] в содержание раздела «Лексика» добавлено слово «Омонимы», поэтому только новый учебник разграничивает многозначность и омонимию [3, с. 100]. По нашему мнению, для более четкого разграничения следовало бы добавить указание на то, что «по смыслу омонимы никак не связаны друг с другом», а «Единство слова при полисемии объясняется тем, что его значения связаны друг с другом» [7]. В учебнике 2019 г. при отсутствии термина *омоним* как раз есть замечание о взаимосвязи значений полисемичного слова: «Обратите внимание! Многозначное слово называет **разные** предметы, признаки, действия, которые в чем-либо **сходны** между собой» [2, с. 101].

Антонимы в сравниваемых учебниках определяются сходным образом, существенным улучшением определения в новом учебнике можно признать уточнение «Антонимы объединяются в пары по одному признаку: *друг – враг* (по отношению), *веселый – грустный* (по настроению)» [3, с. 109]. В учебнике 2025 г. есть еще несколько теоретических блоков: «Существуют специальные словари антонимов...» [3, с. 109]; «У разных значений многозначного слова существуют разные антонимы: *крепкая стена (непрочная), крепкий мороз (слабый), крепкая дружба (ненадежная)*» [3, с. 110]; «Писатели, журналисты используют антонимы как особое выразительное средство. С их помощью резко противопоставляются понятия, предметы, действия, мысли, черты характера людей, действующих лиц: *Ты богат, я очень беден, / ты прозаик, я поэт. А. Пушкин*» [3, с. 111].

В учебнике 2019 г. со словарем антонимов знакомит упражнение 208, но только фотографией обложки [2, с. 108], сведений о функциях антонимов и о том, что многозначное слово в разных значениях имеет разные антонимы, в этом учебнике нет.

Исконно русские слова в учебнике 2019 г. описываются в упражнении 217 (определения на розовом фоне нет): «Исконно русские слова – это самые древние лексические единицы языка... Таких слов примерно две тысячи. Они являются наиболее употребительными, используются как в письменной, так и в устной речи» [2, с. 111]. Сравнение со словарной статьей этого же понятия выявляет ряд фактических ошибок, допущенных авторами учебника: «Исконно-русская лексика включает несколько исторических пластов... До сих пор появляются такие слова... Основной пласт (более 90 %) лексики составляют слова исконно-русские» [7]. В новом учебнике определение имеется, и в нем исправлены грубые ошибки предыдущего учебника: вместо «это самые древние лексические единицы языка» – «Многие из них имеют тысячелетнюю историю... создаются и в настоящее время»; вместо «Таких слов примерно две тысячи» – «Таких слов в русском языке большинство» [3, с. 112]; нет и утверждения «являются наиболее употребительными», которое никак нельзя отнести ко всем исконно русским словам.

Определения заимствованных слов в обоих учебниках дословно совпадают, но примеры в новом издании более показательны, поскольку в скобках приводятся исходные слова: «крекер (от англ. *cracker*) – сорт печенья, лимонад (от фр. *limonade*) – напиток с соком лимона» [3, с. 114]. В предыдущем издании в скобках указывается только язык: «школа (лат.), гимназия (греч.), колледж (англ.), шахта (нем.), энциклопедия (фр.)». Эти примеры нельзя признать удачными, поскольку слово *школа* пришло в русский язык через немецкий (откуда начальный [ш]) и польский, а исходным языком является не латинский, а греческий; во французском слове *encyclopédie* нет звука [ц] и ударение на другом слоге, так что русское слово больше похоже на латинское *encyclopaedia*. Вероятно, часть лингвистов была введена в заблуждение тем, что слово первоначально использовалось в научных трудах М. В. Ломоносова как название французского журнала.

Далее в учебнике 2025 г. дается понятие об освоении заимствованных слов и некоторых признаках заимствований: «Так, сочетания *чт (почта), шт (штраф)* характерны для немецких заимствований; ударение на последнем слоге (*кафэ́, метрó, жалюзí*) – для французских...» [3, с. 115]. В учебнике 2019 г. перечисляются 6 признаков заимствованных слов без упоминания о том, что они могут указывать на источник заимствования [2, с. 112]. Поскольку программа предполагает только ознакомление

с заимствованными словами, подробное перечисление признаков кажется избыточным. К тому же перечень далеко не безупречен: буква *ц* далеко не всегда является маркером заимствованного слова, поскольку в русском языке есть и свой [ц], возникший из [к] во вторую и третью палатализации (слова *цена, цель, целый, лицо*, суффиксы *-ец, -иц-* не являются заимствованными); сочетания гласных и двойные согласные могут быть признаками заимствований только в корне, но не на стыке морфем (*научить, поддеть, русский* и под.).

При изложении темы «Общепотребительные слова. Профессиональные слова и термины» в новом учебнике указывается, что общепотребительные слова используются в разных стилях, добавлена информация о том, что термины характерны для научного стиля речи (в старом учебнике – «в соответствующих речевых ситуациях») и что в толковых словарях они имеют особые пометы, что профессиональные слова связаны с особенностями работы и «позволяют точнее называть предметы и понятия». Таким образом, определения в новом учебнике полнее и конкретнее. Примеры нового учебника также более показательны: среди терминов приводятся и музыкальный, и спортивный, а не только строго научные; профессионализмы из речи журналистов учащиеся слышали или еще услышат с гораздо большей вероятностью, чем специфические слова профессиональных охотников.

Определение неологизмов в учебнике 2019 г. содержит утверждение, что «Неологизмов нет в обычных толковых словарях» [2, с. 120], которое может быть верным лишь на краткий временной промежуток после появления неологизмов. Успешно прижившиеся неологизмы включаются в толковые словари, а современные онлайн-словари неплохо отражают динамическую природу языка, лексикографическая практика уже не отстает от изменений в живой речи на десятилетие и больше. Новый учебник дает более подробное определение, в котором указаны некоторые причины появления неологизмов и пути их преобразования в общепотребительные слова [3, с. 122].

Таким образом, сравнение учебников 2019 и 2025 гг. показывает, что последний отличается более точными формулировками, структурной четкостью и устранением ряда недочетов, содержащихся в предыдущем издании. Новый учебник, кроме того, уделяет больше внимания функциональному аспекту лексики.

Список использованной литературы

1. Букаренко, С. Г. Лексикология в школьных учебниках / С. Г. Букаренко // Язык и коммуникация в контексте культуры : материалы междунар. науч.-практ. онлайн-конф. (21 апр. 2021 г.). – Ростов н/Д : Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ), 2021. – С. 201–204.

2. Мурина, Л. А. Русский язык : учеб. пособие для 5 класса учреждений общего среднего образования с бел. и рус. яз. обучения : в 2 ч. / Л. А. Мурина, Т. В. Игнатович, Ж. Ф. Жадейко. – Мн. : НИО, 2019. – 2 ч.

3. Русский язык : учеб. пособие для 5 класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с бел. и рус. яз. обучения и воспитания : в 2 ч. / Л. А. Мурина, Е. Е. Долбик, В. Л. Леонович, Ж. Ф. Жадейко ; под ред. В. Л. Леонович. – Мн. : Академия образования, 2025. – 2 ч.

4. Учебная программа по учебному предмету «Русский язык» для V класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования с белорусским и русским языками обучения и воспитания, утв. Постановлением Министерства образования Республики Беларусь 29.06.2023 № 181.

5. Учебная программа по учебному предмету «Русский язык» для V–IX классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с белорусским и русским языками обучения и воспитания, утв. Постановлением Министерства образования Республики Беларусь 29.07.2025 № 134.

6. Шубина, Н. Г. Опыт рассмотрения устаревших слов как единиц художественного текста (на примере романа А. Н. Толстого «Петр Первый») / Н. Г. Шубина, Н. Д. Кубышкина // Актуальные проблемы современной науки в XXI веке : материалы XV междунар. науч.-практич. конф. (Махачкала, 31 дек. 2017 г.). – С. 79–83.

7. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык : в 2 т. / А. Н. Тихонов, Р. И. Хашимов, Г. С. Журавлева [и др.] / под общ. ред. А. Н. Тихонова, Р. И. Хашимова. – Т. 1. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 840 с.

[К содержанию](#)

Л. А. КУЧУК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – В. М. Касцючык, канд. філал. навук, дацэнт

АНАМАСТЫЧНАЯ ПРАСТОРА ГАВОРКІ ВЁСКІ КАМЕНЬ ПІНСКАГА РАЁНА

Мянушкавая сістэма вёскі Камень выконвае яркую дыферэнцавальную функцыю ў грамадстве. Асабліва адметнымі з’яўляюцца матываваныя мянушкі. Сярод матываваных мянушак найбольш прадуктыўнымі аказаліся антрапонімы, якія ўтвараюцца ад прозвішчаў або іншых мянушак і сведчаць аб трываласці сямейна-родавых сувязей, а таксама апелятывы з метафарычным пераносам значэння (назвы жывёл, птушак, раслін, прадметаў побыту). Значную ролю ў маўленні вяскоўцаў адыгрываюць мянушкі-характарыстыкі, звязаныя са знешнім выглядам, паводзінамі, рысамі характару і манерай апранацца. Менш прадуктыўнымі, аднак неабходнымі для поўнай карціны, з’яўляюцца мянушкі-тапонімы і этнонімы, якія фіксуюць міграцыйныя працэсы, а таксама адзінкі, звязаныя з прафесійнай дзейнасцю чалавека.

Аб'ектам нашага назірання сталі індывідуальныя мянушкі, якія бываюць нематываванымі і матываванымі. У гаворцы жыхароў вёскі Камень Пінскага раёна нематываванымі мянушкамі выступаюць наступныя: *Гатымён, Калэнік, Каракін, Крышан, Лячка, Пістён, Пэпчыха, Цмэкан, Цупэр, Чызэро, Шэйдан*.

Матываваныя мянушкі-антрапонімы падзелены намі на тры групы:

1. Утвораныя ад прозвішчаў: *Ершы́ха* – ад прозвішча Ёрш, *Козлы́ха* – Козел, *Козля́к* – Казлякоўскі, *Новосёлкі́на* – Навасёлава, *Чабаню́чка* – Чабанюк, *Швэ́дова* – Швэд, *Шту́ка* – Штукін, *Баге́ма* – Бегема.

2. Утвораныя ад імені: ад мужчынскага імя (прадзядулі, дзядулі, мужа, бацькі, мужчыны): *Ада́сько* – ад імя Адам, *Ві́ля* – ад імя Віталій, *Ле́ньсіха* – ад імя мужа Леанід, *Тарасюкова* – ад імя бацькі Тарас, *Пантылемо́ніха* – ад імя бацькі Пантылемон;

3. Утвораныя ад іншай мянушкі:

а) ад мянушкі мужа, жонкі, бацькі, маці, дзеда, бабулі, брата, сястры: *Бармале́іха* – ад мянушкі мужа, *Маё́рыха* – ад мянушкі мужа, *Пераху́дка* – ад мянушкі маці Перахудева, *Цупэ́рыха* – ад мянушкі бацькі Цупер, *Чо́рная* – ад мянушкі мужа;

б) ад клічкі жывёл: *Зо́хан* – ад клічкі ката, *Му́ся* – ад клічкі кошкі.

Мянушкі-тапонімы ўтвораны ад назвы месца нараджэння, ранейшага пражывання: *Барча́нка* – з в. Боркі, *Сахалі́нка* – з Сахаліна, *Будану́вец* – з в. Багданаўка.

Прыкладам мянушкі-этноніма выступае *Хохлу́ха* – жанчына родам з Украіны.

Мянушкі-апелятывы вельмі разнастайныя паводле паходжання. Сярод іх можна вылучыць наступныя падгрупы:

1. Мянушкі, у аснове якіх ляжаць назвы рыб, земнаводных, паўзуноў: *Ка́рнік* – мужчына, які працаваў на рыбгазе і краў карпаў; *Крывету́лька* – жанчына, падобная на крыветку; *Сала́ка* – хлопец, у якога вельмі шырокія вочы, як у салакі.

2. Мянушкі, у аснове якіх назва свойскай жывёлы: *Кабані́ха* – вельмі вялікая жанчына, падобная да «кабана»; *Кролі́ха*, *Ко́тя*, *Жыра́фік* – хлопец, у якога доўгая шыя.

3. Мянушкі, у аснове якіх ляжаць назвы дзікіх звяроў і грызуноў: *Бобры́ха*, *Бёлка*, *Пантэ́ра*.

4. Мянушкі, у аснове якіх назвы насякомых, членістаногіх, павукападобных: *Мо́лік* – мужчына, у якога заўсёды гарыць святло у хаце, на якое, як моль, злятаюцца ўсе п'яніцы; *Му́ха*, *Сліпа́к*, *Таракані́ха*.

5. Мянушкі, якія ўтвораны ад назваў свойскіх і дзікіх птушак: *Грач*, *Соловёй*, *Соро́ка*, *Стрыко́злік*.

6. Мянущкі, у аснове ўтварэння якіх ляжаць назвы дрэў, раслін, грыбоў: *Поганка*, *Укрóпчiк*, *Осiнка*.

7. Мянущкі, у аснове якіх назвы прадметаў побыту: *Гáчка*, *Дiркáч*, *Чыгу́н*.

Вялікую групу ўтвараюць мянущкі-характарыстыкі:

1. Мянущкі, звязаныя з рысамі характару, пэўнымі фізічнымі, псіхалагічнымі ўласцівасцямі і якасцямі: *Драчучы́ха* – жанчына, у якой вельмі складаны характар, можа і палезці ў бойку; *Розбо́й* – мужчына, які заўсёды лезе ў бойку, вырашае ўсе пытанні кулакамі; *Рыжу́ха* – вельмі хітрая жанчына, як ліса.

2. Мянущкі, звязаныя з паводзінамі і ўчынкамі: *Королі́ха* – жанчына, якая лічыць сябе самай прыгожай і разумнай, паводзіць сябе як каралева; *Лейтына́нтыха* – нядобрая жанчына, якая ўсімі кіруе і ўсім запраўляе; *Чо́рны* – чалавек, які п'е вельмі многа, «па-чорнаму».

3. Мянущкі, звязаныя з якасцю або колерам валасоў, прычоскай: *Бéлы*, *Ё́жык* – мужчына, у якога валасы стаяць дыбам, як у вожыка; *Лы́сы* – мужчына, у якога лысая галава.

4. Мянущкі, звязаныя з асаблівасцямі хады, бегу, з формай ног: *Ца́пля* – мужчына, у якога вельмі доўгія ногі.

5. Мянущкі, звязаныя з асаблівасцямі маўлення, голасу, смеху: *Піску́н* – хлопец, у якога вельмі высокі голас; заўсёды пішчыць.

6. Мянущкі, звязаныя з манерай апранацца, абувацца: *Бо́сы* – чалавек, які хадзіў заўсёды басанож; *Порва́тыха* – жанчына, якая ходзіць у падранай вопратцы; *Кало́ш*.

7. Мянущкі звязаныя са знешнім выглядам, целаскладам, ростам чалавека: *Борода́* – мужчына, у якога вельмі густая, чорная барада; *Жэ́лезнічы́ха* – жанчына, у якой жалезны зуб; *Крыву́лька* – жанчына, у якой крывое і сагнутае цела; *Ма́лы* – мужчына, у якога маленькі рост; *Носі́к* – мужчына, якога назвалі так з-за яго вялікага носа; *Пельме́нь* – хлопец, у якога вялікая вага; *Сопе́ль* – хілы чалавек; *Смагоры́лік* – чалавек, які хутка загарае на сонцы; *Шпéндры́к* – чалавек, які перастаў расці яшчэ з пачатковых класаў; *Чу́пiк* – жанчына, у якой маленькі рост.

Асобную групу складаюць мянущкі, звязаныя з адносінамі да працы, з захапленнем якім-небудзь відам працы па гаспадарцы, рамяством, заняткам у вольны час: *Ва́лік* – мужчына, які працуе малярарам; *Довгу́н* – чалавек, які вельмі доўга быў старшынёй калгаса, да самага закрыцця калгаса, амаль 30 гадоў; *Косю́лёва* – жанчына, у якой муж ходзіць касіць людзям траву; *Меду́н* – мужчына, які мае свой пчальнік і прадае мёд; *Нацмэ́н* – чалавек іншай нацыянальнасці, які прыехаў у вёску гандляваць экзатычнай садавіной.

Неад’емнай часткай лакальнай анамастычнай сістэмы вёскі Камень выступаюць таксама мікратапонімы. Намі былі вылучаны наступныя тэматычныя групы мікратапонімаў вёскі Камень: 1) адзінкі, суадносныя з паняццем «чалавек» (матываваныя прыналежнасцю пэўнай асобе, родам заняткаў); 2) мікратапонімы, звязаныя з прыроднымі аб’ектамі (рэльефам, глебай, расліннасцю, водамі); 3) назвы, звязаныя з лакалізацыяй аб’екта ў прасторы; 4) мікратапонімы, абумоўленыя былым размяшчэннем прадпрыемстваў, устаноў ці месцаў промыслу; 5) мікратапонімы, матываваныя іншым тапонімам (назва краіны, горада, вёскі). Такая структура дазваляе найбольш поўна раскрыць семантычны патэнцыял сабранага матэрыялу.

I. Мікратапонімы, суадносныя з паняццем «чалавек». Яны матывуюцца сацыяльным статусам чалавека, родам яго заняткаў, прыналежнасцю пэўнай асобе: *Заберчі* – поле; раней быў хутар, які належаў пану Заберону; *Панске* – поле, дзе раней жылі паны; *Плянт* – поле; раней была панская сядзіба, якая належала пану Плянту; *Лука* – поле; раней быў хутар, які належаў чалавеку па імені Лука; *Шэйданова гора* – месца, дзе раней была вялікая гара; *Хата Мо́ліка* – месца, дзе збіраюцца ўсе п’яніцы; *Колькова делянка* – частка лесу, якая некалі належала чалавеку па імені Коля; *Туровка* – неафіцыйная назва вуліцы, размешчаная каля пасадкі; раней на гэтым месцы жылі туркі; *Юлева гора* – поле, якое раней давалі людзям у арэнду.

II. Мікратапонімы, суадносныя з паняццем «ландшафт»:

1. Матываваныя гідралагічнымі тэрмінамі (дамба, рака, возера, сажалка, балота): *Дамба* – месца ўздоўж возера, *Бобрыкі* – поле каля ракі Бобрык; *Карковое болото* – раней было балота, каля якога пасвілі кароў; *Кладка* – месца, дзе знаходзіцца маленькі мосцік праз раку Бобрык; *Жабкавае болотце* – маленькая сажалка, у якім заўсёды ўвечары крумкаюць жабкі.

2. Суадносныя з канкрэтнымі відамі раслін: *Берэські* – частка вёскі, дзе расло шмат бяроз.

III. Мікратапонімы, звязаныя з лакалізацыяй аб’екта ў прасторы:

1. Суадносныя з назвай-арыенцірам «За + аб’ект»: *За Дуню* – лес; раней быў хутарок, які належаў жанчыне Дуні; *Запрудне* – месца, дзе раней былі «пруды».

2. Суадносныя з паняццем «Каля + аб’ект»: *Каля каплічкі* – месца, дзе знаходзіцца каплічка; *Каля званічкі* – месца, дзе стаіць званіца.

3. Суадносныя з паняццем «Пад + аб’ект»: *Под магазінам* – месца, парослае кустамі, каля крамы.

IV. Мікратапонімы, матываваныя былым размяшчэннем прадпрыемства, установы, былым месцам промыслу, прызначэннем аб’екта: *Асфальт-ное* – лес, у якім раней быў завод па выпрацоўцы асфальту; *Калхózка* – месца, дзе знаходзілася праўленне калгаса, які даўно ўжо не існуе.

V. Мікратапонімы, матываваныя іншым тапонімам (краіна, горад, вёска): *Дубновіцкое* – лес каля вёскі Дубнавічы; *Будануўка* – іншая назва вёскі Багданаўка.

VI. Нематываваныя мікратапонімы: *Быхова* – неафіцыйная назва вуліцы; *Выпханка* – неафіцыйная назва вуліцы; *Молодыны* – поле; *Лыжэйка* – поле; *Углы* – поле.

Прыведзеныя мікратапонімы вёскі Камень выконваюць некалькі важных функцый: лакалізуючую (дакладнае абазначэнне аб'екта), арыентацыйную (навігацыя падчас гаспадарчай дзейнасці) і мемарыяльную (фіксацыя звестак пра канкрэтных людзей, падзеі або сацыяльныя інстытуты).

У цэлым, мянушкі і мікратапонімы вёскі Камень з'яўляюцца надзвычай адметным матэрыялам, які ўтварае арганічную частку лакальнай анамастычнай сістэмы рэгіёна і патрабуе далейшай фіксацыі і вывучэння. Анамастычная лексіка – каштоўная крыніца не толькі для лінгвістычных, але і для гістарычных, этнаграфічных даследаванняў.

[К содержанию](#)

Д. КЫЛЫЧ

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – Л. Н. Грицук, старший преподаватель

О РУССКИХ ЗАИМСТВОВАНИЯХ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

История лексических заимствований между русским и турецким языками представляет собой существенный аспект межъязыковых и межкультурных контактов, заслуживающий систематического историко-лингвистического анализа. Языковые контакты между турецким и русским народами имеют глубокие исторические корни. По данным современных исследований, в турецком языке есть от 40 до 55 слов из русского языка. А с учетом слов, которые пришли через языки-посредники (крымско-татарский, болгарский, сербский), этот список значительно расширяется.

Большинство русских слов встречается в восточной части Турции, возле городов Карс и Эрзурум. Обычно это военные термины, относящиеся к сфере военной службы. Во время русско-турецкой войны 1877–1878 гг. сюда приехали русские переселенцы. Эта война известна в турецкой истории как «93. Harbi» (война была в 1293 г. по календарю Руми).

Термин «93. Harbi» обозначает не только саму войну, но и более широкий исторический контекст: данный конфликт представляет собой один из ключевых этапов истории позднеосманского периода и восточно-

европейского политического пространства, в ходе которого международные отношения были существенно переопределены посредством вооруженного противостояния и последующего пересмотра границ. В результате поражения в русско-турецкой войне турки отдали русским регион Карс в качестве репараций, и он начал считаться частью Российской империи. Тогда большая часть турков и мусульман переехала отсюда в другие части Турции, и на их место в Карс прибыло много русских – около 18 тысяч молокан. Молокане – это последователи одного из течений христианства, которые сами себя называют духовными христианами. В Российской империи были отнесены к «особенно вредным ересям» и преследовались вплоть до указов императора Александра I 1805 г., которые дали молоканам некоторую свободу. Карс находился под властью России около 40 лет – до 1917 г. Молокане оказали влияние на речь турецких жителей этого региона. Из-за ежедневных отношений молокан и турков многие русские военные термины и слова из бытового обихода перешли в турецкий разговорный язык.

Турецкий язык не ограничился простым заимствованием отдельных языковых единиц, а интегрировал их в устойчивый пласт повседневной лексики, относящийся к материальной культуре и домашнему обиходу. В эту группу входят наименования предметов, играющих существенную роль в бытовой и хозяйственной сфере. Таким образом, в восточной части Турции в диалектах сохранились такие русские слова, как: *voda* ‘вода’, *şinel* ‘шинель’, *boşğa* ‘бочка’, *komandor* ‘командир’, *kazarma* ‘казарма’, *saldat* ‘солдат’, *şapka* ‘шапка’, *lapatka* ‘лопатка’, *çaynig* ‘чайник’, *ğaravat* ‘кровать’, *zanka* ‘санки’, *isdol* ‘стол’, *istikan* ‘стакан’, *simişka* ‘семечка’ [3].

В турецком литературном языке есть следующие слова: *kolhoz* ‘колхоз’, *semaver* ‘самовар’, *pulluk* ‘плуг’, *hamut* ‘хомут’, *mamut* ‘мамонт’, *matruşka* ‘матрешка’, *mazot* ‘мазут дизельное топливо (солярка)’, *pelin* ‘полынь (название травы), а также женское имя’, *votka* ‘водка’, *ruble* ‘рубль’ [2].

Некоторые русские слова изменили свое значение, например, *karuska* – это не просто овощ. В турецком языке слово приобрело более узкое значение – так называется тушеная капуста (блюдо), а не овощ как таковой. *Şapka* (шапка) в турецком языке имеет более широкое значение – любой головной убор европейского типа, включая шляпу. Слово *изба* в русском языке значит ‘крестьянский дом’, а в турецком *izbe* означает ‘лачуга’, ‘развалюха’; в переносном значении – ‘полутемное сырое место, подвал’. В русском языке *ватка* – это кусочек ваты, слово с уменьшительно-ласкательным значением. В турецком *vatka* – это подплечники (накладки на плечи в одежде). *Koçan* – означает кочан капусты или кукурузный початок, кочерыжка; корешок (квитанции, ордера и т. п.)’. *Vişne* – в турецком

это слово обозначает вишневый сок или плоды, используемые для компота. *Nemçe* – немцы, историческое название австрийцев или немцев, заимствованное из славянских языков (от *немой*, т. е. не говорящий по-славянски). *Çariçe* ‘царица’ содержит славянский суффикс *-içe*, который в турецком языке используется для образования женских титулов (ср. *kraliçe* ‘королева’ от сербского *kral*). Слово *mujik* (ср. *мужик*) обычно используется для обозначения бедного русского крестьянина или человека из низов.

Процесс проникновения русских слов в турецкий язык активизировался в несколько исторических периодов. В период Османской империи (XVII–XVIII вв.) заимствования касались в основном военного дела, быта и торговли. Примером может служить слово *izbe* (изба), зафиксированное в турецком языке еще в XVII в., а также *şapka* (шапка) и *semaver* (самовар). В XIX в. усилилось влияние Российской империи в Черноморском регионе и на Кавказе, что привело к появлению в турецком языке административной и технической лексики. В газете «Терджюман-и ахваль» («Tercüman-uî ahval»), первый номер которой вышел в октябре 1860 г., именно в этот период фиксируется активное использование русизмов в публицистике, поскольку основатель газеты был сторонником европеизации Турции [1].

В советский период (XX в.) влияние русской культуры через кинематограф, литературу и политические реалии принесло в турецкий язык такие слова, как *votka* (водка), *matruşka* (матрешка), *kolhoz* (колхоз) и *mujik* (мужик). Миграция турок из Болгарии в 1989 г. пополнила турецкий язык, например, таким словом, как *kumpir* ‘картофель, блюдо из запеченного картофеля (восходит к славянскому *krumpir*). Так, в языке отражается динамика культурного взаимодействия и межъязыкового обмена.

Список использованной литературы

1. Байбатырова, Н. М. Турецкая литература и публицистика в эпоху Танзимата (реформ) / Н. М. Байбатырова // Гуманитарные исследования. – 2009. – №3 (31). – С. 113-118. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?edn=kxtrnr> (дата обращения: 17.04.2026).
2. Русско-турецкий словарь. – URL: <https://demek.ru/> (дата обращения: 26.04.2026).
3. Шамсутова, А. А. Русские слова в говорах жителей городов Карса и Эрзурума в Турции / А. А. Шамсутова, О. Фидан. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkie-slova-v-govorah-zhiteley-gorodov-karsa-i-erzuruma-v-turtsii/viewer> (дата обращения: 20.03.2026).

[К содержанию](#)

М. В. ЛЕОНТЮК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина)

Научный руководитель – О. Б. Переход, канд. филол. наук, доцент

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ ЦВЕТА И СВЕТА В ТВОРЧЕСТВЕ И. А. БУНИНА (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «ТЕМНЫЕ АЛЛЕИ»)

Формирование художественных взглядов Ивана Алексеевича Бунина, тесно связано с контекстом развития русской литературы конца XIX – начала XX в. Этот период был временем глубоких изменений в обществе, искусстве и литературе, а взгляды Бунина отражали тенденции и изменения, происходившие в это время. Творчество Ивана Александровича Бунина, представителя реалистического направления в русской литературе, пронизано элементами импрессионизма (внимание к деталям, краскам, запахам) и модернизма (философская глубина, интерес к подсознанию). Его часто называют «последним классиком» золотого века русской литературы.

Объектом нашего исследования является цветовая лексика в сборнике «Темные аллеи» [1]. В самом названии сборника есть цветное прилагательное *темные*, что уже подчеркивает значимость цвета в мировосприятии автора. Цветообозначения в поздней прозе И. А. Бунина выходят за рамки изобразительного средства, приобретая статус смыслообразующего элемента текста.

Цветовая лексика в сборнике представлена двумя основными группами: 1) первичные цветообозначения, то есть прямые наименования цвета, включающие как основные хроматические цвета (*красный, желтый, синий, зеленый*), и ахроматические (*белый, черный, серый*); 2) метафорическая цветовая лексика, в которой цвет передается через образы драгоценных камней (*смараagd, яхонт, аквамарин*), природных явлений или предметов быта.

Среди первичных цветообозначений наиболее частотными в сборнике являются *белый, черный, серый* (ахроматическая группа), а среди хроматических – *красный, золотой/желтый* и *синий*. Частотность употребления цветообозначений напрямую связана с тематикой рассказов: в «русских» рассказах, действие которых происходит в России, преобладают хроматические цвета, в эмигрантских – ахроматические.

Особого внимания заслуживает метафорическая цветовая лексика, устойчивые цветовые мотивемы – повторяющиеся образы, несущие определенную смысловую нагрузку. К числу таких мотивем относятся:

– мотивема «драгоценные камни». В рассказе «Смараagd» героиня пытается определить цвет ночного неба через названия драгоценных

камней: *Смарагд* какой-то ... может, не *смарагд*, а *яхонт*. Смарагд (изумруд) и яхонт (рубин или сапфир) обозначают цвета, которых, по мысли героини, «на земле таких нет», они принадлежат «раю», «божьему престолу». В «Гале Ганской» глаза героини названы *аквамариновыми* – сравнение с драгоценным камнем подчеркивает редкость, чистоту и одновременно хрупкость красоты: ...*сквозь нее сияют аквамариновые глаза*.

– мотивема «цвета природы». Желтый цвет в «Русе» связан с «**желтыми** цветочками куриной слепоты» и «**желтым** ситцевым сарафаном» героини. Зеленый цвет ассоциируется с болотом, «**зелеными** щетками» – природной стихией. Красный цвет в «Волках» сравнивается с «горячим сиропом варенья из **красной** смородины» – сравнение бытовое, «домашнее», которое соединяет уютное и жуткое, безопасное и смертельное.

– мотивема «цвета городской цивилизации». В эмигрантских рассказах («В Париже», «Визитные карточки») появляются цветовые образы, связанные с искусственным освещением: «разноцветные алмазы» реклам, «металлический свет газового фонаря», «золотая полоса освещенных окон» поезда. Эти цвета «чужие, холодные, они подчеркивают отчуждение человека в большом городе» [2, с. 284].

Анализ цветовой лексики позволяет выделить несколько доминирующих цветов, каждый из которых обладает устойчивой символикой.

Белый цвет выступает в нескольких проявлениях. Во-первых, это цвет чистоты, невинности: *Зонтик **белый**, кружевной, платье и большая шляпа тоже белые...* – о Гале Ганской; ...*красавица в сером холстинковом платье, в **белом** переднике и **белой** косынке...* – об Антигоне. Во-вторых, это цвет смерти и пустоты, например, «Тане»: ...*отовсюду глядит в залепленные снегом окна **белая, белая белизна**, нанесенная до самых подоконников, а на потолке лежит ее **белый** отсвет*. В-третьих, это цвет сакральный, небесный: *В темном зале, глядя на сияющую **белизну** экрана...* («В Париже»); белый экран оказывается иллюзорным миром, противопоставленным реальности. Символика белого в сборнике неоднозначна, амбивалентна: это и жизнь, и смерть, и чистота, и пустота.

Черный цвет в сборнике почти всегда связан с трагическим, роковым, потусторонним. Черные волосы и черные глаза героинь подчеркивают их «восточную», «опасную» красоту: *Длинная **черная** коса на спине, смуглое лицо с маленькими темными родинками, узкий правильный нос, **черные** глаза, **черные** брови...* («Руся»); ...*с грозными глазами цвета **черной** крови...* («Галя Ганская»). Черный цвет одежды: ...***черная** дешевенькая шляпка и под ней испитое, милое лицо...*; ...*в дешевых **черных** туфельках...* («Визитные карточки») – знак траура, бедности, социальной незаметности. Черный цвет

в пейзаже создает атмосферу тайны, предчувствия гибели: *...у борта парохода, подходившего в сумерки к какому-то **черному** высокому берегу...* («Визитные карточки»).

Серый цвет доминирует в эмигрантских рассказах и становится цветом безвременья, увядания, одиночества. Серые разливы Волги, серое небо, серое пальтишко героини, «серо-сиреневое» тело – все это создает образ жизни, лишенной ярких красок, существования на грани небытия. «Серый цвет у Бунина – это цвет изгнания, цвет «чужбины», где даже природа теряет свою цветовую определенность» [2, с. 276].

Красный цвет – один из самых эмоционально насыщенных в сборнике. Его символика многозначна. Это цвет страсти, любви, телесности: *Вся **раскраснелась**, как огонь, вся **растрепалась**...*; *Она была страшно красивая, только вся **красная***. Это цвет смерти и разрушения: зарево пожара в «Волках» (*...как дрожит и все поле перед ним в сумрачно-**красном** трепете...*), «кровавый ростбиф» в «Антигоне» (*Ели горячую, как огонь, налимью уху, **кровавый** ростбиф...*). Это цвет памяти, воспоминания: красная подкладка шинели в рассказе «В Париже», которую героиня прижимает к лицу в финале (*...давнюю летнюю шинель, серую, на **красной** подкладке*). «Красный цвет у Бунина всегда связан с предельным напряжением жизненных сил, которое неизбежно оборачивается катастрофой» [3, с. 209].

Золотой и желтый цвета почти всегда связаны с прошлым, с воспоминанием, с утраченным счастьем. «**Золотые** времена» в «Гале Ганской» – это время молодости и надежды, которое безвозвратно ушло. **Желтый** сарафан Руси – цвет солнца, а «**золотая** слеза звезды» – цвет небесный, недостижимый, райский («Смарагд»).

Синий и голубой цвета соотносятся с небом, с миром идеальным и недоступным. «Синяя чернота неба» в «Смарагде» (*Ночная **синяя** чернота неба в тихо плывущих облаках, везде белых, а возле высокой луны **голубых***), «темно-синие прогалины» в «Тане» (*...выходит на темно-**синие** прогалины, на звездные глубины неба...*), «металлическая лазурь» в «Антигоне» (*...неприятная **металлическая лазурь** среди лиловатых...*) – все эти образы создают ощущение глубины, бесконечности, но одновременно – недостижимости. Синие глаза Зойки (*...удивленный взгляд маслянистых **синих** глаз и всегда влажные губы*) – цвет ее юности, ее надежды, которая оказывается обманутой.

Обобщая сказанное, можно выделить несколько ключевых функций цветовой лексики в «Темных аллеях». Изобразительная функция цветообозначений создает зримый, пластичный образ интерьера, внешности, персонажа. Бунинская деталь всегда предметна, осязаема. Экспрессивная функция передает эмоциональное состояние, создает определенное

настроение. «Цветовая экспрессия у Бунина всегда сдержанна, но эмоционально насыщена» [3, с. 203]. Оценочная функция выражает авторскую субъективную модальность. Функция психологического портрета раскрывает внутренний мир персонажа через цветовые характеристики. И наконец, символическая функция выводит цвет за рамки простого описания, делая его носителем глубинных смыслов – памяти, судьбы, изгнания, любви и смерти.

Список использованной литературы

1. Бунин, И. А. Собрание сочинений : в 9 т. / И. А. Бунин ; под общ. ред. А. С. Мясникова. – М. : Худож. лит., 1965–1967. – 9 т.
2. Мальцев, Ю. В. Иван Бунин. 1870–1953 / Ю. В. Мальцев. – М. : Посев, 1994. – 432 с.
3. Сливичкая, О. В. «Повышенное чувство жизни»: Мир Ивана Бунина / О. В. Сливичкая. – М. : РГГУ, 2004. – 272 с.

[К содержанию](#)

М. М. ЛИМЕНЬКО

Смоленск, СмолГУ

Научный руководитель – Ю. Л. Кочкина, канд. филол. наук, доцент

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЧИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЕМА СТОРИТЕЛЛИНГА ПРИ ЧТЕНИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ И. С. СОКОЛОВА-МИКИТОВА

Формирование связной, точной и выразительной речи – одна из ключевых задач начального образования. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования ориентирует учителя на развитие коммуникативных действий, умения понимать текст, строить собственное высказывание и участвовать в диалоге [4, с. 17]. Поэтому на уроках литературного чтения особенно важны такие приемы, которые соединяют восприятие художественного произведения с активной речевой практикой.

Одним из таких приемов является сторителлинг – организация обучения через рассказывание и создание историй. Его ценность состоит в том, что ребенок не просто воспроизводит готовый материал, а переживает содержание текста, выстраивает причинно-следственные связи, подбирает слова для передачи чувств и оценок. Л. С. Выготский подчеркивал, что развитие речи тесно связано с развитием мышления и происходит наиболее продуктивно в деятельности, требующей осмысленного словесного оформ-

ления опыта [1, с. 52]. Следовательно, сторителлинг может рассматриваться как эффективное средство речевого развития младших школьников.

Методисты также отмечают, что работа над речью в начальной школе должна быть системной: необходимо развивать словарь учащихся, формировать умение строить связный текст, учить детей точности и выразительности слова [2, с. 11]. В этом отношении произведения И. С. Соколова-Микитова особенно ценны. Они доступны младшему школьнику по сюжету, но при этом насыщены образной лексикой, точными наблюдениями за природой, эмоционально окрашенными описаниями. Такие тексты побуждают ребенка не только читать, но и говорить, пересказывать, сравнивать, воображать.

Показательным материалом для такой работы является рассказ И. С. Соколова-Микитова «Листопадничек». Уже в начале произведения герой заявляет: «А я один побегу за журавлями в теплые страны» [3, с. 39]. Эта реплика помогает детям понять внутреннее состояние зайчонка: любопытство, тревогу, стремление к неизвестному. Позднее автор передает переживания героя еще точнее: «Здесь темно, сыро, можно замерзнуть» [3, с. 40]. Подобные фрагменты становятся опорой для речевой работы, поскольку школьник учится замечать, как словом передаются настроение, страх, надежда и изменение характера персонажа.

Прием сторителлинга на уроке литературного чтения может реализовываться в нескольких формах. Во-первых, это пересказ от первого лица, когда ребенок говорит от имени героя и выстраивает монолог по плану. Во-вторых, это изменение позиции рассказчика: история может быть передана от имени старого Бобра, матери-зайчихи или лесной птицы. В-третьих, эффективным является продолжение текста, когда учащиеся додумывают возможное развитие событий, опираясь на авторскую логику и лексику. Такая работа формирует последовательность высказывания, умение удерживать тему и подчинять детали основной мысли [2, с. 87].

Наиболее продуктивными оказываются задания, в которых ребенок соединяет авторское слово со своим речевым опытом. Например, после чтения рассказа учитель может предложить такие высказывания: «Представь, что ты Листопадничек. Расскажи, почему ты ушел из дома, чего испугался в бобровой хатке и что понял после возвращения»; «Опиши весеннее утро глазами зайчонка»; «Продолжи историю: что рассказал Листопадничек другим зайцам?». Подобные задания помогают учащимся использовать лексику произведения в собственной речи. При объяснении отдельных слов важно сохранять точность значения: например, слово *хатка* понимается как 'жилище бобров'. Учитель может поставить и вопрос с внутренним цитированием: «Почему герой признается: “мне страшно”?» – и тем самым подвести детей к анализу эмоционального подтекста.

Сторителлинг при работе с произведениями И. С. Соколова-Микитова дает заметный методический эффект. Во-первых, он усиливает мотивацию к чтению, потому что текст воспринимается не как материал для формального пересказа, а как пространство личного участия. Во-вторых, он активизирует словарь учащихся: в речь детей входят слова, обозначающие явления природы, состояния, действия, оценки. В-третьих, развивается выразительность устного высказывания – ребенок начинает осознанно пользоваться паузой, интонацией, логическим ударением. Наконец, такой прием способствует личностному осмыслению прочитанного: школьники учатся соотносить переживания героя со своими чувствами и делать нравственные выводы. Не случайно финал рассказа воспринимается ими как история о взрослении, преодолении страха и возвращении к родному дому [3, с. 42].

Таким образом, использование сторителлинга при чтении произведений И. С. Соколова-Микитова является действенным средством формирования речи младших школьников. Художественный текст в этом случае становится основой для словарной работы, развития связного монолога, эмоционально-оценочной речи и читательского воображения. Особенно результативна такая работа на материале рассказа «Листопадничек», где яркий сюжет и выразительный язык создают условия для активного речевого творчества учащихся.

Список использованной литературы

1. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. – М. : АСТ, 2022. – 416 с.
2. Львов, М. Р. Методика развития речи младших школьников : пособие для учителя / М. Р. Львов. – 2-е изд., перераб. – М. : Просвещение, 1985. – 176 с.
3. Соколов-Микитов, И. С. Листопадничек : сказка и рассказы / И. С. Соколов-Микитов. – М. : АСТ, 2023. – 64 с.
4. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования : утвержден приказом Минпросвещения России от 31.05.2021 № 286. – Москва, 2021. – 59 с.

[К содержанию](#)

Н. А. ЛОГУСЕВА

Смоленск, СмолГУ

Научный руководитель – Ю. Л. Кочкина, канд. филол. наук, доцент

**СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧЕВЫХ СПОСОБНОСТЕЙ
МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ
ПОДКАСТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ БИОГРАФИИ И ТВОРЧЕСТВА
Ю. С. ЭНТИНА**

Современная начальная школа ориентирована не только на усвоение знаний, но и на развитие личности ребенка, его коммуникативной культуры и умения ясно выражать мысли. В методике преподавания русского языка и литературы речь рассматривается как важнейшее средство общения, познания и самовыражения, поэтому формирование речевых способностей младших школьников остается одной из центральных задач обучения [2, с. 273, 337].

В условиях цифровизации образования возрастает интерес к таким педагогическим средствам, которые соединяют учебную задачу с понятной ребенку формой деятельности. Одним из таких средств является подкаст. Е. Ю. Петрова определяет его как аудио- или видеофайл, размещаемый в сети для последующего прослушивания и использования в образовательных целях; исследователь подчеркивает его доступность, мобильность и мотивационный потенциал [3, с. 96–98]. Для начальной школы особенно ценен именно аудиоформат, поскольку он побуждает ребенка внимательно слушать, говорить, пересказывать и контролировать собственную речь.

Работа с подкастами позволяет развивать речь сразу в нескольких направлениях. Во-первых, совершенствуется аудирование: школьник учится воспринимать информацию на слух, выделять главное, улавливать интонацию и эмоциональные акценты. Во-вторых, развивается монологическая речь, так как при записи необходимо построить связное высказывание со вступлением, основной частью и заключением. В-третьих, формируется диалогическая речь, если подкаст создается в формате беседы, интервью или обсуждения. Наконец, запись собственного голоса помогает работать над дикцией, темпом, паузами и логическим ударением, а это напрямую связано с выразительностью речи.

Содержательно продуктивным материалом для такой работы является знакомство с биографией и творчеством Юрия Сергеевича Энтина. На официальном сайте автора отмечается, что им создано более 600 песен, многие из которых давно вошли в круг детского чтения и слушания: «Чунга-Чанга», «Антошка», «Крылатые качели», «Прекрасное далёко», песни к мультфильму «Бременские музыканты» и другие [5]. Произведения

Ю. С. Энтина отличаются ритмичностью, образностью, эмоциональной выразительностью и игровым началом. Благодаря этому они легко воспринимаются младшими школьниками и создают благоприятную основу для пересказа, выразительного чтения, обсуждения и создания собственных устных высказываний.

При изучении биографии и творчества поэта можно использовать несколько видов подкастов. Биографический подкаст помогает кратко и логично представить основные факты жизни автора. Подкаст «выразительное чтение» ориентирован на передачу настроения произведения, правильную расстановку пауз и логических ударений. Тематический подкаст-рассуждение позволяет ответить на проблемный вопрос, например: «Почему песни Ю. С. Энтина любят дети и взрослые?». Коллективный классный подкаст объединяет разные речевые роли: ведущего, рассказчика, чтеца, собеседника, комментатора.

Работу над подкастом целесообразно строить поэтапно:

1. На первом этапе учитель создает мотивацию: предлагает послушать песню на стихи Ю. С. Энтина, определить ее настроение, вспомнить знакомые произведения.

2. На втором этапе дети собирают материал: знакомятся с биографией автора, выделяют ключевые факты, составляют план будущего высказывания.

3. На третьем этапе создается текст подкаста, уточняются формулировки, устраняются повторы, подбираются выразительные языковые средства.

4. На четвертом этапе проводится репетиция записи: отрабатываются дикция, темп, интонация, громкость голоса.

5. На пятом этапе организуется прослушивание готового результата и речевая рефлексия: что удалось, какие фрагменты звучат наиболее выразительно, что следует улучшить.

Систематическое использование подкастов при изучении биографии и творчества Ю. С. Энтина позволяет расширять словарный запас, развивать связную устную речь, совершенствовать навыки пересказа и выразительного чтения, формировать коммуникативную уверенность и интерес к литературе. Кроме того, такая работа способствует достижению метапредметных результатов: дети учатся планировать деятельность, распределять роли, сотрудничать, оценивать собственный речевой продукт и использовать цифровые средства в учебных целях.

Таким образом, технология подкастов обладает значительным потенциалом в формировании речевых способностей младших школьников. Ее педагогическая ценность заключается в том, что она объединяет слушание, говорение, чтение и творческое самовыражение в едином

коммуникативном процессе, а обращение к биографии и произведениям Ю. С. Энтина делает такую работу эмоционально насыщенной, культурно значимой и методически продуктивной.

Список использованной литературы

1. Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 4 (42). – С. 113–121.
2. Львов, М. Р. Методика преподавания русского языка в начальных классах : учеб. пособие / М. Р. Львов, В. Г. Горецкий, О. В. Сосновская. – 3-е изд., стер. – М. : Академия, 2007. – 464 с.
3. Петрова, Е. Ю. Использование подкастов в образовательном процессе / Е. Ю. Петрова // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. – 2013. – № 2 (12). – С. 96–101.
4. Хохлушина, Е. В. Подкастинг в обучении: дидактические свойства и функции / Е. В. Хохлушина // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2010. – № 4. – С. 123–129.
5. Энтин, Ю. С. Обо мне // Юрий Энтин : официальный сайт. – URL: http://www.entin.ru/obo_mne (дата обращения: 29.04.2026).

[К содержанию](#)

А. В. ЛУКЬЯНЮК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

КОНЦЕПТ «ДОМ» ПО ДАННЫМ НАЦИОНАЛЬНОГО КОРПУСА РУССКОГО ЯЗЫКА: АНАЛИЗ КОЛЛОКАЦИЙ

Одной из центральных проблем культурологии и сегодня остается проблема культурного освоения мира вокруг человека. Как отмечает Ю. М. Лотман, «семиотика пространства имеет исключительно важное, если не доминирующее, значение в создании картины мира той или иной культуры» [1, с. 205]. В мифопоэтическом представлении пространства центр (дом) и путь/дорога оказываются его основными элементами, поэтому концепты «дом» и «дорога» входят в ядро языкового сознания восточных славян [2, с. 250].

В статье предпринята попытка установить содержание концепта «дом» в языковом сознании современных носителей русского языка на основе анализа коллокаций, полученных из Национального корпуса русского языка.

Почти во всех мировых культурах образ дома прежде всего связан с такими общефилософскими понятиями, как пространство и время. Мир

вокруг человека приобрел черты пространственной организации, когда у него появилось жилище. В мире враждебных стихий, хищных зверей, злых духов и других опасных факторов человек сознательно стремился защититься, а огражденное освоенное пространство давало такую возможность. Дом стал восприниматься как универсальная точка отсчета в мировом пространстве. Т. И. Шамякина в своем исследовании пишет так: «Дом придал миру пространственный смысл, отделил человека от космоса и в то же время внес в космос жилье» [3, с. 140]. Дом стал своеобразной моделью Вселенной.

Концепт «дом» в русской языковой картине мира функционирует как многомерное ментальное образование, ядерные смыслы которого репрезентированы лексемами *дом*, *изба*, *хата* и отражены в словарных статьях. На лексическом уровне данные единицы фиксируют как конкретные пространственные объекты (здание, жилище), так и социальные общности (семья, домочадцы, хозяйство, коллектив). При этом на фразеологическом и паремиологическом уровнях семантический объем исследуемого концепта существенно расширяется, концептуализируется как сакральное, защищенное, «свое» пространство, противопоставленное опасному и чужому миру, что актуализируется в идее крепости, комфорта, естественности поведения и безусловной ценности родного места. При этом фиксируется и амбивалентное осмысление дома как потенциально ограничивающего пространства.

Важной особенностью восприятия дома в русском языковом сознании выступает система бинарных оппозиций (свой/чужой, открытость/закрытость, порядок/хаос, свой порядок / социальная норма), посредством которых транслируются культурные стереотипы и этикетные нормы поведения. Особое место в структуре концепта «дом» занимают антропоцентрические смыслы, связанные с фигурой хозяев (главенство, ответственность за состояние дома, отражение личности в пространстве) и гостевыми нормами (уважение к чужому укладу, превосходство своего дома над любым чужим, пусть и эталонно гостеприимным). Широкая представленность фразеологизмов, номинирующих учреждения, социальные связи и психические состояния человека, указывает на то, что исследуемый концепт является не только пространственным, но и мировоззренческим центром русской языковой картины мира, в котором аккумулируются ценностные доминанты народа, среди которых труд как основа благополучия, патриархальный уклад и приоритет частного над публичным.

Однако фразеологизмы восходят к различным эпохам, время их возникновения в большинстве случаев неизвестно, поэтому установить актуальность отраженных в них представлений достаточно трудно.

Для изучения современного языкового сознания более актуальны коллокации, встречающиеся в художественных и публицистических текстах.

Научные исследования лексики и грамматики языка, непрерывные процессы языковых изменений все чаще базируются на материалах языковых корпусов. Корпус языка – это собрание текстов на данном языке, представленное в электронной форме и снабженное научным аппаратом. Современные компьютерные технологии многократно упрощают и ускоряют процедуры лингвистической обработки больших массивов текстов.

Поиск в Национальном корпусе русского языка (далее – НКРЯ) [4] можно проводить по отдельным словам или словоформам, по набору грамматических или семантических признаков, возможен также поиск биграмм, триграмм и далее, содержащих интересующую лексику. Такие отрезки в корпусной лингвистике называются коллокациями и часто не совпадают со словосочетаниями, однако дают представления о типичном лексическом окружении слова в речевой цепи. Коллокации выдаются в НКРЯ частотным списком, отсортированным по убыванию частоты.

В рамках данной статьи исследованы наиболее частотные коллокации лексики *дом* с прилагательными, глаголами и предлогами. На основании полученных данных выделены основные лексико-семантические группы, с которыми сочетается исследуемое слово.

Среди коллокаций *дом* + *прилагательное* (100 первых по частоте) самой многочисленной группой являются словосочетания, в которых посредством прилагательного зданию дается качественная характеристика (45 биграмм из 100 исследованных). Чаще всего фиксируется указание на размер и вместимость дома (*большой дом, огромный дом, высокий дом, небольшой дом, главный дом, маленький дом, многоквартирный дом, высотный дом, громадный дом, просторный дом, частный дом*), в том числе его этажность (*двухэтажный дом, многоэтажный дом, трехэтажный дом, пятиэтажный дом, одноэтажный дом, высотный дом, четырехэтажный дом*). Выделяется также группа языковых единиц, указывающих на материал и технологию строительства (*каменный дом, деревянный дом, кирпичный дом, бревенчатый дом*). В эту группу также входит сочетание *ледяной дом*, которое в части контекстов отсылает к реальной постройке из льда, возведенной по приказу императрицы Анны Иоанновны, или к куполообразному жилищу канадских эскимосов, сложенному из снежных плит; в большинстве же случаев данная биграмма представляет собой название романа И. И. Лажечникова и выполняет номинативную функцию.

Имеется группа сочетаний, указывающих на тип застройки по функции: тут *жилой дом* противопоставлен учреждениям, *частный дом* противопоставлен *многоквартирному дому*. По критерию новизны выделяется оппозиция *старый дом* – *новый дом*, а в биграмме *старинный*

дом появляется добавочный компонент ‘историческая значимость’. С точки зрения визуальной оценки выделяются *красивый дом, великолепный дом, прекрасный дом*.

Жилому дому противопоставлена группа языковых единиц (27 из 100), в которых лексема *дом* является частью комплексной номинации учреждения: *сумасшедший дом, дом отдыха, детский дом, публичный дом, дом культуры, торговый дом, родильный дом, дом творчества, народный дом* (общедоступное негосударственное просветительное учреждение клубного типа, созданное в целях общего образования взрослых, организации их досуга, внешкольного воспитания детей), *воспитательный дом, игорный дом, доходный дом, издательский дом, ночлежный дом, церковный дом, казенный дом, питейный дом, желтый дом, архиерейский дом, божий дом, молитвенный дом, престарелый дом, банкирский дом, кофейный дом, инвалидный дом*. Встреченная коллокация *дом предварительный* в контексте примеров НКРЯ соответствует комплексной номинации учреждения *дом предварительного заключения* и называет первую в России специальную следственную тюрьму, находящуюся в Санкт-Петербурге.

Цветовые сочетания *желтый дом, белый дом, красный дом, серый дом* в прямом значении указывают на цвет фасада, однако первые три могут также выступать в качестве номинаций учреждений: *желтый дом* – ‘психиатрическая лечебница’, *белый дом* – ‘резиденция правительства США или российский Дом правительства’, *красный дом* – *Дом Красной Армии*, ‘историческое название учреждения культуры, которое впоследствии стало Центральным Домом офицеров Вооруженных Сил’.

Сочетания с семантикой принадлежности дома составляют большую группу (16 биграмм): *свой дом, наш дом, мой дом, его дом, их дом, собственный дом, ваш дом, ее дом, твой дом, дом наш, родительский дом, отчий дом, чужой дом, дом отца, отцовский дом, писательский дом*. Наличие большого количества языковых единиц со значением притяжательности подтверждает связь концепта «дом» с понятием своего – чужого. На освоенность пространства указывает биграмма *знакомый дом*, на личную привязанность – *родной дом, родительский дом, отчий дом*. 12 сочетаний, кроме значения принадлежности, включают в свою семантическую структуру компонент благосостояния, достатка, указывая на социальную принадлежность владельца: *барский дом, господский дом, губернаторский дом, деревенский дом, купеческий дом, помещичий дом, императорский дом, крестьянский дом, княжеский дом, царский дом, королевский дом, знатный дом*. Зафиксированное сочетание *Пушкинский дом*, хоть и содержит притяжательное прилагательное, обозначает не ‘дом, принадлежащий Пушкину’, а ‘Институт русской литературы Российской академии наук’.

В большом количестве сочетаний (11 из 100) дом описывается с локативной точки зрения, то есть по пространственному расположению: *соседний дом, загородный дом, московский дом, центральный дом, деревенский дом, городской дом, главный дом, угловой дом, петербургский дом, отдельный дом, расположенный дом*. При этом сочетание *главный дом* может означать как ‘центральное здание комплекса’, так и ‘головное учреждение’. Зафиксирован ряд случаев, в которых коллокация *дом + главный* распознавалась как часть устойчивого сочетания «(кто) в доме главный», например: *Наверно, только деда он ни разу не укусил. Знает, кто в доме главный* (Е. Басова. Звери из детства // «Октябрь», 2013), однако из 414 вхождений таких примеров всего 15.

В сочетаниях *богатый дом, полный дом, хороший дом, целый дом, гостеприимный дом* описывается благосостояние хозяйства, радушие хозяев и их умение сохранить и приумножить достаток, то есть реализуется метонимический перенос со строения на семью, живущую в нем. Приведенным единицам противопоставляется сочетание *пустой дом* в значении ‘бедная семья’; чаще же данная биграмма используется в значении ‘покинутый дом, в котором никто не живет’. В последнем значении также выступает единица *мертвый дом*, включая в семный состав в том числе компоненты ‘место страдания’, ‘заброшенность’, ‘смерть’. В половине вхождений в НКРЯ данная коллокация реализуется как часть названия произведения Ф. М. Достоевского «Записки из Мертвого дома» и отсылает к каторге как к пространству заживо погребенных. Биграмма *лучший дом* указывает на высшую степень семьи в социальной иерархии или на добротный, крепкий, функциональный и визуально приятный дом (при использовании в прямом значении).

Интересно, что сочетание *умный дом* почти во всех контекстах реализовано в достаточно новом значении ‘комплексная система домашних устройств, которая предназначена для автоматизации бытовых задач’, что связано с цифровизацией и автоматизацией жизни человека, развитием компьютерных технологий и ширящейся доступностью данной технологии. Вариант *Дом умных* со значением ‘место собрания умных, адекватно мыслящих людей’ фигурирует только в 1 из 57 текстов с зафиксированным коллокатом *дом + умный* (с установленным расстоянием от -1 до 1).

В ходе анализа биграмм *дом + глагол / его формы* (100 первых по частоте) выявлено нескольких основных семантических групп.

Общим значением созидания, позитивного изменения качественных и функциональных характеристик дома объединены сочетания *построить/строить/выстроить/отстроить/перестроить дом, возводить дом, выкрасить дом, ремонтировать дом, украшать дом, меблировать дом, крыть дом, обставить дом, благоустроить дом* и другие. С противоположным

значением разрушения, прекращения существования выступают сочетания с глаголами *разрушить, полуразрушить, разграбить, снести, рухнуть, разорить, грабить, развалиться, разрушаться*. Среди этой группы можно выделить сочетания с глаголами горения и взрыва: *сгореть, гореть, поджечь, сжечь, разбомбить, загореться, поджигать, взорвать, спалить*.

Частотны коллокации со значением бытийности, нахождения дома в пространстве: *дом + стоять, быть, жить, принадлежать, находиться, занимать, осветить, уцелеть, сохраниться, располагаться*. Дом как локус выступает в сочетаниях *посещать дом, обойти дом, обогнуть дом, обходить дом, подъехать (к) дому, посетить дом, осмотреть дом, примыкать (к) дому, осматривать дом, сторожить дом*. Приобретение или потеря дома, отъезд из дома отображены в сочетаниях с глаголами *купить, продать, опустеть, появиться, пустовать, покупать, покинуть, заколотить, оставить, забросить*.

Среди 100 первых по частоте биграмм, построенных по схеме *дом + предлог* (с установленным расстоянием от -1 до 1), самой обширной является группа локативов – сочетаний, указывающих на расположение дома относительно иных объектов и наоборот: *дом возле, дом около, дом перед, дом у, дом на, дом за, дом между, дом при, дом напротив, через дом, дом среди, дом после, дом близ, дом позади, дом вблизи, дом меж, дом сзади, дом насупротив* и др. Второй по численности группой оказались биграммы, реализующие семантику направления движения с предлогами *из, в, до, к, от, мимо, вокруг, за, внутрь, сквозь, вокруг, вдоль*. Отдельно выделяются сочетания со значением внутреннего перемещения с предлогами *по, внутри, посреди, среди*. Большой группой также стала группа единиц, реализующих значение описания дома по его качеству/характеристике: *дом с, дом к, дом для, дом как, дом из, дом со, дом без* и др.

Стоит заметить, что среди коллокаций с лексемой *дом* выделяются такие, которые не отличаются семантической связностью, т. е. нельзя понять связь между компонентами. Это сочетания вроде *дом я, дом он, же дом, дом все, дом уже, дом не, и дом, дом а, что дом, дом но, дом или* и т. д.

Анализ сочетаемостных возможностей лексики *дом*, проведенный по материалам НКРЯ, показал основные семантические связи данного слова в сознании носителя русской культуры. Содержание концепта «дом», установленное по коллокациям, несколько отличается от содержания, выявленного на материале фразеологизмов.

На основании проведенного анализа коллокаций лексики *дом* установлено, что в современном языковом сознании исследуемый концепт характеризуется многомерностью. Доминирующей является объектно-пространственная семантика, фиксирующая *дом* прежде всего как физический объект, обладающий различными параметрами (размер,

материал, пространственное расположение). При этом значительный пласт институциональных номинаций подтверждает продуктивность лексемы *дом* как модели для обозначения социальных учреждений. Социально-антропоцентрические смыслы реализуются через призму принадлежности и метонимии *здание* → *семья*, что актуализирует оппозицию *свой* – *чужой*, тогда как глагольные и предложные коллокации эксплицируют динамические сценарии созидания, разрушения и пространственного взаимодействия с домом.

Полученные данные подтверждают двойственность концепта, в котором ценностный комплекс защищенности и благосостояния сосуществует с негативно маркированными смыслами ограничения и утраты, и одновременно выявляют динамику концептуальных признаков, проявляющуюся в возникновении неологических единиц вроде *умный дом*. Проведенное исследование позволяет заключить, что в современном русском языковом сознании концепт «дом» сохраняет статус мировоззренческого центра: его семантическая структура, объективно зафиксированная через статистически значимые синтагматические связи, демонстрирует устойчивость традиционных культурных смыслов и адаптацию к меняющимся технологическим и социальным реалиям.

Список использованной литературы

1. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
2. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика : учебное пособие / В. А. Маслова. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
3. Шамякіна, Т. І. Славянська міфологія: курс лекцій / Т. І. Шамякіна. – Мінск, 2005. – 156 с.
4. Национальный корпус русского языка : [сайт]. – URL: <http://www.ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 20.05.2026).

[К содержанию](#)

А. В. МАКАРОВА

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – А. Ч. Рыжкович, канд. филол. наук, доцент

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ МОДНЫХ СЛОВ В РЕКЛАМЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ И КУРСОВ

В современном мире языковая среда достаточно динамична и обладает способностью отражать любые изменения, происходящие в жизни общества. Под влиянием цифровизации и глобализации коммуникативное

пространство становится основной площадкой функционирования языка, где наиболее видны его внутренние трансформации. В последние десятилетия феномен модного слова является одним из самых заметных лингвистических явлений. Модные слова – специфические лексемы, которые приобретают повышенную частотность и, по мнению Н. Г. Журавлевой, «нередко обозначают то, что обладает в восприятии носителей языка престижностью и предметной ценностью» [3, с. 133]. Непостоянство таких лексем отмечает О. В. Врублевская: «Модное слово – категория в высшей степени динамическая. Некогда модными и престижными были слова, которые сегодня воспринимаются как обыденные» [1, с. 84]. Однако можно говорить и об обратном процессе: слова, давно потерявшие свои критерии универсальности и демонстративности [2, с. 141–142], «на волне тренда» могут вернуться в разряд модных.

Материалом для исследования послужили рекламные сообщения российских онлайн-школ Skillbox и Skyeng, размещенные на платформах Instagram и «ВКонтакте», за период с 2025 по апрель 2026 г. Общая выборка составила 25 рекламных сообщений.

Модные слова, используемые в рекламе образовательных услуг, отличаются высокой подвижностью и способностью быстро адаптироваться к разным задачам коммуникации. Исходное значение слово в рекламном контексте подвергается переосмыслению, что позволяет создать более привлекательный и актуальный образ образовательного продукта.

В ходе анализа практического материала внутри семантической трансформации модных слов были выделены четыре тенденции.

1. **Расширение значения.** В этом случае слово, изначально имевшее узкую или специальную сферу применения, начинает использоваться для описания различных явлений и процессов в рекламном дискурсе образовательных услуг. Например, лексема *экосистема*, которая первоначально описывает сообщество живых организмов и среду их обитания. В рекламе образовательных платформ это слово претерпевает семантические изменения и начинает обозначать совокупность взаимосвязанных учебных курсов, чатов поддержки и центров, создающих вокруг студента специальную среду. То есть перемещается из научной среды функционирования в рекламный дискурс. Слово *лаборатория* в своей естественной среде функционирования обозначает специально оборудованное помещение для проведения научных опытов. В рекламе его значение расширяется до любого виртуального пространства для практических экспериментов: *Твоя личная лаборатория маркетинга*. Это позволяет компаниям подчеркнуть масштабность и комфорт обучения, превращая научный термин в маркетинговый инструмент.

2. Сужение значения. Этот процесс отражает обратную трансформацию, которая заключается в том, что общеупотребительное слово в образовательном контексте приобретает конкретный смысл, понятный целевой аудитории. Слово *марафон*, традиционно обозначающее бег на длинные дистанции, в рекламе онлайн-школ сужается до обозначения кратковременного, но предельно интенсивного обучающего формата: *Присоединяйся к нашему образовательному марафону*. Аналогично слово *трек* теряет связь с музыкальной индустрией или спортивной дорожкой. В образовательной рекламе специализируется на значении 'индивидуальная траектория обучения', подчеркивая адаптивность программы под конкретного студента.

3. Терминологизация. Данный процесс заключается в том, что модные слова, пришедшие из бизнес-культуры или других сфер, закрепляются в рекламном дискурсе в качестве образовательных терминов. Использование подобных лексем создает эффект профессиональной экспертности школы. Лексемы *софт-скиллы* и *хард-скиллы* перешли из сферы корпоративной коммуникации в рекламные тексты образовательных услуг: *Усиливай не только харды, но и софты*. Слово *кейс*, изначально обозначающее описание конкретной проблемы, в рекламном дискурсе означает практические учебные задачи. Этот процесс позволяет учебным заведениям демонстрировать свою осведомленность об актуальных требованиях рынка труда и повышать ценность своих услуг в глазах потенциальных клиентов.

4. Метафоризация. В этом случае слово, связанное с технологиями, утрачивает связь с машинами и приобретает антропоцентричный смысл. Слово *апгрейд*, первым значением которого является процесс усовершенствования чего-либо, чаще старых компьютеров и приборов, становится метафорой качественного улучшения навыков потребителя. Фраза *Стань лучшей версией себя* использует лексему *версия*, связанную с программным обеспечением, для описания личностного роста. Это помогает школам превратить сложное обучение в захватывающий процесс улучшения себя, что значительно повышает привлекательность предложения.

Кроме того, семантика модных слов находится в прямой зависимости от формата обучения, предлагаемого в рекламе. В онлайн-образовании модные единицы ориентированы на подчеркивание эффективности, скорости и технологического превосходства. Здесь преобладают слова, транслирующие идеи быстрого результата и комфортного процесса. Например, в рекламе онлайн-курсов компании используют такие лексемы, как *буст*, *прорыв*, *взрывной*, что создает образ обучения как высокотехнического процесса, который предоставляет условия для качественного образования при экономии времени и усилий.

Реклама офлайн-образования использует модную лексику для актуализации физического пространства и социального капитала. Слова *нетворкинг*, *комьюнити* используются для придания статусности образовательному продукту и трансляции ценности живого контакта. Такие лексемы подчеркивают важность личного присутствия и взаимодействия, превращая модные слова в маркеры сопричастности к престижной социальной группе.

Однако некоторые лексемы могут трансформировать свою семантику в зависимости от формата обучения. Рассмотрим на примере слова *комьюнити*. В рекламе онлайн-курсов данная лексема наделяется значением ценности физического присутствия. В таком случае *комьюнити* – это пространство живого контакта, группа единомышленников, доступ в которую можно получить только через совместное пребывание в одном месте. В рекламе офлайн-курсов значение слова переносится в цифровую среду. Тогда *комьюнити* – это сообщество людей, объединенных одним интересом, но находящихся в разных точках мира, поддерживающих контакт посредством закрытых чатов или каналов. Здесь акцент делается на преодолении пространственных границ и непрерывном обмене знаниями. Такая способность лексических единиц изменять семантику в зависимости от среды функционирования помогает компаниям транслировать разные ценности, а значит, расширять поле потенциальных клиентов.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что модные слова в рекламе образовательных программ и курсов претерпевают значительные семантические трансформации. Компании используют расширение и сужение значения, терминологизацию и метафоризацию в своих рекламных текстах для создания нужного для аудитории образа технологичного, комфортного или эффективного продукта. А выявленная зависимость семантики слова от формата обучения подтверждает, что модные лексемы способны адаптироваться под различные задачи компании. Это позволяет школам выстраивать коммуникацию с разными сегментами аудитории и говорить с потребителями на одном языке.

Список использованной литературы

1. Врублевская, О. В. К трактовке понятия языковая мода в современной лингвистике/ О. В. Врублевская // Вестник Кемеровского государственного университета – 2015. – №. 1-1 (61). – С. 84–88.
2. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : КДУ, 2010. – 228 с
3. Журавлева, Н. Г. «Модное» слово: к вопросу о содержании понятия / Н. Г. Журавлева // Научная мысль Кавказа. – 2009. – № 2. – С. 132–137.

[К содержанию](#)

А. С. МАРАЧУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

СПЕЦИФИКА НЕПРЯМОГО ПЕРЕВОДА БИБЛИОНИМОВ С ИТАЛЬЯНСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Культурная глобализация, зародившаяся в эпоху книгопечатания и набравшая невиданные обороты в XXI в, нашла свое яркое воплощение в трансляции литературы между странами. Книги остаются одним из главных ее проводников. Показательный пример – место итальянской литературы в современном русскоязычном пространстве. Согласно данным Российской книжной палаты за 2025 г. [2], итальянский язык уверенно входит в пятерку самых переводимых языков на русский, что доказывает несомненную востребованность итальянских авторов на русскоязычном рынке. Таким образом, эти книги нуждаются в правильном переводе для адекватного восприятия зарубежным читателем. Особенно это становится важным, когда речь идет о языках, связанных отношениями дальнего родства (которыми и являются русский и итальянский). В этом случае перевод должен быть осуществлен с учетом грамматических и культурных различий двух языков. Не менее важным, чем перевод содержания книги, является перевод ее библионима. Вслед за Н. В. Подольской, в данной работе *библионим* определяется следующим образом: «Название, заглавие любого письменного произведения художественного, религиозного, политического и т. д.» [3, с. 42]. Именно заглавие стало в XX в. одним из важных объектов исследования лингвистов. Развивались и позже были признаны в лингвистическом сообществе идеи о сильной позиции заглавия, о его важнейших функциях (коммуникативная, рекламная и др.). Так или иначе, роль библионима в тексте была серьезно переосмыслена. Все это делает задачу перевода библионима ответственным и важным делом.

Перевод заглавия может быть прямым (на основе прямых словарных соответствий) и косвенным (с использованием переводческих трансформаций). В качестве рабочего определения переводческой трансформации была взята дефиниция В. В. Сдобникова: «переводческая операция, направленная на разрешение какой-то проблемы и предполагающую типизированную однотипность осуществляемых переводчиком действий» [5, с. 309]. Для анализа перевода библионимов за основу были взяты классификация лексических (Я. И. Рецкер), грамматических трансформаций и способов передачи безэквивалентной лексики (Л. С. Бархударов) [4, с. 40; 1, с. 97, 190]. Материалом исследования послужил корпус из 100 пар «итальянский библионим – русский перевод», отобранных методом

сплошной выборки из произведений современной итальянской художественной литературы, изданных в период с 1975 по 2025 г. Проведенный анализ показал, что прямой перевод итальяноязычных библионимов на русский язык в современном переводе используется практически наравне с непрямым. Так, 52 пары «итальянский библионим – русский перевод» были отнесены к прямому переводу (52 %), а 48 пар – к непрямому (48 %). Анализ материала показывает, что библионимы, переведенные буквально, зачастую имеют простую (беспредложную, состоящую из одного слова и т. п.) конструкцию, а часть из них содержит устойчивые компоненты. Большинство рассмотренных названий относятся к общеупотребительной, стилистически нейтральной лексике.

Если прямой перевод опирается на словарные соответствия и не требует специального комментария, то не прямой заслуживает отдельного рассмотрения. С целью глубже проанализировать материал и упорядочить трансформационную классификацию, в данной работе будут введены понятия *индивидуальной* (перевод библионима на переводящий язык (далее – ПЯ) с использованием одной, и только одной трансформации) и *комплексной* (перевод библионима на язык ПЯ с использованием двух и более трансформаций) *переводческих трансформаций*. Итак, индивидуальные переводческие трансформации (далее – ИПТ) были использованы в 52,1 % случаев. Комплексные переводческие трансформации, соответственно, использовались переводчиками чуть реже: они составили 47,9 % непрямого перевода. Такое соотношение разных типов трансформаций говорит об активном использовании каждого из них, при небольшом преобладании изолированного характера преобразований.

Наиболее частотной индивидуальной переводческой трансформацией (далее – ИПТ) стало смысловое развитие. Оно было использовано в 16,7 % всех случаев непрямого перевода и 32 % ИПТ. Например: *Questa storia* (букв. – *Эта история*) – *Такая история*. Слова *эта* и *такая* являются указательными местоимениями, однако имеют разные оттеночные значения. Используя слово *такая* вместо *эта*, переводчик подчеркивает указание не на сам предмет, а на его качество, свойство; *Storia del nuovo cognome* (букв. – *История новой фамилии*) – *История нового имени*. Перевод дает более широкий философский контекст: под «новым именем» подразумевается развитие, изменение идентичности и самоощущения (в отличие от более формальной «новой фамилии»).

Вторыми по используемости стали такие ИПТ, как дифференциация значений и целостное преобразование. Каждая из трансформаций составила по 8,3 % всех случаев непрямого перевода и по 16 % ИПТ. Примеры дифференциации: *Misteriosa Fiamma della Regina Loana* (букв. – *Таинственное пламя королевы Лоаны*) – *Таинственное пламя царицы Лоаны*.

Слово *царица* выбрано переводчиком в целях культурной адаптации названия в русской среде, где древних правительниц здесь называли *царица*, а не *королева*. Общая архисема («женщина-правительница») сохраняется, дифференциальные семы («европейская»/«славянская») различаются; *Se una notte d'inverno un viaggiatore* (букв. – Если однажды зимней ночью путешественник) – Если однажды зимней ночью **путник**... *Se una notte d'inverno un viaggiatore*. Слово *путник* вместо *путешественник* было использовано переводчиком для придания более высокого, архаического стиля. Примеры целостного преобразования: *Novecento. Un monologo* (букв. – Двадцатый век. Монолог) – 1900-й. Легенда о пианисте. К моменту выхода первого русского перевода фильм Джузеппе Торнаторе «Легенда о пианисте» уже был широко известен в России. Переводчица сознательно использовала название фильма в качестве второй части заголовка, чтобы обеспечить узнаваемость книги для русскоязычного читателя; *Il tribunale delle anime* (букв. – Трибунал души) – Потерянные девушки Рима. Перевод продиктован маркетинговыми целями, т. к. переводчик вводит элементы, раскрывающие сюжет (похищение девушек в Риме) и подсказывающие детективный характер книги.

Добавление и перестановка также оказались эффективны в качестве ИПТ. Каждая из этих трансформаций была использована переводчиками трижды, что соответствует 6,3 % от всех случаев НП и 12 % ИПТ. Примеры добавления: *L'amica geniale* (букв. – Гениальная подруга) – **Моя** гениальная подруга. Добавляя слово *моя*, переводчик усиливает эмоциональную связь между рассказчиком и главным героем произведения, оттеняя название книги интимностью, что соответствует личному характеру воспоминаний рассказчицы. Примеры перестановки: *Io e te* (букв. – Я и ты) – Ты и я. Порядок слов *ты и я* является для русского языка более естественным и психологически близким, чем вариант *Я и ты*. Переводчик следует узусу и делает название более гармоничным для восприятия русскоязычным читателем.

Наименее популярными приемами перевода оказались транскрипция и грамматическая замена (2,1 % всего НП и 4 % ИПТ).

Говоря о комплексных переводческих трансформациях (далее – КПТ), можно выделить 2 элементарные группы: КПТ, состоящие из двух видов трансформаций (37, 5 % всех случаев НП и 78, 2 % КПТ) и КПТ, состоящие из трех и более видов (10,4 % всех случаев НП и 21, 7 % соответственно). Таким образом, большинство комплексных трансформаций (78,2 %) включают в себя всего два вида трансформаций, что свидетельствует о тенденции переводчиков к экономии средств: для достижения адекватного перевода чаще всего достаточно сочетания двух приемов.

Наиболее частыми КПТ оказались сочетания грамматической замены и добавления (Например: *Acciaio* (букв. – *Сталь*) – *Стальное лето*. Данный выбор можно объяснить стремлением создать более литературное, художественное название, одновременно указывающее на сюжет) и грамматической замены и перестановки (Например: *La vita bugiarda degli adulti* (букв. – *Лживая жизнь взрослых*) – *Лживая взрослая жизнь*. Официальный перевод звучит более естественно, меняется также смысловой концепт (по 3 случая: 6,3 % НП и 13 % КПТ каждое).

Важным элементом анализа непрямого перевода является рассмотрение его причин. Проанализировав материалы исследования, мы выделили 7 причин: маркетинговая и культурная адаптации, эстетизация, индивидуальная переводческая интерпретация, отсутствие готового соответствия, смещение концептуального фокуса, упрощение. Самыми частыми причинами оказались маркетинговая (14,6 % НП и 26,9 % ИП) и культурная адаптации, а также смещение концептуального фокуса (по 12,5 % НП и 23,1 % ИП). Чуть менее распространенной стала индивидуальная переводческая интерпретация (8,3 % НП, 15,4 % ИП). Наиболее востребованными комплексными причинами перевода стали сочетания эстетизации и маркетинговой адаптации (далее – МА), а также эстетизации, МА и индивидуальной переводческой интерпретации (по 14,6 % НП и 31,8 % КП). Примечательно, что между переводческими трансформациями и причинами использования НП прослеживается связь. Исходя из определенной причины, переводчик выбирает лучшее средство для реализации задуманного. Например, для успешной продажи книги (маркетинговая адаптация) переводчик часто изменяет заглавие, обращаясь к целостному преобразованию, а для адаптации названия в другой культуре (культурная адаптация) использует дифференциацию значений и т.п.

Проведенный анализ показал, что перевод заглавий книг не ограничивается механическим процессом подбора эквивалентов. Это сложный, многомерный процесс. В ходе работы были выявлены наиболее частотные переводческие трансформации, создана классификация причин перевода (включая анализ их используемости). Между двумя явлениями была найдена причинно-следственная связь, что доказало важность целостного анализа в языкознании. Таким образом, перевод библионима – глубокое межкультурное взаимодействие, в котором лингвистическая точность, творческая интерпретация и прагматический расчет образуют единую систему.

Список использованной литературы

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – М. : «Международные отношения», 1975. – 240 с.

2. ГодЛитературы.РФ : [сайт]. – URL: <https://godliteratury.ru/> (дата обращения: 07.05.2026).

3. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская ; Отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 187 с.

4. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Я. И. Рецкер. – М. : «Международные отношения», 1974. – 216 с.

5. Сдобников, В. В. Теория перевода : учебник / В. В. Сдобников, К. Е. Калинин, О. В. Петрова. – М. : ВКН, 2019. – 512 с.

[К содержанию](#)

С. В. МЕЛЬНИК

Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Л. В. Леванцэвіч, канд. філал. навук, дацэнт

ЛЕКСЕМА РАДАСЦЬ: СТРУКТУРА І СЕМАНТЫКА

Прадметна-тэматычныя групы слоў сталі аб'ектам даследавання лексічных адзінак у канцэптуальным аспекце. Вывучэнне эмацыйнай лексікі ў сучаснай лінгвістыцы абумоўлена антрапацэнтрычным падыходам да даследавання мовы, пры якім эмоцыі разглядаюцца не толькі як псіхалагічныя з'явы, але і як культурна дэтэрмінаваныя праявы. Лексіка-семантычныя групы, якія абазначаюць волевыяўленне, псіхічныя і разумовыя здольнасці, эмацыянальны стан даследаваны ў лінгвістыцы ў меншай ступені, чым іншыя пласты. Канцэпт «радасць» займае цэнтральнае месца ў эмацыйнай карціне свету, з'яўляючыся адной з базавых катэгорый чалавечай свядомасці.

Семантычнае развіццё слова адбываецца ў двух напрамках: 1) новае значэнне ў лексемы з'яўляецца шляхам змены дэнататаў, г. зн. пераносу назвы з аднаго прадмета на іншы на падставе іх падабенства, функцыянальнай блізкасці, 2) вытворнае значэнне ўзнікае шляхам абагачэння, паглыблення паняцця, сэнсавага прырашчэння. Акрэслім паняццёвы змест і выявім канататыўнае значэнне лексемы *радасць*.

Радасць – гэта адна важных эмоцый у жыцці чалавека. Праяўленне такой эмоцыі адбываецца праз пачырваненне твару, смех, павялічэнне пачуцця бадзёрасці, шырокую ўсмішку, бляск у вачах і інш. Супрацьлеглымі псіхалагічнымі станами з'яўляюцца сум, злосць, бяда, няшчасце, непрыемнасць, гора, страх, трывога, роспач.

У старабеларускі перыяд развіцця мовы, лексема *радасць* ужывалася ў некалькіх значэннях: 1) 'пачуццё задавальнення, якое выклікае вясёлы

настрой', 2) 'вясалосць; трыумф', 3) 'тое, што выклікае задавальненне' [3, т. 29, с. 441].

У сучаснай беларускай мове адбылося пашырэнне семантычнага аб'ёму лексемы *радасць*: 1) 'пачуццё вялікай асалоды, задаваленасці, якое выклікае вясёлы настрой', 2) 'падзеі, абставіны і пад., якія даюць асалоду, шчасце', 3) 'ласкавы, пяшчотны зварот' [7, т. 4, с. 545]. Як у старажытнасці, так і сёння паняццё змест дадзенага слова складае сема 'пэўнае задавальненне чалавека'.

Лексема *радасць* узыходзіць да праславянскага **radostь*, таму ва ўсіх славянскіх мовах карань гэтага слова аднолькавы: укр. *радість*, рус. *радость*, польск. *radosc*, чэш. *radost*, балг. *радост* [8, с. 12].

Калі ўлічваць частотнасць ўжывання лексемы *радасць* у розных стылях, то можна заўважыць, што агульная частотнасць ўжывання канцэпта – 204: у мастацкай прозе – 94, у публіцыстыцы – 56, у гутарковай мове – 62, у фальклору – 54 [6, с. 244].

Большасць эпітэтаў да слова *радасць* мае экспрэсіўны характар: *асцярожная, бурлівая, бязмежная, бясконца, вартая ўсяго жыцця, весная, высокая, вялікая, вясновая, гарэзлівая, глыбока схаваная, гордая, жыццёвая, звонкая, неабсяжная, непарушная, неспазнаная, новая, нястоеная, нястомная, першародная, светлая, святочная, сцішная, харошая, ціхая, чыстая, шчабятлівая, яскравая, ясная, буйная, горкая, зманлівая, прагна, скупая, спякотная, шчымлівая, шалёная, шчымлівая* [2, с. 112–113]. Большасць з іх выкарыстоўваюцца з лексмай *радасць* у кантэксце паэтычных твораў.

Сінонімамі да лексемы *радасць* у беларускай мове сталі словы *вясалосць, вяселі, цешыць, саграваць* (перан.), *бадзёрасць, аптымізм, ясны, ружовы* (перан.) [4, с. 351].

Асаблівасцю слова *радасць* з'яўляецца тое, што яно выступае ў якасці асноўнага кампаненту словаўтваральнага гнязда, вяршыняй якога з'яўляецца слова *рад*: *радасць, рады, радасны, радасна, радаваць, радавацца, жыццярадасны, жыццярадаснасць, абрадаваць, узрадаваць, нарадаваць*.

Семы 'радасць', 'задавальненне', 'ласкавасць' прысутнічаюць і ў іншых словах з кампанентам *рад-*: *дабрарадны* 'гасцінны', *радам* 'ад душы', *радзімы* 'добры, ветлівы, гасцінны' і г. д.

Для беларуса *радасць* найчасцей асацыюецца з прыметнікам *вялікая* (178), займеннікам *мая* (65) і назоўнікам *жыццё* (39). Меншыя па частотнасці асацыяты *смах* (33), *вяселле* (21), *пакой* (19), *светлая* (13), *дзеці* (12), *дзень* (5) і інш.

Як адзінкавыя ўжываюцца асацыяты *сапраўдная, ціхая, бяскрайняя, вясна, дабро, доўгачаканая, злосць, маці, незабыўная, пасля, пець, радавацца, разуменне, сардэчная, сёння, сум, сяброўства, залік, звычка,*

здаць сесію, зямная, пяцёрка, пяшчотная, радасны, Радзіма, шлях, яркая, ясны і інш. [1, с. 83–84].

Прыметнік *радасны* часцей утварае словазлучэнні тыпу *радасная ўсмейка, радасная навіна, радасная падзея, радаснае пачуццё* і інш.

Канцэпт «радасць» рэпрэзентуе наступныя лексіка-семантычныя групы эмацыйнага стану і дзеяння:

1) абазначэнне эмоцый/пачуццяў/псіхічнага стану (асноўная група): *радасць, веселасць, задавальненне, асалода, бадзёрасць, аптымізм, шчасце, трыумф, пацеха, захапленне, узрадаванасць*;

2) дзеясловы, якія выражаюць праяўленне радасці / выкліканне радасці: *радаваць, радавацца, цешыць, весяліць, саграваць, абрадаваць, узрадаваць, усміхацца, смяяцца, рагатаць*.

3) прыметнікі, якасці, звязаныя з радасцю: *радасны, вясёлы, бадзёры, аптымістычны, светлы, ясны, звонкі, гарэзлівы, святочны, чысты, шчабятлівы, жыццярадасны*.

4) знешнія праявы радасці (псіхафізіялагічныя і мімічныя рэакцыі): *смах, усмейка, бляск у вачах, пачырваненне твару, павялічэнне пачуцця бадзёрасці, шырокая ўсмейка, скаліць зубы, прадаваць зубы, сушыць зубы*.

Прадметна-тэматычныя групы (далей – ПТГ) лексемы *радасць* аб'ядноўваюць словы і выразы па тэматычным прынцыпе: што ці хто з'яўляецца крыніцай, аб'ектам або сферай праяўлення радасці:

1) чалавек і яго ўнутраны свет – *пачуцці, настрой, пачуццё задавальнення, асалоды, вясёлы настрой, бадзёрасць, аптымізм, шчасце, спакой, узрадаванасць*;

2) міміка, жэсты, фізіялагічныя праявы радасці – *усмейка (шырокая, радасная), смех, рогат, бляск у вачах, пачырваненне твару, усмейка да вушэй, скаліць зубы, трэсці жываты ад смеху*.

3) падзеі і сітуацыі, якія выклікаюць радасць – *навіна (радасная), сустрэча, прыход госця, вяселле, свята, удача, поспех, здача сесіі, атрыманне пяцёркі/заліку, нечаканая радасць пасля няўдачы*;

4) сям'я, блізкія адносіны, зносіны – *дзеці, маці, сяброўства, гасціннасць, ласкавы/пяшчотны зварот, радзіма, сустрэча з блізкімі, шлюб*;

5) прырода, пара года, навакольны свет – *ясна, сонца, свет, яснае неба, жыццё, раслінны свет*;

6) матэрыяльныя і сацыяльныя дасягненні/абставіны – *алтын (нечаканыя грошы), дабрабыт у хаце, гасціннасць, звычка, шлях, незалежнасць*;

7) фальклор, абрады, народная творчасць – *прыказкі і прымаўкі пра радасць, народныя песні (куманёк, кума-радасць), сямейныя абрады, вясельныя песні, калядныя і святочныя гульні*;

8) прастор, геаграфічныя аб'екты (онімы, звязаныя з радасцю) – назвы вёсак (*Радасць*), антрапонімы (*Рад*);

9) рэлігійна-духоўная сфера – *Бог, дзякаваць Богу, хвала Богу/Алаху, рай, душа, свечка, малітва, дзякаванне*.

10) мастацкая літаратура і мова твораў – эпітэты да слова *радасць* (*бязмежная, бурлівая, светлая, ціхая, сцішаная, шалёная, горкая*), метафары (*душа спявае, сэрца радуецца*).

Значнае месца эмоцыя *радасць* займае ў творах вуснай народнай творчасці. Так, прыказкі і прымаўкі, якія з'яўляюцца закончанымі выразамі, вербалізуюць погляд на эмоцыі праз прызму разумення іх грамадствам, напрыклад, *Дзе госць, там і Бог ёсць* (прыход госця – вялікая радасць) [5, с. 124]; *Не было б шчасця, ды (дык) няшчасце намагло* (гаворыцца, калі ў выніку якой-н. непрыемнасці, бяды і пад. адбываецца штосьці прыемнае, шчаслівае) [5, с. 262–263]; *Не было ні граша, а раптам алтын* (кажуць пры нечаканай удачы ці радасці пасля нешанцавання, няхваткі ў чым-н.) [5, с. 263]; *Чым хата багатая, тым і рада; Старасць – не радасць, а смерць пацеха; Старасць – не радасць, а маладосць не на век; Абяцанкі-цацанкі, а дурню радасць; Рада б душа ў рай, ды грахі не пускаюць; Рада баба, што дзед утаніўся, аж ліха яму надало – за куст ухаліўся*.

Такім чынам, лексема *радасць* рэпрэзентуе эмацыйную сферу і псіхафізіялагічныя праявы. Прадметна-тэматычныя групы лексем *радасць* ахопліваюць чалавека, яго цела і псіхіку, падзеі, прыроду, сям'ю, грамадства, культуру, рэлігію і мастацтва. Гэта сведчыць пра значную тэматычную рэпрэзентацыю канцэпту *радасць* у беларускай мове.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Асацыятыўны слоўнік беларускай мовы. – Мн. : БДУ, 1981. – 144 с.
2. Гаўрош, Н. В. Слоўнік эпітэтаў беларускай мовы / Н. В. Гаўрош. – Мн. : Нар. асвета, 1991. – 174 с.
3. Гістарычны слоўнік беларускай мовы : у 37 вып. / рэдкал. : А. М. Булыка (гал. рэд.) [і інш.]. – Мн. : Навука і тэхніка, 1982–2017. – 37 вып.
4. Клышка, М. К. Слоўнік сінонімаў і блізказначных слоў / М. К. Клышка. – Мн. : Бел. навука, 2005. – 592 с.
5. Лепешаў, І. Я. Слоўнік беларускіх прыказак / І. Я. Лепешаў, М. А. Якалцэвіч. – Мн. : Бел. навука, 2002. – 511 с.
6. Мажэйка, Н. С. Частотны слоўнік беларускай мовы: Вусная народная творчасць / Н. С. Мажэйка, А. Я. Супрун. – Мн. : Выд-ва БДУ, 1982. – 300 с.
7. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / рэд. : П. Ф. Вештарт, Г. М. Прышчэпчык. – Мн. : БелСЭ, 1977–1984. – Т. 4. – 1980. – 768 с.
8. Этымалагічны слоўнік беларускай мовы / рэд. Г. А. Цыхун. – Мн. : Бел. навука, 2006. – Т. 11. Р–С. – 333 с.

[К содержанию](#)

М. А. НАЛИВКО, И. Д. СОКОЛЮК

Брест, Брестский областной лицей имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Г. М. Макаревич, учитель высшей категории

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ МИХАИЛА ПИТУНИНА
В ТРАГИКОМЕДИИ М. ХЕЙФЕЦА
«СПАСТИ КАМЕР-ЮНКЕРА ПУШКИНА»**

Актуальность исследования обусловлена антропоцентрическим подходом в гуманитарных науках, согласно которому человек рассматривается как целостная сущность, наиболее полно проявляющаяся в языке. В последние десятилетия российские психолингвисты и лингвокультурологи активно изучают языковую личность – человека с точки зрения его способности к речевому общению, а также совокупности особенностей употребления языка, отражающих ценности, мотивы и поведенческие реакции его носителя.

Понятие «языковая личность» тесно связано с речевым портретом. Термин ввел М. Панов в 1960-х гг., позже Ю. Н. Караулов развил теорию, предложив многоуровневую модель. Т. М. Николаева советовала фиксировать только яркие, узнаваемые черты речи. Особый интерес представляют речевые портреты персонажей художественной литературы, так как они помогают понять авторскую концепцию произведения.

Цель нашего исследования – выявить специфику речевого портрета Михаила Питунина – главного героя трагикомедии М. Хейфеца «Спасти камер-юнкера Пушкина» [1].

Композиция трагикомедии хронологична: действие развивается от детства до гибели героя, сопровождаясь влиянием образа Пушкина на формирование личности. Повествование ведется от первого лица. В центре произведения – два образа: внутренняя жизнь Михаила Питунина в ее трагикомическом противоречии с внешним миром и образ А. С. Пушкина, трансформирующийся от безликого «наше все» в моральный ориентир.

Михаил Питунин, представитель поколения 60-х гг. XX в., воспитывался в детском саду, учился в школе, служил в армии, развелся и погиб от рук бандитов. Смысл его жизни прорисовывается только в связке с А. С. Пушкиным.

По типологии языковых личностей, при всем его виртуозном владении языком, он является «коммуникативным неудачником»: его намерение не совпадает с воздействием на ситуацию общения. Прагматический аспект его речевого поведения часто неудачен – взаимодействие с социумом причиняет боль герою.

Лексикон Питунина разнороден. Он виртуозно переключается с нейтральной лексики на сленг и просторечие: *«совсем уже было намылился», «шарахнется еще почище», «на понт брал», «в гробу только Пушкин таких родственничков видал»*. В его речи много юмора, самоиронии и примитивных иноязычных вкраплений (*«Май нейм из... Айм – пайния...»*). Однако все красноречие Питунина в полной мере реализуется именно во внутренней речи; во внешнюю выносятся лишь компромиссы или неуклюжие хмыканья.

Вся пьеса написана в форме исповеди, и повествователь подстраивается под описываемый жизненный период.

– **Дошкольный период:** характерны звукоподражания, уменьшительно-ласкательные суффиксы, инверсии (*«машинка, ручки, крючок, веревочка, мальчишки, воспиталка»*), парцелляция, короткие фразы (*«Пять лет. Дурак еще был»*).

– **Школьный период:** появляется ирония (*«Все уже Пушкиным насладились. Надеюсь, все помнят, в школе имени кого вы учитесь?»*) и риторические восклицания.

– **Подростковый и юношеский период:** появляется общенная лексика и «дворовой фольклор» (переделка «Лукоморья»). Используются просторечные обороты (*«как гаркнет», «да только мне плевать»*).

Линия А. С. Пушкина в жизни героя строится неровно. Кульминационная «ненависть» проявилась при изучении «Евгения Онегина»: *«...Так люто, как Пушкина, я еще никогда никого не ненавидел»*. Перелом происходит во время знакомства с Лерой, когда первая любовь переплетается с попытками предотвратить смерть поэта. Герой видит сон, где он спасает А. С. Пушкина, и впервые не испытывает неприязни: *«Получается, вроде мы с ним на пару всех уделали»*.

Жанр трагикомедии определяется самоиронией, которая подсвечивает трагедию – смерть А. С. Пушкина как символа духовного ориентира нации. Риторическое восклицание героя раскрывает проблему: *«Где Пушкин...? Где наше все? Продали, Россию с лотка»*. Переосмысление происходит в последние минуты жизни: *«Дураки мы были с Дубасовым, когда думали, что Пушкин промазал. Ни хрена он не промазал. Он сделал, может быть, лучший выстрел в своей жизни»*.

Почему же в подзаголовке указано «История одного несостоявшегося подвига»? Возможно, потому что телепортация не удалась, и А. С. Пушкин все же был убит, или одного Питунина недостаточно для спасения поэта для целой нации.

Ключевая характеристика языковой личности Михаила Питунина – установка на правду, готовность идти против общественных норм. Его лексикон разнороден: от литературной и исторической лексики

до просторечия и жаргона, отражающего принадлежность к неэлитарной городской среде. Речевое поведение строится на стратегиях самозащиты через юмор и снижения высокого. В разных ситуациях он гибко меняет тактики – от подчинения до дерзости («Что я – Пушкин?»).

Эволюция речевого портрета прослеживается на протяжении повествования: от детского простодушия через подростковую браваду и армейский цинизм к трагической рефлексии в финале. Прагматическая функция речи Питунина не ограничивается информационной: его язык служит инструментом идентификации («свой – чужой»), психологической защиты и понимания себя. Речевой портрет фиксирует расколотое языковое сознание героя: он способен и на мат, и на цитату. Михаил Питунин – «человек говорящий», который через слово отвоевывает право на неофициальное отношение к национальному гению.

Список использованной литературы

1. Хейфец, М. Спасти камер-юнкера Пушкина / М. Хейфец // Северная Аврора. – 2012. – № 17. – URL: <https://reading-hall.ru/publication.php?id=4830> (дата обращения: 12.01.2026).

[К содержанию](#)

М. С. НУШЧЫК

Брэст, БрДТУ

Навуковы кіраўнік – Я. Р. Самуйлік, канд. філал. навук, дацэнт

ФРАНЦІШАК БАГУШЭВІЧ – АДВАКАТ НАРОДА І ПРАРОК НАЦЫЯНАЛЬНАГА АДРАДЖЭННЯ

Францішак Багушэвіч – знакавая постаць беларускага нацыянальнага адраджэння. Яго творчая спадчына адыграла вызначальную ролю ў станаўленні этнічнай самасвядомасці ў канцы XIX ст. Як адзін з пачынальнікаў новай беларускай літаратуры, класік надаў роднаму слову статус палітычнага і культурнага маніфеста. Яго дзейнасць непасрэдна звязана з праграмным запаветам: *Не пакідайце ж мовы нашай беларускай, каб не ўмерлі!* [2, с. 34]. Менавіта ў спалучэнні юрыдычнай практыкі і мастацкага таленту выяўляецца ўнікальная роля Ф. Багушэвіча як адваката правоў прыніжанага народа і прарока нацыянальнага адраджэння.

Нарадзіўся Францішак Бенядзікт Казіміравіч Багушэвіч 21 сакавіка 1840 г. у фальварку Свіраны Віленскага павета (зараз Віленскі раён Літвы) у сям’і збяднелага шляхціца. Неўзабаве сям’я пераехала ў спадчынны маёнтак Кушляны Ашмянскага павета (цяпер аднайменны аграгарадок

Смаргонскага раёна Гродзенскай вобласці). Пасля заканчэння Віленскай гімназіі ён паступіў на фізіка-матэматычны факультэт Пецябургскага ўніверсітэта, аднак праз два месяцы быў выключаны за ўдзел у студэнцкіх хваляваннях. Вярнуўшыся на радзіму, будучы класік працаваў настаўнікам у вёсцы Доцішкі Лідскага павета (зараз Воранаўскі раён Гродзенскай вобласці). Вырашальны ўплыў на яго далейшы лёс аказала нацыянальна-вызваленчае паўстанне 1863 г., падчас якога ён быў паранены. Пасля ранення Ф. Багушэвіч доўга лячыўся і вымушаны быў хавацца, аднак застаўся верным сваім перакананням. Пазней ён паспяхова скончыў Нежынскі юрыдычны ліцэй і пачаў адвакацкую практыку. Гэты выбар прафесіі не быў выпадковым – усё сваё жыццё паэт прысвяціў абароне правоў абыздзеных. Апошнія гады жыцця класік правёў у Кушылянах, дзе пабудаваў дом і цалкам аддаўся літаратурнай працы. Гэтая сядзіба стала месцам, дзе нараджаліся яго бессмяротныя радкі. Пахаваны паэт у вёсцы Жупраны Ашмянскага раёна Гродзенскай вобласці.

Працуючы адвакатам у Вільні, Ф. Багушэвіч штодня сутыкаўся з сацыяльнай несправядлівасцю. Ён абараняў у судах простых сялян, якіх крыўдзілі паны і чыноўнікі. Паэт глыбока ведаў жыццё працоўнага чалавека, яго мову, яго боль, і гэты практычны вопыт стаў галоўнай крыніцай яго творчасці. Класік бачыў пакуты народа і не мог маўчаць, адлюстроўваючы грамадска-палітычныя і нацыянальна-культурныя праблемы ў паэтычных і пражаных творах, дзе аўтар заўсёды выступаў на баку пакрыўджаных.

Ф. Багушэвіч вядомы ў нацыянальнай культуры перш за ўсё як паэт, а таксама пражанік, публіцыст, адвакат і грамадскі дзеяч, які заклаў трывалы падмуркі беларускага літаратурнага рэалізму. Ён адным з першых без прыкрас паказаў сапраўднае жыццё селяніна: яго беды, штодзённыя клопаты і надзеі. Каб роднае слова дайшло да народа, аўтар выступаў пад псеўданімамі Мацей Бурачок і Сымон Рэўка з-пад Барысава. Яго «мужыцкая» ліра гучала шчыра і тужліва:

*Ну, дык грай жа, грай жа,
Усё спамінай жа...
Штодзень і штоночы
Плач, як мае вочы,
Над народу доляй,
І плач штораз болей.
Плач так да астатка,*

*Галасі, як матка,
Хаваючы дзеці,
Дзень, другі і трэці
Іграй слёзным тонам
Над народу сконам!..
(Верш «Мая дудка») [2, с. 37].*

Але галоўная яго спадчына – палымяны заклік берагчы родную мову, бо без яе, як быў перакананы класік, немагчыма захаваць і сам народ.

Каб зразумець маштаб дзейнасці Ф. Багушэвіча, неабходна прымаць пад увагу гістарычныя абставіны другой паловы XIX ст. Пасля падаўлення паўстання 1863 г. царскі ўрад праводзіў палітыку жорсткай русіфікацыі. Беларуская мова не мела афіцыйнага статусу: яе лічылі «простай», «сялянскай», «мовай для хатняга ўжытку». Друкаваць кнігі па-беларуску было практычна немагчыма – цэнзура іх не прапускала. У такіх умовах нават размаўляць на роднай мове было смеласцю, а выдаваць вершы – сапраўдным грамадзянскім подзвігам. Паэт гэты выклік прыняў, папярэджваючы ў знакамітай «Прадмове» да зборніка «Дудка беларуская»: *Шмат было такіх народаў што страцілі наперш мову сваю, так як той чалавек прад скананнем, катораму мову займе, а потым і зусім замёрлі...* [2, с. 34].

Асноўнае месца ў літаратурнай спадчыне Ф. Багушэвіча займаюць два паэтычныя зборнікі, якія сталі сапраўднымі маніфэстамі нацыянальнага адраджэння. Першы – «Дудка беларуская» (1891) і другі – «Смык беларускі» (1894). Выбар назваў сімвалічны: дудка і смык – народныя інструменты, якія ў мастацкім уяўленні класіка ўвасаблялі голас самога народа. Сваімі вершамі аўтар нібы іграў на іх, каб дастукацца да сэрца кожнага селяніна. Названыя кнігі ён выдаваў не ў Расійскай імперыі, дзе цэнзура не прапусціла б «крамольныя» тэксты, а за мяжой: у Кракаве і Познані (?).

Асаблівай драматычнасцю ў зборніку «Дудка беларуская» вылучаецца паэма «Кепска будзе!». Праз горкі лёс галоўнага героя Аліндаркі паэт паказаў трагедыю юнака, які застаецца безабаронным перад несправядлівым судом і бюракратычнай машынай. Ф. Багушэвіч падкрэслівае, што ў свеце, дзе пануе беззаконне і чынашанаванне, жыццё простага чалавека ператвараецца ў суцэльную пакуту:

*А мне кажа: «Ты брадзяжка,
Сакрыў званне, будзе цяжка:
Сорак розаг, потым роты!
Скажы лепей – адкуль, хто ты?»
І ўсё піша, піша, піша
І нагой ўсё калыша...
(Паэма «Кепска будзе!») [2, с. 76].*

Змест паэтычных зборнікаў Ф. Багушэвіча вылучаецца глыбокім сацыяльным і патрыятычным пафасам. Паэт стварыў галерэю рэалістычных вобразаў сялянства, паказаўшы іх бяспраўе і цяжкую долю. Значнае месца ў творах займае крытыка тагачасных парадкаў, памешчыкаў і чыноўнікаў. Аднак галоўнай для аўтара стала тэма нацыянальнага абуджэння: ён заклікаў беларусаў да захавання годнасці і ўсведамлення сябе як народа.

Шчырая любоў да роднай зямлі – Вільні, Кушлян, беларускіх вёсак – прасякае кожны яго радок:

*Я не кіну хаты хоць вы мяне рэжце,
Не пайду да вас я, хіба ў арэшце.
А хоць сілай навет адарвалі б з дому,
Калісьці вярнуўся б, як мядзведзь да лому.
Заваліцца й хата, зарастуць пакосы,
Усё б я вярнуўся, хоць голы да босы!*
(Верш «Мая хата») [2, с. 46].

Важнай вехай у творчай эвалюцыі Ф. Багушэвіча стала яго пражыццёвая спадчына, у прыватнасці апавяданне «Тралялёначка» (1892), якое дэманструе выхад аўтара на новы ўзровень рэалістычнага асэнсавання рэчаіснасці. Праз мастацкі аналіз жыцця тагачаснага грамадства пісьменнік востра акрэсліў асноўныя праблемы парэформеннай вёскі. Па-першае, у творы ярка паказаны палітыка-нацыянальны ўціск і сацыяльна-эканамічнае заняўбанне беларускага краю царскімі ўладамі, што абумовіла гаротнае становішча народа. Па-другое, класік адным з першых у айчыннай літаратуры адлюстраванне з'яўлення ў вёсцы капіталістаў-эксплуататараў – кулакоў-ліхвяроў, якія нажываліся на бедах сялян. Глыбокае асэнсаванне гэтых супярэчнасцей прывяло да нараджэння новых жанраў беларускай прозы і засведчыла высокі ўзровень распрацаванасці беларускай літаратурнай мовы, здольнай перадаваць складаныя псіхалагічныя і грамадскія з'явы [2, с. 139–143].

Для творчасці Ф. Багушэвіча характэрна выкарыстанне лацінкі (беларускага алфавіта на лацінскай аснове). Такі выбар быў абумоўлены гістарычнымі абставінамі і свядомай пазіцыяй аўтара. Па-першае, у той час новая (сучасная) беларуская літаратурная мова толькі фарміравалася пераважна на народна-гутарковай аснове, таму не мела яшчэ адзінага кадыфікаванага правапісу. Па-другое, праз лацінскую графіку паэт імкнуўся падкрэсліць самабытнасць нацыянальнага слова і яго сувязь з еўрапейскай культурнай прасторай. Паводле сведчанняў сучаснікаў, аўтар нават запавядаў выдаваць свае кнігі выключна лацінкай, баючыся русіфікацыі беларускага пісьма. Хаця сучасныя выданні выкарыстоўваюць кірыліцу, варта памятаць, што менавіта лацінская графіка была для класіка важным сродкам захавання арыгінальнага аблічча мовы ў працэсе яе развіцця і станаўлення.

Такім чынам, унікальнасць постаці Францішка Багушэвіча палягае ў арганічным сінтэзе яго праваабарончай дзейнасці і мастацкай творчасці. Спалучаючы абавязак рэальнага адваката сялянства і місію прарока

нацыянальнага адраджэння, ён не проста адлюстравяў трагедыю бяспраўнага народа, але і заклаў трывалы падмурак для яго самавызначэння. Праграмны моўны заповіт класіка, абвешчаны на злёме эпох, ператварыўся ў духоўны код нацыі і застаецца фундаментальным арыенцірам для захавання самабытнасці сучасных пакаленняў беларусаў [1, с. 40–44; 3, с. 182–184; 4, с. 373–401; 5, с. 246–278; 6].

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Асветнікі зямлі беларускай, Х – пачатак ХХ ст. : энцыкл. давед. / рэдкал.: Г. П. Пашкоў (гал. рэд.) [і інш.]. – Мн. : Беларус. Энцыкл., 2001. – 492 с.
2. Багушэвіч, Ф. Выбраныя творы / Ф. Багушэвіч ; уклад. прадм. і камент. Язэпа Янушкевіча. – Мн. : Бел. навука, 2015. – 445 с.
3. Беларускія пісьменнікі : біябібліягр. слоўн. : у 6 т. / АН Рэсп. Беларусь, Ін-т літ., Беларус. Энцыкл. ; пад рэд. А. В. Мальдзіса. – Мн. : Беларус. Энцыкл., 1992–1995. – Т. 1 : Абуховіч – Ватацы / рэдкал.: І. Э. Багдановіч [і інш.]. – 1992. – 542 с.
4. Гісторыя беларускай літаратуры ХІ–ХІХ стагоддзяў : у 2 т. / НАН Беларусі, Ін-т мовы і літ. ; рэдкал.: М. А. Тычына (гал. рэд.) [і інш.]. – Мн. : Бел. навука, 2010. – Т. 2 : Новая літаратура: другая палова ХVІІІ – ХІХ стагоддзе / навук. рэд.: У. В. Гніламёдаў, В. Г. Мусінскі. – 2-е выд. – 2010. – 582 с.
5. Лойка, А. А. Гісторыя беларускай літаратуры : Дакастрычніцкі перыяд : у 2 ч. : падруч. для філал. фак. ВНУ / А. А. Лойка. – 2-е выд., дапрац. і дап. – Мн. : Выш. шк., 1989. – Ч. 1. – 1989. – 319 с.
6. Францішак Багушэвіч // Вікіпедыя : свабод. энцыкл. – URL: https://be.wikipedia.org/wiki/Францішак_Багушэвіч (дата звароту: 18.05.2026).

[К зместу](#)

У. І. РАМАНЮК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – А. С. Кавалюк, канд. філал. навук, дацэнт

ЖАНРАВА-ТЭМАТЫЧНЫ ДЫЯПАЗОН ПАЭЗІІ Л. ДАЙНЕКІ

Леанід Марцінавіч Дайнека (1940–2019) – беларускі пісьменнік, вядомы найперш як майстар гістарычнай прозы. У гісторыю беларускай літаратуры ён ўвайшоў як паэт, раманіст, навіліст, публіцыст і крытык.

Л. Дайнека пачынаў свой шлях у літаратуру найперш як паэт: менавіта паэзія стала першай і галоўнай формай яго самавыяўлення. Пачатак творчага лёсу паэта датуецца 1961 г., калі ў газеце Уральскай ваеннай акругі «Красный боец» быў апублікаваны яго першы верш. Гэтая публікацыя адкрыла для аўтара дзверы ў літаратурны свет, пасля чаго ён надзвычай актыўна выдаваў вершаваныя зборнікі, паступова зацвярджаючыся як адзін з вядучых беларускіх лірыкаў другой паловы ХХ ст. У розныя гады

выходзілі яго кнігі: «Галасы» (1969), «Бераг чакання» (1972), «Начныя тэлеграмы» (1974), «Мая вясна саракавая» (1979), «Вечнае імгненне» (1985), «Сняжынкi над агнём» (1989). Кожны з гэтых зборнікаў фарміраваў непаўторны паэтычны голас аўтара, у якім перапляталіся і філасофскае асэнсаванне жыцця, і глыбокае пачуццё Радзімы, і адчуванне драматычнага ХХ ст.

Л. Дайнека адносіцца да таго пакалення беларускіх пісьменнікаў, для якога асабіста перажытае стала асновай творчага самавыяўлення. Таму ў яго паэзіі сцвярдзіліся такія тэмы, як памяць пра вайну, сувязь чалавека з роднай зямлёй, высокі сэнс працы, матывы духоўнай стойкасці, філасофскае асэнсаванне сучаснасці, а таксама тэмы гісторыі, роду і сямейнай памяці.

Зборнік «Мая вясна саракавая» (1979) не з'яўляецца суцэльна ваенным, аднак матыў вайны пранізвае яго вельмі тонка. Вайна тут выступае як глыбока ўнутраная памяць – сямейная, народная, асабістая. Верш «Ты зноў пытаеш у мяне» – гэта шчырая споведзь, у якой аўтар тлумачыць сваю духоўную неабходнасць звяртацца да тэмы вайны. Дайнека падкрэслівае, што не мае сілы аддаліцца ад таго, што апаліла фундамент яго жыцця: *Падмурак і майго жыцця / Вайна няшчадна апаліла* [2, с. 24]. Асабліва кранальна раскрываецца матыў дзіцячага ўспаміну: *Было ці два, ці тры гады, / І мне было ўсё роўна: / Гільзы / У прыпол збіраць ці жалуды* [2, с. 24]. Гэтая дэталі стварае моцны кантраст паміж нявіннасцю дзяцей і жорсткасцю вайны.

Верш «Быў паранены бацька пад Ломжай...» [2, с. 34] – адзін з самых эмацыйна насычаных. Карціна вайны адкрываецца ў яркіх вобразах: *...Лес гарой у агні, як салома*. Стан бацькі паказаны праз дэталі: ён «ляжаў пад дзікаю грушай у полі», «жыццё выцякала ручайком пацямнелай крыві». У другой частцы верша Л. Дайнека раскрывае вобраз бацькі як простага «хлебараба», вырванага з мірнага жыцця. Аднак з'яўляецца нечаканы сімвал жыцця – «чмель... на каску жалезную». У канцы гучыць удзячнасць: *Б'ю чалом табе, польская ніва, / што яго ажывіла тады* [2, с. 34].

Тэма вясковага жыцця ў зборніку «Мая вясна саракавая» – не проста этнаграфічная з'ява, а аснова светаўспрымання лірычнага героя. Вёска паўстае як свет працы, зямлі, дзіцячых успамінаў. Паэт паказвае яе праз вобразы працы – «вернасць чорнаму полю», праз памяць роду.

У вершы «Пад святлом зарападаў...» аўтар падкрэслівае галоўную ісціну: *Найвялікшая радасць – быць зямлі сваёй сынам* [2, с. 8]. Гэтая формула – аснова ўсёй паэзіі Л. Дайнекі. Вобраз чорнага поля ўвасабляе працу, радавод, памяць продкаў.

Разам з вясковай тэмай ідзе тэма паступовага прыняцця лірычным героем гарадской прасторы. Верш «Ускраіна» – найбольш выразны прыклад знітавання селяніна з горадам: *Добры дзень, зялёная ўскраіна / Гораду і вёскі кампраміс* [2, с. 15]. Лірычны герой бачыць, як горад і вёска перацякаюць

адно ў адно: *Вёска ў горад тут пераліваецца, / І няма нейтральнай паласы* [2, с. 15]. Асабліва красамоўныя радкі: *Ля вітрын праменных прыпыняюся, / З асфальтоўкі крочу на раллю* [2, с. 15]. Канец верша падкрэслівае поўнае прыняцце: *Вёска – маці светлая, ласкавая, / Горад – бацька клапатлівы мой* [2, с. 15].

Вельмі характэрным сімвалам для ранняй паэзіі Л. Дайнекі становіцца вобраз зерня – знак яго з’яднання з народам: *Хачу быць жытнім зернем я / У глыбіні майго народа* [2, с. 39]. Гэтая творчая клятва – аснова ўсёй яго паэтычнай сістэмы. З цягам часу зернева-творчы вобраз развіваецца, набывае новыя формы: колас, барозна, кветка, курган, пчала, мурашка, песня, ліра. Але семантычны стрыжань застаецца нязменным – гэта сімвал непарыўнай сувязі паэта з народам і зямлёй.

Доказам устойлівасці гэтай тэмы выступае шырокі спектр вершаў з розных зборнікаў: «Пералескі... Бярозкі...», «Беларусі» (зб. «Галасы»), «Зямля», «Роднае» (зб. «Бераг чакання»), «Радзіме» (зб. «Начныя тэлеграмы»), «Народ», «Зямля Купалы» (зб. «Вечнае імгненне»). Усе яны аб’яднаны перакананнем, што чалавек неадлучны ад зямлі. Гэтая думка асабліва выразна гучыць у радках: *Мне не жыць без зямлі, / што крывёю бацькоўскай паліта. / Мне не дыхаць без поля, / дзе маці спявала мая... / Толькі тут я жыву. / Толькі тут паміраць буду я* [2, с. 18].

Вызначальнай для паэта становіцца сіла прыцягнення родных вытокаў. Сам Л. Дайнека адзначаў, якой паэтычнай была яго маці, Тэклі Іванаўна. Пра бязмерную сыноўнюю ўдзячнасць ёй сведчыць скразная прысутнасць вобраза маці ў многіх творах. Верш «На паляне, дзе маці калісьці збірала чарніцы» [2, с. 78] пранізаны светлай тугой па маці. Лірычны герой трапляе ў прасторавую і эмацыйную кропку памяці: *...Там, дзе гараць адзінока / кветкі – лясныя агні*. Пейзаж дзейнічае як трыгер пачуццяў: у цішыні гучаць «матчыны лёгкія крокі». Эмацыйная кульмінацыя надыходзіць, калі герой нахіляецца да зямлі і «смутаку душы захлісне», бо праз «вачамі чарніцаў» маці «глядзіць на мяне». Чарніцы становяцца сімвалам яе жывога позірку. У канцы з’яўляецца адчуванне матчынай прысутнасці – яна звяртаецца «голсам ветру і траў»: *Ці не змарыўся, сыночак? / Ягад ці поўна набраў*. Верш паказвае непарыўную сувязь паміж маці і дзіцем, якая жыве ў сэрцы, у памяці, у прыродзе.

Л. Дайнека лічыў, што ад бацькоў і вясковай выявы жыцця ў яго сфармавалася ўзнёслае стаўленне да прыгажосці роднай прыроды. У лірычных радках паэт акрэслівае ўласную знітаванасць з прыродай: *Я – радня гэтым кветкам, / Салаўям і палеткам. / Перад соцам вясеннім / Стану я на калені, / Пагляджу на ручайку, / Пацалую травінку* [2, с. 97].

Талант суперажывання часта надае паэту інтанацыю папераджальнасці. Асабліва выразна гэта праяўляецца ў вершы «А нешта ўсё ж не збераглі мы...» са зборніка «Начныя тэлеграмы», дзе Л. Дайнека ўздывае трывожную тэму экалагічнага крызісу: *...Нешта ўсё ж не збераглі мы // патроху ўсё ж псуецца клімат* [3, с. 46]. З'яўляюцца драматычныя вобразы стыхій – «цыклоны, як цыклопы», «вока буры», «новыя Сахары» [3, с. 46]. У канцы гучыць заклік: *...За круглы стол з Прыродай сядзем* [3, с. 46], падкрэсліваючы, што адносіны з прыродай павінны будавацца на павазе, бо «з Прыродай быць на “ты” не трэба» [3, с. 46].

У паэтычным свеце Л. Дайнекі вылучаюцца творы пра каханне – глыбокае, ачышчальнае пачуццё. Гэта асабліва поўна раскрываецца ў вершы «Жаночы позірк, як ручай вясновы», дзе аўтар паэтызуе здольнасць каханай жанчыны «расчыняць» душу: *Жаночы позірк, як ручай вясновы. / Яшчэ злуе, упарціцца зіма, / Але змятае ён запоры-сховы...* [1, с. 320]. Лірычны герой прызнаецца: *Я зімнім быў, ды ўжо душа смяецца. / Спяваю я і вершы я пішу...* [1, с. 320]. Праз кантрасты паэт паказвае, як каханне ператварае чалавека з «зімовага» ў «вясновага». Гэты верш – гімн выратавальнай сіле кахання, здольнай ператварыць ледзяную душу ў жывы, сонечны свет.

Паэтычная творчасць Л. Дайнекі адрозніваецца яркай самабытнасцю. Гэты мастак слова ўслед за У. Караткевічам імкнуўся пракрасціся ў глыбіні мінулага роднай зямлі. У яго паэзіі мінулае ажывае праз вобразы старажытных камянёў, курганоў, легенд. У вершах «Прадзеды», «Камяні, камяні...», «Курганы», «Званы» са зборніка «Галасы» чуецца водгук мінуўшчыны. Для маладога аўтара мінулае ўспрымалася як жывая сіла. Водгаласы старажытных эпох ён знаходзіў у вобразах беларускай прыроды: камянях, курганах, палях, лясах.

Гісторыка-патрыятычны дух поўніць радкі паэмы «Песня белага снегу» са зборніка «Начныя тэлеграмы»: *Мы – не натоўп схіленых спінаў. / Мужны народ герояў! / Б'е ў званы, Тураў і Пінск, / Слуцак, Бабруйск і Лоеў* [3, с. 120]. Паэт сцвярджае, што родная зямля будзе жыць: *...Але Каліноўскага голас чуён, / І гавару я: – Ты будзеш жыць!* [3, с. 121].

Л. Дайнека – паэт-філосаф, які ўмее разважаць пра чалавечы лёс. У вершы «Аб чым сумую і ўздыхаю» гэтая філасофская плынь асабліва выразная. Лірычны герой задумваецца пра законы чалавечага існавання: *Што шлях і лёс мы маем свой, / Што стане сейбіт жытам спелым, / Лайдак – балотнаю травой* [1, с. 234]. Паэт сцвярджае маральны закон: кожны пажне тое, што пасеяў. Асаблівая лірычная вышыня дасягаецца ў фрагменце, дзе герой звяртаецца да продка: *Знайду яго паміж мільёнаў, / Паміж мільярдаў каласоў. / Паклон табе, далёкі прадзед!* [1, с. 234]. У апошніх радках – філасофскае абвясчэнне вернасці Радзіме: *Ты ёй не здрадзіў. Я не здраджу. / Во мы заўжды яе сыны* [1, с. 235]. Вельмі цікава

філасофская тэма раскрываецца ў вершы «Страляе хлопчык у ціры», дзе праз вобраз дзіцячай гульні Л. Дайнека пераносіць чытача ў разважанні пра чалавечы лёс і час. Хлопчык сімвалізуе юнацтва – смелае, чыстае, поўнае веры: *Чаму гэты хлопчык не я? / Пазначана толькі пункцірам / Сцяжынка яго жыцця* [1, с. 265]. Асабліва драматычныя апошнія радкі: *Дзе ж тое ружжо мне ўзяць, / Каб беды свае і памылкі / Умомант перастраліць?* [1, с. 265]. Паэт разумее: часу не спыніць, мінулае не перапісаць. Але разам з тым адчуваецца мудрасць: нават памылкі фарміруюць чалавека.

Такім чынам, паэтычны свет Л. Дайнекі вылучаецца разнастайнасцю тэматыкі і праблематыкі. Сярод найбольш значных напрамкаў – тэма ваенных выпрабаванняў, тэма вясковага жыцця, матыў паступовага ўжывання ў гарадскую прастору, гістарычныя сюжэты і маральна-этычная тэматыка, што надае яго лірыцы эмацыйную насычанасць і чалавечую змястоўнасць.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Дайнека, Л. Выбраныя творы / Л. Дайнека ; уклад. аўт. ; навук. рэд. В. Чамярыцкі ; прадмова А. Марціновіча. – Мн. : Бел. навука, 2018. – 604 с.
2. Дайнека, Л. Мая вясна саракавая : вершы / Л. Дайнека. – Мн. : Маст. літ., 1979. – 125 с.
3. Дайнека, Л. Начныя тэлеграмы : вершы і паэмы / Л. Дайнека. – Мн. : Маст. літ., 1974. – 125 с.

[К содержанию](#)

П. А. РОКИТСКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПТА «ИНОСТРАНЕЦ» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ БРЕСТЧИНЫ

В современной лингвистике понятие «концепт» занимает одно из центральных мест, поскольку оно позволяет исследовать не только языковые единицы сами по себе, но и те ментальные образования, которые стоят за ними. Концепт традиционно понимается как «дискретное ментальное образование, являющееся для человека базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой <...>» [2, с. 258].

Особый интерес для исследователей представляет концепт «Иностранец», так как он связан с формированием идентичности и механиз-

мами восприятия «чужого». Актуальность изучения данного концепта обусловлена противоречием, наблюдаемым в современном обществе: с одной стороны, декларируются принципы толерантности и открытости, с другой стороны, в средствах массовой информации и в обыденной речи нередко фиксируются агрессивные или настороженные высказывания по отношению к представителям иных государств и культур.

В. А. Маслова представляет структуру концепта в виде «круга, в центре которого лежит основное понятие, ядро концепта, а на периферии находится все то, что привнесено культурой, традициями, народным и личным опытом» [1, с. 42]. То есть концепт структурирован по полювому принципу, где в ядро входят наиболее частотные устойчивые и социально значимые единицы, а в периферию – менее регулярные, более субъективные или специфические элементы.

Материалом для анализа послужили данные социолингвистического опроса, в котором приняли участие 100 жителей Брестчины разного возраста и рода занятий. Опрос включал в себя как закрытые вопросы, позволяющие выявить общее отношение к иностранцам и степень опоры на стереотипы, так и открытые вопросы, направленные на получение ассоциативных реакций. Респондентам предлагалось подобрать синонимы к слову *иностранец*, а также назвать глаголы, прилагательные и существительные, которые у них ассоциируются с иностранцами в целом и с представителями семи конкретных национальностей: американцами, англичанами, французами, немцами, турками, татарами и цыганами. Выбор этих национальностей объясняется тем, что именно они наиболее часто встречались при анализе текстов средств массовой информации на предыдущем этапе исследования.

Первый вопрос касался готовности вступать в контакт с иностранцем. Респондентам предлагалось пять вариантов ответа. Наибольшее количество опрошенных – 61 % – выбрали вариант «если иностранец сам захочет познакомиться, тогда я пойду с ним на контакт». Это свидетельствует о том, что большинство опрошенных предпочитают, чтобы инициатива шла от самого иностранца. Такую позицию можно назвать пассивно-открытой. Возможно, здесь сказывается неуверенность в знании иностранного языка или боязнь показаться навязчивым. Второй по популярности ответ (19 %) – «заинтересуюсь и захочу познакомиться с иностранцем». Эта группа респондентов демонстрирует активную заинтересованность в межкультурной коммуникации. Такие люди, вероятно, уже имеют положительный опыт общения с представителями других культур или обладают высокой степенью любознательности. Третий вариант (15 %) – «смущаюсь, потому что не уверен(а), что мы сможем понять друг друга». Люди боятся, что не смогут объясниться, не поймут собеседника или сами будут

неправильно поняты. Наименее популярными оказались «буду игнорировать иностранца» (3 %) и «не имею желания общаться с иностранцем» (2 %). Таким образом, картина выглядит достаточно благоприятной: жители Брестчины заинтересованы в контактах с иностранцами. Однако присутствует высокий процент тех, кто ждет первого шага от иностранца. Это указывает на психологическую барьерность, которая может быть связана как со скромностью, так и с неуверенностью в своих коммуникативных способностях.

Второй вопрос был направлен на выяснение того, насколько сильно жители Брестчины опираются на стереотипы при оценке иностранцев. 71 % ответили, что «опираются больше на самого человека, а не на стереотипы о его нации». Четверть опрошенных (24 %) заявили, что «вообще не опираются на стереотипы». И только 5 % признались, что «полностью опираются на стереотипы, ведь они не возникают без причины».

Перейдем к вопросу о синонимах к слову *иностранец*. Самым частотным синонимом оказалось слово *приезжий* (5). Второе место поделили *чужеземец* и *иммигрант* (по 4). Далее следует *иноземец* (3) и *гость* (3). Список замыкают *чужестранец*, *турист*, *путешественник* (по 2 упоминания). Анализ синонимического ряда позволяет сделать два важных вывода. Во-первых, наиболее частотные синонимы акцентируют момент перемещения и смены места жительства, то есть иностранец воспринимается как человек, который куда-то прибыл. Во-вторых, в периферии синонимического поля присутствуют слова с положительной коннотацией (*гость*, *турист*, *путешественник*), что говорит о наличии позитивного отношения к некоторым категориям иностранцев.

Теперь перейдем к глаголам, ассоциирующимся с иностранцами. Глагольные единицы были сгруппированы по семантическим классам. Самая многочисленная группа – ‘глаголы перемещения’ (35 упоминаний с учетом разных форм): *путешествовать* (6), *приезжать* (4), *приехать* (4), *мигрировать*, *иммигрировать*, *эмигрировать* (по 2). Вторая группа – ‘глаголы познания и интереса’: *искать* (2), *узнавать* (2), *интересоваться*, *изучать*. Третья по численности группа – ‘глаголы общения и взаимодействия’: *говорить* (3), *разговаривать* (2). Четвертая – ‘глаголы проживания’: *проживать* (2), *жить*. Отдельно следует отметить и глаголы, указывающие на цель визита: *работать* (2), *учиться*, *обучаться*. Встречаются и единичные глаголы с негативной окраской: *бездельничает*, *зablуждается*, *депортировать*.

Прилагательные, ассоциирующиеся со словом «иностранец», были разделены на три группы по оценочному признаку. Прилагательные с положительной оценкой (21 единица): *заграничный* (5), *интересный* (5), *красивый* (2) и др. Прилагательные с нейтральной оценкой (22 единицы): *приезжий* (4), *незнакомый* (4), *необычный* (2), *чужой* (2) и др.

Прилагательные с отрицательной оценкой (3): *потерянный, озабоченный, малообразованный*. Эмоциональная окраска колеблется между положительной и нейтральной. Это означает, что иностранцы вызывают скорее любопытство, чем явную симпатию или антипатию.

Существительные-ассоциации распределились следующим образом. На первом месте – слово *язык* (5). Далее следуют *путешественник* (4), *человек* (4), *турист* (3), *культура* (3), *путешествие* (3), *приезжий* (3). Также упоминались *акцент, море, гость* (по 2). Комбинация этих существительных рисует образ человека, который приезжает из другой страны с целью путешествия или туризма, говорит на другом языке и представляет иную культуру.

Наиболее интересную информацию дали открытые вопросы, в которых респондентам предлагалось назвать глаголы, прилагательные и существительные, ассоциирующиеся с конкретными национальностями: американцами, англичанами, французами, немцами, турками, татарами и цыганами. Анализ проводился для каждой национальности, после чего были выделены доминирующие признаки. Доминирующими признаками являются ‘исторически аспект’ (для татар, немцев, англичан, цыган) и ‘гастрономический код’ (американцев, французов, турок).

Обобщая все полученные данные, можно предложить модель структуры концепта «Иностранец», которая включает в себя ядро, ближнюю и дальнюю периферию. Ядро составляют следующие когнитивные признаки: представление о перемещении, прибытии из другого места (доминирование глаголов движения среди ассоциатов), признак «человек» (зафиксирован в существительных-ассоциатах), нейтрально-положительное ценностное отношение с оттенком осторожности. Ближнюю периферию составляют: языковой барьер как главный дифференцирующий признак (существительное *язык* – самое частотное), туристический модус (слова *турист, путешествие, отдых, море*) и конкретные этнические стереотипы, которые различаются по своей окраске. Дальнюю периферию составляют единичные или маловероятные признаки, например, негативные глаголы (депортировать, бездельничает), архаизмы (иноземец), а также индивидуальные ассоциации, которые не повторялись в анкетах.

Итак, проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов о структуре и содержании концепта «Иностранец». На декларативном уровне респонденты демонстрируют толерантность, низкую стереотипизацию и ориентацию на личные качества человека при знакомстве с иностранцем. Большинство жителей Брестчины готовы к контакту, хотя предпочитают, чтоб инициатива исходила от самого иностранца. Опирались на стереотипы при оценке человека готовы лишь немногие. Однако глубинный анализ ассоциативных рядов показывает, что стереотипы все же

присутствуют в языковом сознании, причем они достаточно дифференцированы и конкретны. Ядро концепта «Иностранец» составляют представления о перемещении иностранцев, их человеческой природе. Периферия же насыщена этническими ярлыками, в формировании которых ключевую роль играют такие факторы, как историческая память, стереотипные черты характера и др.

Список использованной литературы

1. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Мн. : Тетра Системс, 2004. – 256 с.
2. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. попова. И. А. Стернин . – М. : АСТ: Восток–Запад, 2007. – 314 с.

[К содержанию](#)

В. К. РОКОТЮК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. С. Клундук, канд. филол. наук, доцент

INSTAGRAM КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКОЙ КОМПАНИИ MARK FORMELLE

Instagram обладает значительным коммуникационным потенциалом, обусловленным его мультимедийной природой и широким спектром функциональных возможностей, которые превращают платформу в комплексное медиапространство для взаимодействия, самопрезентации и продвижения бренда. Главной особенностью Instagram, которая привлекает пользователей, является создание визуального контента. Пользователи имеют возможность размещать фотографии и видеоролики, публиковать Stories и Reels, вести прямые эфиры, при этом оставлять комментарии, использовать лайки и реакции в качестве элементов обратной связи. Важным компонентом является Direct – система личных сообщений, позволяющая вести переписку в текстовом, фото- и видеоформате, а также осуществлять голосовые и видеозвонки, что значительно расширяет спектр межличностной коммуникации в цифровой среде. Эти инструменты обеспечивают оперативное, эмоционально насыщенное и непрерывное взаимодействие, что делает Instagram удобной платформой для поддержания постоянного диалога между пользователями, брендами и инфлюенсерами [2].

С целью выявления ключевых инструментов, форматов контента и коммуникационных подходов, обеспечивающих наибольшую эффективность взаимодействия белорусских брендов с целевой аудиторией

в Instagram, были изучены практические кейсы страницы белорусской компании Mark Formelle (@markformelle) [1]. Анализ проводился по таким количественным и качественным критериям, как оценка уровня активности, показатели вовлеченности, характер обратной связи, тематическая направленность, визуальная идентичность, интерактивность и социальное доказательство [2]. Исследование позволит определить, каким образом бренды выстраивают позиционирование в социальных сетях.

Согласно публичным данным, количество подписчиков в Instagram страницы популярного белорусского бренда одежды Mark Formelle на 01.03.2026 г. составляло около 1,1 млн. человек, а общее число публикаций превышало 7000 единиц. Данные показатели указывают на высокий уровень узнаваемости бренда, значительный потенциальный охват аудитории и системное использование платформы Instagram в качестве одного из ключевых каналов коммуникации и продвижения компании.

Упаковка профиля @markformelle включает в себя визуальное и информационное оформление. Шапка профиля оформлена грамотно. Пользователи видят, что представляет из себя fashion-бренд из Беларуси, указаны города, в которых есть офлайн-магазины, а также прикреплена ссылка на сайт, Telegram и мобильное приложение. Далее на странице представлены закрепленные истории, где бренд рассказывает об актуальных скидках, коллекциях, даются обзоры на магазины и предлагаются примеры образов. Публикации в профиле качественные и оригинальные. Каждый день выходит 1–3 поста. Благодаря опубликованным фото и видео можно определить идею бренда и его ценности: Mark Formelle предстает как крупный белорусский производитель одежды с собственными производственными мощностями и устойчивым рыночным имиджем, ориентированным на доступный ценовой сегмент. Представлены фотографии, на которых модели демонстрируют одежду, что указывает на разнообразие выпускаемого контента и регулярное обновление коллекций (посты от 09.03.2026, 05.03.2026, 02.03.2026). На странице бренда размещены результаты творческих съемок (посты от 21.02.2026, 17.02.2026) с детальными фото, видео Reels с обзорами на новые коллекции (посты от 20.02.2026, 24.02.2026, 16.03.2026), а также предлагается стилизация образов (посты от 24.03.2026, 23.03.2026, 20.03.2026). Такое расширение тематики контента позволяет охватывать различные сегменты целевой аудитории – от потребителей, ориентированных на выгодные предложения, до тех, кто воспринимает бренд через призму стиля, образа жизни и эмоциональной идентификации. Данный подход свидетельствует о комплексной и многоуровневой контент-стратегии бренда.

Бренд часто обращается к формату Reels как эффективному инструменту продвижения. Видео делятся на несколько видов: от обзорных

до UGC-формата – пользовательского контента. На странице есть не только обзоры, но и рекомендации и лукбуки от блогеров (посты от 20.08.2025, 05.09.2025, 06.10.2025, 14.12.2025). За счет совместной публикации контента с инфлюенсерами происходит параллельный охват аудитории, что приводит новых людей к бренду и креатору. Также у пользователей есть возможность поучаствовать в еженедельном конкурсе от Mark Formelle. Следует выложить свою фотографию на своей странице в одежде бренда и отметить компанию на своей публикации. Впоследствии из 10 опубликованных фото подписчики Mark Formelle выбирают лучшее фото (посты от 25.08.2025, 04.10.2025, 28.09.2025).

Бренд часто проводит конкурсы, один из самых масштабных – «Kreart» – проект молодых талантов, где они могут заявить о себе, получить профессиональную оценку экспертов и шанс на старт в модной индустрии. Конкурс направлен на поиск свежих идей, нестандартных визуальных решений и поддержку молодых талантов, которые только входят в профессиональное сообщество (пост от 10.10.2025). Также бренд Mark Formelle часто использует коллаборации с другими белорусскими брендами, например, были организованы розыгрыши призов от Mark Formelle и компании «Луч» (пост от 01.03.2026), Mark Formelle и Luxvisage (пост от 13.02.2026).

Названные способы и инструменты продвижения способствуют эффективной коммуникации, повышают лояльность аудитории, поскольку рассчитаны и на продвижение самой одежды бренда, и на рекламу профилей участников интерактива, а также на обратную связь с подписчиками через комментарии.

Бренд активно использует социальные темы для укрепления эмоциональной связи с аудиторией и поддержания позитивного имиджа бренда как социально ответственной компании. В частности, организованная Mark Formelle акция «Розовый октябрь» была приурочена к международному месяцу осведомленности о раке молочной железы. В рамках данной инициативы в день без бюстгалтера (13 октября) компания поддержала женщин, столкнувшихся с этой болезнью. Через видеоконтент формата Reels с участием сотрудниц бренда Mark Formelle акцентировал внимание на проблеме онкологических заболеваний, а также выразил поддержку всем, кто борется с болезнью (пост от 13.10.2025). Ко Дню святого Валентина компания представила Reels «История любви, которая вдохновляет» с участием пары, состоящей в браке 47 лет. С помощью стилистов и визажистов для героев видео было организовано профессиональное преображение. Данный контент позволил создать эмоционально воздействующий образ и поддержать актуальную повестку трендов февраля (пост от 12.02.2026).

Особое место в стратегии продвижения Mark Formelle занимает внутренний брендинг (employer branding), направленный на формирование образа компании через ее сотрудников. В публикациях регулярно появляются работники предприятия в продукции бренда, рассказывающие личные истории. Например, к 23 февраля был реализован проект, в котором сотрудники-мужчины делились детскими мечтами, сопоставляемыми с их текущей профессиональной деятельностью в компании. Дополнительно бренд организовал офлайн-активность для подписчиков и покупателей – экскурсию на производство, где участники смогли ознакомиться с процессом изготовления продукции (носков) и протестировать ее (посты от 21.02.2026, 23.02.2026). К 8 марта бренд инициировал социальный проект «Я – сильная женщина!» в партнерстве с компанией Luxvisage. В рамках кампании были привлечены представительницы так называемых «нетипичных» профессий (сотрудницы МЧС, медики, спортсменки, рабочие), что позволило актуализировать тему гендерного равенства и разрушения профессиональных стереотипов. Участницы получили возможность внешнего преображения, что усилило визуальный и эмоциональный эффект от инициативы (посты от 28.02.2026, 07.03.2026).

Исследование показало, что контент-стратегия бренда Mark Formelle в Instagram основывается на органичном сочетании социально ориентированного маркетинга, сторителлинга и внутреннего брендинга. Данный подход позволяет компании выходить за рамки прямого продвижения продукта и выстраивать более глубокое взаимодействие с аудиторией. В центре внимания оказываются не столько сами товары, сколько ценности, эмоции, реальные истории и люди, что способствует формированию устойчивого и привлекательного имиджа. Показатели вовлеченности, доступные для открытого просмотра, также свидетельствуют о наличии отклика со стороны аудитории. По данным Instagram без доступа к профессиональной аналитике, среднее количество лайков составляет около 8000 на публикацию, а комментариев – примерно 2800 (на основе выбранной группы постов). Наличие комментариев и реакций способствует формированию социального доказательства, укреплению доверия и потенциальному росту конверсионных показателей.

Таким образом, выявленные особенности продвижения Mark Formelle в Instagram подтверждают, что успешная информационно-коммуникационная деятельность белорусских брендов проявляется в системном подходе, который позволяет эффективно решать как имиджевые, так и коммерческие задачи digital-рынка. Коммуникативная стратегия Mark Formelle включает элементы социально-коммуникативного подхода, который направлен на взаимодействие и формирование эмоциональной связи с аудиторией через смыслы и совместную деятельность. Активное использование UGC,

конкурсов, Reels и нативных форматов способствуют интеграции имиджевого контента в привычную среду соцсетей, помогает увеличивать охваты, повышать вовлеченность, а также укреплять позиции бренда в информационной среде.

Список использованной литературы

1. Markformelle : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/markformelle> (дата обращения: 10.03.2026).

2. Бизнес-аккаунт в Instagram: в чем отличия от обычного // Partnerkin : [сайт]. – URL: <https://partnerkin.com/blog/articles/bizness-account-instagram-diff> (дата обращения: 26.03.2026).

[К содержанию](#)

М. В. РОМАНОВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. С. Клундук, канд. филол. наук, доцент

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусские бренды одежды активно сочетают традиционный маркетинг с цифровыми инновациями для продвижения на внутреннем и внешнем рынках. Особенно показателен опыт марок, делающих ставку на уникальность и качество, поскольку они внедряют новые инструменты коммуникации с потребителем.

Эмпирической базой выявления технологий продвижения компаний индустрии моды послужили материалы ведущего белорусского бренда одежды «Mark Formelle» [2] и дизайнерского бренда «Annete» [1], представленные в социальной сети Instagram. Анализ проводился по таким показателям, как стиль страниц, типы контента, UGC, таргетированная реклама, коммуникация с аудиторией брендов в социальной сети Instagram.

Стиль страниц. Стиль страницы «Mark Formelle» в социальной сети Instagram строится на презентационном контенте, постановочной рекламе, юморе и эстетике доступной моды для мужчин, женщин и детей. Бренд позиционирует себя как близкий друг покупателя (посты от 08.05.2026 до 13.05.2026). В то же время для страницы бренда «Annete» характерна эстетика «тихой роскоши» и минимализма. Бренд позиционирует себя как исключительно женский. Его эстетическая коммуникация строится на концепции современной элегантности (посты от 06.05.2026 до 13.06.2026).

Исследование показало, что в социальной сети Instagram бренды «Mark Formelle» и «Annete» выстраивают коммуникацию через эстетику, превращая ленту в продуманное визуальное пространство. Каждый элемент работает на эмоциональную связь и идентичность. Эстетика становится инструментом доверия, транслирует ценности и вовлекает аудиторию. В итоге потребитель выбирает не просто продукт, а образ жизни, упакованный в гармоничный визуальный нарратив.

Типы контента. Оба бренда фокусируются на демонстрации новинок и готовых образов, используя рилсы и результаты фотосъемок, чтобы аудитория могла покупать выигрышные сочетания без лишнего труда. В производстве контента компаниями используются популярные звуки, мелодии, позволяющие брендам расширять свою аудиторию. В некоторых видео и описаниях «Mark Formelle» отмечена юмористическая подача информации (посты от 19.04.2026 до 08.05.2026). «Annete» придерживается сдержанного стиля коммуникации (посты от 15.04.2026 до 26.04.2026). Бренды продвигают свои страницы, предоставляя полезный контент для клиента и ориентируясь не только на продажи, но и на подогрев интереса к новинкам и возможностям, которые предоставляет продукция компаний. Фэшн-бренды становятся не просто продавцами, а полноценным гидом по стилю для аудитории.

UGC (user generated content). В стратегиях продвижения «Mark Formelle» и «Annete» отчетливо прослеживается опора на аутентичный пользовательский контент – UGC. Оба бренда репостят на своих страницах фото и видео реальных покупателей. Несмотря на общую технологию продвижения, цели и визуальное исполнение UGC у брендов различаются. «Mark Formelle» делает ставку на массовость, уют и разнообразие. В ленте и stories регулярно появляются репосты, демонстрирующие белье и домашнюю одежду. UGC здесь работает на то, чтобы показать, что у «Mark Formelle» одежда «с человеческим лицом». Такой подход формирует ощущение доступного комфорта, а это вызывает доверие у потребителя (посты от 13.05.2026 до 16.05.2026). «Annete», напротив, строго фильтрует UGC. Бренд с более узким (только женским) ассортиментом использует пользовательский контент как продолжение своей утонченной эстетики. В репост попадают только тщательно отобранные кадры. Репост такого контента от подписчиц становится «социальным лифтом»: девушки стремятся попасть на страницу бренда, а значит, стараются делать более качественные снимки (посты от 13.05.2026 до 16.05.2026).

Таким образом, через UGC бренды преодолевают скепсис к рекламе за счет применения «живых» примеров использования продукции. Для «Mark Formelle» это рост массового спроса через «миллион мнений», для «Annete» – лояльность платежеспособной аудитории через иденти-

кацию с образом. В итоге UGC для брендов становится стратегическим активом: снижаются затраты на контент, ускоряется обратная связь, а покупатели превращаются в амбассадоров без дополнительного бюджета.

Таргетированная реклама. И «Annete», и «Mark Formelle» используют в социальной сети Instagram таргетированную рекламу, но делают это с принципиально разными целями и подходами. Их объединяют стандартные инструменты: геотаргетинг (основная аудитория в Беларуси и среди русскоязычных покупательниц за рубежом), настройка по полу и возрасту (женщины 25–45 лет), выбор интересов (мода, стиль, блогеры) и ретаргетинг на тех, кто уже заходил на сайт или бросал корзину.

«Mark Formelle» использует таргетинг как инструмент массовых продаж. Его цель – быстрый оборот, расширение аудитории и максимальная конверсия в периоды распродаж. Бюджет на рекламу высокий, кампании идут практически непрерывно, с резкими всплесками перед распродажами. Используются карусели с несколькими товарами, видеораспаковки и динамический ретаргетинг, где показываются именно те вещи, которые пользователь смотрел на сайте. Геотаргетинг покрывает всю Беларусь, включая малые города.

«Annete» строит таргетированную рекламу вокруг эстетики и долгой эмоциональной связи. Цель такой рекламы – не любой покупатель, а именно «своя» платежеспособная аудитория, близкая к ценностям бренда. Бюджет средний, кампании запускаются реже. Таргетинг узкий, исключаются массовые запросы на дешевые распродажи. Ретаргетинг мягкий, направлен на «вдохновение стилизацией». Частота показов низкая (1–2 раза в день), чтобы не перегрузить аудиторию. Такой подход дает высокую лояльность пришедших клиентов и практически отсутствие жалоб на рекламу.

Обе стратегии таргетинга рабочие, каждая закрывает свою бизнес-модель. Первая подходит масс-маркету, которому нужен оборот, вторая – нишевому бренду, который строит репутацию.

Коммуникация с аудиторией. Для сравнительного анализа коммуникационных стратегий брендов «Annete» и «Mark Formelle» были проанализированы комментарии под несколькими публикациями по следующим параметрам: тематика вопросов, тональность, оперативность, характер ответов бренда, а также общая вовлеченность аудитории.

Под публикациями «Annete» комментарии немногочисленны (от 3 до 6 на пост), что характерно для нишевого бренда с камерной аудиторией. Пользователи пишут в эмоционально-положительной тональности, часто используют сердечки и краткие одобрительные фразы («Нравится», «Очень», «Какой красивый комплект», «Это шедевр»). Такие комментарии не содержат рациональных вопросов о цене или размере, а выражают эстетическое удовольствие, что полностью соответствует позициони-

рованию «Annete» как бренда, продающего не просто одежду, а образ и стиль. Несмотря на общую эмоциональную направленность, в комментариях все-таки встречаются и практические запросы, например, о цене, причем чаще всего в лаконичной форме («Цена»; «Можно узнать стоимость»), о характеристиках продукции («Подскажите пожалуйста, что за штанишки?») (посты от 12.05.2026).

В целом для «Annete» характерен «эмоционально-эстетический» тип коммуникации. Аудитория бренда оставляет комментарии преимущественно как знак одобрения визуального ряда, а не как запрос технической информации. Сам бренд отвечает кратко, но с подчеркнутой теплотой, не перегружая ответы избыточными коммерческими деталями. Это позволяет сохранять образ стильного, но дружелюбного бренда, который ценит каждого подписчика.

Под публикациями «Mark Formelle» комментариев заметно больше (более 10 на пост). Их тональность разнообразна: от восторженных («Роскошь», «Какая классная фотосессия», «Каждое фото – восторг») до развернутых практических вопросов, которые собирают цепочки обсуждений. Так, под постом о чулках пользовательница спрашивает: «На какой основе они держатся? Нужен пояс?» (пост от 15.05.2026). Под этим комментарием разворачивается обсуждение с несколькими ответами. Аудитория активно запрашивает конкретные характеристики товаров. Пользователи хотят знать не только о наличии товара, но и о его свойствах. Это говорит о том, что покупатели «Mark Formelle» более прагматичны: они уже заинтересованы в покупке и собирают информацию для принятия решения. «Mark Formelle» отвечает конкретно и развернуто – не просто «да» или «нет», а с пояснениями и экспертностью. Используемые эмодзи добавляют тепла, но не отвлекают от сути. Диалоги часто перерастают в целые обсуждения, в том числе между самими покупателями, что говорит о высоком доверии и вовлеченности аудитории.

Комментарии под постами брендов «Annete» и «Mark Formelle» выступают не только как индикатор активности аудитории, но и как полноценный инструмент коммуникации, отражающий глубинные ожидания потребителей.

Исследование страниц брендов в социальной сети Instagram показало, что оба бренда работают в одной категории, но продвигаются совершенно по-разному, и это продиктовано их позиционированием. «Mark Formelle» нацелен на масштаб и быстрые продажи. У него яркий, трендовый стиль с вкраплениями юмора, контент помогает клиентам в выборе продукции. Таргетинг частый и напористый, акции работают как мощный драйвер, а в комментариях даются развернутые экспертные ответы. UGC репостится почти без фильтра – так создается эффект доверия масс. «Annete» делает

ставку на эстетику и эмоциональную связь с узкой аудиторией. Визуальный контент хорошо продуман, выверен и минималистичен. Таргетинг очень узкий, без навязчивости. В комментариях отвечают тепло и коротко, а UGC проходит строгий отбор под стиль бренда.

Таким образом, ведущий белорусский бренд одежды «Mark Formelle» и дизайнерский бренд «Annete» представляют в социальной сети Instagram две модели стратегии продвижения компаний: массово-конверсионную, для которой важны охват и оборот, и нишево-имиджевую, где в приоритете маржинальность и лояльность.

Список использованной литературы

1. Annete.official : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/annete.official> (дата обращения: 21.04.2026).

2. Markformelle : [страница] // Instagram : [социальная сеть]. – URL: <https://www.instagram.com/markformelle> (дата обращения: 10.03.2026).

[К содержанию](#)

А. У. РУДЗЬ

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – В. М. Касцючак, канд. філал. навук, дацэнт

МАТЫВАЦЫЙНЫЯ ХАРАКТАРЫСТЫКІ МІКРАТАПОНІМАЎ ІВАНАЎСКАГА РАЁНА

Большасць мікратапонімаў Іванаўшчыны, як і іншых рэгіёнаў Палесся, узнікла на аснове агульных слоў – апелятываў. Гэта значыць, што першапачаткова назва нейкага аб’екта (урочышча, поля, лесу, балотнага масіву, сенажаці ці выгану) паходзіла ад слова, якое некалі абазначала яго характэрную прыкмету: форму, колер, вышыню, тып расліннасці, уласцівасці глебы, асаблівасці воднага рэжыму, наяўнасць перашкод для гаспадарчай дзейнасці ці нават гістарычныя падзеі, якія адбываліся на гэтым месцы. Дзякуючы гэтаму апелятыўная аснова такіх назваў застаецца зразумелай нават без спецыяльных тлумачэнняў: яна непасрэдна называе рэальную асаблівасць ландшафту, што дазваляе аднаўляць прыродныя ўмовы мінулых стагоддзяў.

Намі вылучаны і сістэматызаваны мікратапонімы Іванаўшчыны, што падаюцца ў слоўніку «Мікратапанімія Брэстчыны» [1]. Заўважана, што самай вялікай і разнастайнай з’яўляецца група мікратапонімаў, суадносных з *прыродна-геаграфічнай лексікай*. Яна ўключае назвы, якія ўзніклі ад слоў, што апісваюць фізічныя асаблівасці мясцовасці: рэльеф,

глебу, вадаёмы, расліннасць, жывёльны свет, месца знаходжання. У названай групе вылучаюцца назвы, суадносныя з лексікай, што абазначае **розныя формы рэльефу**. У якасці ўтваральных асноў выступаюць апелятывы са значэннем ‘узвышша, узвышанае месца’, ‘нізіна, нізкае балоцістае месца’, ‘раўніна’. У якасці субстантыўнай часткі многіх мікратапонімаў ужываецца лексема *гора*, што можа абазначаць ‘гара, узвышша’, ‘узвышанае сухое месца’, ‘высокі пясчаны ўчастак’, ‘любое высокае месца, высокі ўзгорак’, ‘узвышанае месца каля лагчыны’: *Максы́мкова гора* ‘кар’ер, на месцы якога раней была гара, каля якой жыў дзед Максім’ [с. 161; Рудск], *Со́ніна гора* ‘ўзвышша, дзе раней жыла Соня’ [с. 247; Махро], *Пыры́ўбна гора* ‘ўзвышша паміж в. Моладава і в. Пясчанка’ [с. 220; Моладава], *Чырты́жова гора* ‘ўзвышанае месца за вёскай’ [с. 281; Псышчава], *Лы́са гора* ‘пясчаны ўзгорак без расліннасці’ [с. 155; Псышчава], *Са́нікова гора* ‘ўзвышша, на якім некалі жыў чалавек па імені Саня’ [с. 236; Рудск].

На рэльеф мясцовасці паказваюць мікратапонімы з кампанентам-апелятывам *груд*, які мае значэнні ‘ўзгорак’, ‘узвышша’, ‘высокае месца’, ‘сухі бязлесны астравок на балоце’, ‘узвышанае месца сярод балота’: *Костю́ків груд* ‘узгорак каля хаты чалавека па прозвішчы Костюк’ [с. 133; Моладава], *Медве́жий груд* ‘востраў на балоце ў форме ляжачага мядзведзя’ [с. 166; Моладава], *Русня́кіў груд* ‘лужок на ўзвышаным месцы, які належаў чалавеку па мянушцы Русняк’ [с. 231; Псышчава].

Акрамя ўзвышшаў, на тэрыторыі Іванаўскага раёна распаўсюджаны і нізіны, што знайшло адлюстраванне ў мікратапаніміцы рэгіёна. Сярод мікратапонімаў са значэннем нізіны сустракаюцца ўрочышчы з лексмай *яма* ‘прыроднае або выкапанае паглыбленне ў зямлі’: *Ё́ма* ‘невялікая ўпадзіна’ [с. 82; Псышчава], *Бубно́ва яма* ‘вадаём, каля якога жыў чалавек па мянушцы Бубен’ [с. 22; Моладава], *Осі́йчыкова яма* ‘назва вадаёма, каля якой жыў чалавек па мянушцы Осійчык’ [с. 189; Моладава]. Да мікратапонімаў, што абазначаюць нізінны рэльеф, таксама адносім назву ўрочышча *Коры́тышчэ* ‘нізіна’ [с. 133; Варацэвічы], так як яна паходзіць ад лексемы-метафары *коры́то* ‘паглыбленне ў зямлі’.

Значная частка тэрыторыі Іванаўшчыны мае раўнінны рэльеф, і гэта не магло застацца без увагі ў мікратапаніміцы раёна. Важнымі геаграфічнымі арыенцірамі з’яўляюцца лугі, на што ўказваюць наступныя найменні: *Каплы́чны луг* ‘луг каля Каплыцы’ [с. 122; Псышчава], *Бутры́мув луг* ‘луг, на якім выкапаў яму чалавек па прозвішчы Бутрым’ [с. 24; Дружылавічы], *Кучо́ў луг* ‘луг на месцы хутара, які належаў чалавеку па мянушцы Куч’ [с. 143; Псышчава], *Барана́ў лужок* ‘луг, назва якога паходзіць ад прозвішча пана’ [с. 12; Дружылавічы]. Такое ж значэнне маюць мікратапонімы *Лужкы́* ‘некалькі маленькіх лужкоў, што размешчаны ў адным месцы’ [с. 153; Псышчава], *Лужо́к* ‘сажалка перад вёскай каля луга’ [с. 153; Замошша].

Яшчэ адна група мікратапонімаў Іванаўшчыны ўказвае на **якасць глебы**: *Лыскы* ‘дрэнная паша’ [с. 156; Псышчава], *Холоднѣца* ‘поле з халоднай, неўрадлівай глебай’ [с. 271; Псышчава], *Солодѣнне* ‘поле з цёплай глебай, на якой усё расце’ [с. 246; Псышчава], *Глі́нкі* ‘месца, дзе капалі гліну’ [с. 51; Дружылавічы], *Зальгале* ‘назва выгану са злыглай (гліністай) зямлѣй’ [с. 104; Канатоп]. Колер глебы адлюстроўвае мікратапонім *Чёрна* ‘назва палѣў з глебай чорнага колеру, якія з’явіліся на балоце пасля асушэння’ [с. 278; Моладава].

Мікратапонімы, звязаныя з **расліннасцю**, – адна з самых пашыраных груп у гаворках Іванаўшчыны. Назвы могуць паказваць на пароду дрэў, зараснікі і лясныя масівы. У якасці лексічных асноў мікратапонімаў гэтай групы выступаюць словы з агульным паняццем ‘лес’, ‘масіў, парослы дрэвамі адной або розных парод’. Іх частотнасць ва ўжыванні тлумачыцца як ступенню распаўсюджання лясоў на тэрыторыі раёна, так і адносінамі людзей да расліннага свету, тым, што для старажытнага чалавека лес меў першаступеннае гаспадарчае значэнне: не толькі карміў сваімі дарамі, але і распрацоўваўся пад раллю і сенажаць. Прыкладамі названай групы мікратапонімаў выступаюць наступныя моўныя адзінкі: *Зальшы́нне* ‘месца, зарослае вольхай’ [с. 104, Псышчава], *Бырызына́* ‘месца, зарослае бярэзнікам’ [с. 25; Псышчава], *Дубро́ва* ‘лес, у якім растуць пераважна дубы’ [с. 78; Моладава], *Хвошчѣўка* ‘поле, якое зарасло хвашчом’ [с. 270; Моладава], *Яблынец* ‘луг, дзе раслі яблыні’ [с. 291; Дружылавічы], *Корчыкі* ‘невялікі лес за вёскай’ [с. 133; Моладава], *Поса́дка* ‘малады лес’ [с. 211; Моладава], *Рапі́льскі лес* ‘лес’ [с. 225; Псышчава].

Яшчэ адна група мікратапонімаў – назвы, суадносныя з лексікай, што абазначае **прыродныя або штучныя водныя аб’екты**. Выключнае значэнне водных аб’ектаў у жыцці чалавека прадвызначыла распаўсюджанне такіх мікратапонімаў на тэрыторыі Іванаўскага раёна: *Дыспуда* ‘рэчка’ [с. 80; Псышчава], *Зарі́чка* ‘ўрочышча на поўнач ад вёскі на правым беразе р. Няслухі’ [с. 108; Варацэвічы], *Го́зыро* ‘штучны вадаём’ [с. 54; Псышчава], *Дамба* ‘штучнае возера’ [с. 70; Опаль], *У пото́ках* ‘рэчка’ [с. 263; Псышчава], *Садóвае возера* ‘возера, недалёка ад якога знаходзіўся калгасны сад’ [с. 234; Опаль].

Назвы, суадносныя з **заафарнай лексікай**, не пашыраны ў мікратапаніміі Іванаўшчыны. Прыкладамі такіх найменняў з’яўляюцца толькі *Буські* ‘лес; некалі побач з лесам было балота, куды зляталіся буслы’ [с. 24; Ляхавічы] і *Бобры́* ‘канава на мяжы з в. Агдэмер; тут живуць бабры’ [с. 17; Варацэвічы].

У складзе мікратапонімаў Іванаўскага раёна частымі выступаюць назвы, якія ўказваюць на **месца знаходжанне аб’екта**. Падобныя найменні выступаюць у якасці назваў-арыенціраў: *Заковалѣ́вэ* ‘ўрочышча за Кава-

лёвым полем' [с. 100; Псышчава], *Закрывэ́чча* 'ўрочышча ўздоўж правага берага р. Няслухі' [с. 101; Варацэвічы]; *Заку́ток* 'луг за пашай Куток' [с. 102; Псышчава], *За лі́сом* 'рака, якая працякае за лесам' [с. 88; Псышчава], *За лугі́* 'поле за лугамі' [с. 88; Моладава], *Заболо́тце* 'частка вёскі, дзе раней знаходзілася балота' [с. 89; Тышкавічы], *Заболо́тычко* 'месца ў вёсцы за малым балотцам' [с. 89; Буса], *Забу́ссе* 'луг за в. Буса' [с. 91; Буса], *Залюба́шша* 'ўрочышча, якое размясцілася за хатай, дзе гаспадыняй была Любаша' [с. 104; Сачыўкі], *Зарі́чка* 'ўрочышча на поўнач ад вёскі на правым беразе р. Няслухі' [с. 108; Варацэвічы], *Застаў* 'паша за штучным возерам' [с. 110; Псышчава], *Засы́лэччэ* 'назва лесу, які знаходзіцца адразу за сямом' [с. 111; Канатоп].

Сустрэкаюцца таксама мікратапонімы, якія ў аснове маюць указанне на імёны і мянушкі жыхароў мясцовасці, каля якіх яны знаходзяцца: *Каля Бары́са* 'поле каля былога хутара, гаспадара якога звалі Барыс' [с. 120; Адрыжын], *Каля Ма́дныка* 'частка дарогі, якая праходзіць за хатай, дзе некалі жылі Мадныкі' [с. 121; Опаль].

Асобную групу складаюць мікратапонімы Іванаўшчыны, матываваныя лексікай, што абазначае *гаспадарчую дзейнасць чалавека*. Такія назвы мікрааб'ектаў падзяляюцца на дзве семантычныя падгрупы: назвы, суадносныя з земляробчай лексікай, і назвы, суадносныя з лексікай, якая абазначае розныя тыпы паселішчаў.

Назвы, суадносныя з *земляробчай лексікай*, выступаюць яркім сведчаннем таго, што ва ўсе часы земляробства з'яўлялася асноўным заняткам сялян. Безумоўна, адпаведная тэрміналогія не магла не адбіцца на мікратапаніміі. У Іванаўскім раёне зафіксавана некалькі такіх мікрааб'ектаў, звязаных з назвамі зямельных участкаў: *Пшы́нычнык* 'поле, дзе кожны год сеюць пшаніцу' [с. 219; Гарбаха], *Ржаное́ поле* 'поле, на якім сеюць жыта' [с. 226; Махро], *Свекло́вічнае поле* 'поле, дзе растуць буракі' [с. 237; Махро], *Карто́фельнае поле* 'поле, дзе вырошчваюць бульбу' [с. 123; Махро].

Назвы, суадносныя з лексікай, якая абазначае розныя *тыпы паселішчаў*, таксама служаць крыніцай мікратапаніміі. З'яўленне такіх найменняў абумоўлена старой сістэмай вядзення сельскай гаспадаркі, на якую ўплывалі прыродна-геаграфічныя ўмовы краю. Так, кампанентам мікратапанімаў вылучанай групы выступае *хутар* 'адасоблены сялянскі зямельны ўчастак разам з сядзібай уладальніка': *Бычу́кіў хутор* 'месца за вёскай, дзе раней быў хутар селяніна па мянушцы Бычук' [с. 25; Псышчава], *Козлы́ў хутор* 'урочышча на месцы былога хутара чалавека па мянушцы Казёл' [с. 127; Моладава], *Колюсе́ў хутор* 'поле на месцы хутара Колюся (Мікалая)' [с. 131; Моладава], *Крэ́ўшын хутор* 'урочышча каля былога хутара чалавека па мянушцы Крэўша' [с. 140; Моладава], *Лэ́счын хутор* 'сенажаць на месцы былога хутара жанчыны па мянушцы

Лэска' [с. 157; Моладава], *Базыля́нчын хутор* 'поле на месцы хутара, на якім жыла Базылянка, удава Базыля' [с. 10; Моладава].

Апелятыў *двор*, які мае значэнні 'маёнтак', 'прысядзібны ўчастак', з'яўляецца ўтваральнай асновай мікратапонімаў *Дві́рскэ* 'ўрочышча на месцы маёнтка пана' [с. 70; Псышчава], *Двыр* 'частка вёскі, якая знаходзіцца ля былога калгаснага двара' [с. 71; Моладава].

На аснове праведзенага аналізу можна зрабіць выснову, што мікратапанімія Іванаўшчыны апелятыўнага паходжання ўяўляе сабой шматслойную сістэму, у якой найбольш раннія пласты (назвы, звязаныя з натуральнымі аб'ектамі) паступова дапаўняюцца назвамі антрапагеннага паходжання. Гэта дазваляе выкарыстоўваць мікратапонімы як важную крыніцу для рэканструкцыі гісторыі засялення краю, аграрных адносін і асаблівасцей народнага светапогляду мясцовых жыхароў.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Мікратапанімія Брэстчыны : слоўнік / Брэст. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна ; склад.: Л. В. Леванцэвіч, Н. Р. Якубук, Т. А. Кісель. – Брэст : БрДУ, 2022. – 296 с.

[К содержанию](#)

Ю. А. САЦУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л.А. Годуйко, канд. филол. наук, доцент

ОБЪЕКТИВАЦИЯ ТЕМАТИЧЕСКОГО МОТИВА «ИНФОРМАЦИЯ» В ИМЕНАХ СОБСТВЕННЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

Телевидение продолжает занимать важное место в медиапотреблении населения Беларуси. Согласно данным опроса, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в первом квартале 2024 г. среди 900 респондентов всех возрастных групп, 53,9 % опрошенных обращаются к телевидению как к основному источнику информации по общественно-политической проблематике [3]. А исследование компании «МедиаИзмеритель» (2025) зафиксировало, что среднестатистический житель нашей страны ежедневно проводит у экрана от 4 до 6 часов, а в течение жизни на просмотр телепрограмм у белоруса уходит свыше 6 лет из 13,5 лет общего свободного времени [1]. И, несмотря на некоторые трансформации в ТВ-пространстве (с 2024 г. в телевизионный рейтинг включен отложенный просмотр, а доля традиционного ТВ в общем медиамиксе страны постепенно снижается, уступая место интернет-ресурсам [3]), информационные и новостные телепрограммы (особенно в вечернее время и в выходные дни) сохраняют свою востребованность.

При выборе контента зритель обращает внимание на ряд характеристик, в т. ч. и на имя собственное (ИС) телепрограммы. В ономастике подобные индивидуальные номинации, наряду с ИС иных медиа, обозначают термином **гемероним** (от греч. *гемеро* ‘день, сутки’ и *оним* ‘имя’). Мы, наряду с ним, используем (как видовой) термин **телеоним**.

Объектом нашего исследования более 400 ИС программ белорусского и российского телевидения. Зафиксированные телеонимы репрезентируют несколько тематических мотивов номинации (ТМ), основные из которых – «человек», «тема, идея, концепция», «время», «место» и «информация». В данной работе остановимся на последнем ТМ.

В объективирующем ТМ номинативном типе (его формируют 57 ИС) представлены два основных **номинативных подтипа** (НП), которые различаются расставленными в гемеронимах акцентами:

1) НП «информация, специфика программы» (50 ИС; 87,7 %): «*ТВ-Информ*», «*Новости экономики*», «*Навіны рэгіёна*»; «*Вести в 20:00*», «*Астропрогноз*», «*Калыханка*» (от бел. *калыхаць* ‘убаюкивать’; название песни для вечернего убаюкивания ребенка удачно очерчивает целевую аудиторию гемеронима и стоящей за ним программы), «*Подробности*», «*Аджкрыты фармат*» и др.;

2) НП «канал распространения информации, его атрибуты» (7 ИС; 12,3 %): «*Центральное телевидение*», «*Тэлегiд*» и др. (в ИС на первый план выходит указание на принадлежность к телевизионному пространству). Синкретизмом семантики, на наш взгляд, характеризуются номинации типа: «*Главный эфир*», «*Эфир 24/7*» (конкретизатором опорного компонента ИС выступает международное обозначение круглосуточного режима, а в телеониме – и непрерывности вещания) и др.: апеллятив (*теле*)*эфир* толкуется в современных словарях как ‘среда, в которой распространяются телевизионные сигналы’ или как ‘время телевизионной передачи’, но в составе телеонимов компонент *эфир* приобретает метонимическое значение ‘программа’ и/или ‘формат вещания’.

Для вербализации ТМ «информация» номинаторы телепрограмм обращаются к разнообразным **языковым средствам**: 1) к апеллятивам (52); 2) к фразеологическим единицам (ФЕ) (5).

Из **апеллятивов** (мы понимаем данный термин широко, как обозначение слова любой части речи в противоположность ИС) в качестве мотивирующих для телеонимов зафиксированы: а) имена существительные (40); б) имена прилагательные (11); в) местоимение (1).

Среди **имен существительных** (отмечены только нарицательные субстантивы, и абстрактные, и конкретные), которые выступают исходными для телеонимов (всего 40 ИС), востребованы единицы нескольких сематических групп, в частности:

а) «телевизионная среда, телевещание, его атрибуты»: «*Агроблогер на ТВ*», «*МолодзьTV*», «*Эфир 24/7*», «*Информационный канал*», «*Актуальный микрофон*» и др.;

б) «законченный телевизионный контент, его жанр»: «*Полезная программа*», «*Інтэrv'ю*», «*Специальный репортаж*», «*Прогноз погоды*», и др. Продуктивны ИС, прямо указывающие на новостной характер вещания: «*Вот так новости*», «*Новости экономики*», «*Новости союзного государства*», «*Новости Гродно*», «*Новости региона*», «*Новости дня*», «*Главные новости*», «*Новости культуры*», «*Главные новости*». «*Навіны*», «*Навіны рэгіёна*», «*Навіны культуры*» и др.; «*Вести*», «*Вести недели*», «*Главные новости*» и др. Как видим, при опорном компоненте ИС нередки конкретизаторы, отсылающие к локальной/тематической очерченности программы и целевой аудитории, к оценке контента;

в) «коммуникация, взаимодействие; формат телепрограммы, взаимодействия с ее участниками, зрителями»: «*Диалог с властью*» «*Депутаты на связи*», «*Губернатор online*» и др.;

Обращает на себя внимание, что существительные в составе гемеронимов могут по-разному называть телепрограмму:

а) прямо, через базовые лексемы *программа*, *новости*, *вести*, *репортаж*, *интервью* и под.;

б) опосредованно, через метонимически или метафорически употребленные номинации: «*Главный эфир*», «*Прямой эфир*» (*эфир* в значении ‘телепрограмма, вещание, формат’); «*Телебарометр*» (лексема *барометр* узуально обозначает ‘прибор для измерения атмосферного давления’; но в составе ИС, да еще в сочетании с компонентом *теле-*, служит метафорическим наименованием программы, которая чутко реагирует на все происходящее в политике, экономике, общественной жизни, культуре и спорте и оперативно доносит новостную информацию до своего адресата); «*Контуры*» (узуальное значение ‘внешнее очертание предмета’ в гемерониме расширяется до ‘общая картина новостного потока’; более того, связь с телевидением усиливается за счет графической игры с названием – выделения цветом его фрагмента *ОНТ*); «*Панорама*» (по данным словарей, апеллятив имеет значения: ‘1) широкий вид какой-либо местности, открывающийся с высоты, с возвышенности’, ‘2) больших размеров картина с объемным первым планом, обычно помещаемая по стене круглого здания с верхним светом’; при переходе в ИС доономастическое значение мотивирующего слова трансформируется в ‘программа с широким спектром новостей’); «*Метеогид*» (создатели передачи, актуализировав в ее ИС семы ‘источник информации’, ‘информация’, обещают рассказать «самую актуальную и интересную информацию о погоде и природных явлениях») и др.

В название телеконтента (в виде атрибутивных словосочетаний с существительным) вовлечены **имена прилагательные** (11):

а) качественные (6): «**Главный эфир**», «**Актуальное интервью**», «**Полезная программа**», «**Специальный репортаж**» (ИС дают оценку, характеристику контента, подчеркивают его существенные признаки) и др.;

б) относительные (5): «**Информационный канал**», «**Юмористическая программа**» (с помощью адъектива конкретизируется жанр передачи), «**Центральное телевидение**» и др.

В анализируемом номинативном типе ИС зафиксирован телеоним (1), в образовании которого участвует **местоимение**: «**Твой Островец**» (ИС за счет притяжательного местоимения являет собой переплетение нескольких ТМ – «человек» (принадлежность, адресованность зрителю) и «информация»: благодаря языковой игре, построенной на капитализации, с помощью прописных букв подчеркивается связь с *ТВ*).

Привлекательными, запоминающимися, емкими выглядят теленоминации на базе фразеологизмов (5), которые приносят экспрессию, образность, обеспечивают узнаваемость: «**Обратная связь**» (‘получение информации о результатах действий’; ИС делает упор на интерактивном характере программы, ее интересе к мнению аудитории), «**Прямой эфир**», «**Прямая линия**» (‘канал прямой связи’, ИС подчеркивает непосредственную коммуникацию с целевой аудиторией) и др. Воспроизводят живую реакцию на неожиданную, интересную информацию, носят современный, неформальный характер телеонимы «**Вот так новости**» и «**Ничего себе ньюз**» (включают в свой состав фразеологизированные восклицания).

Таким образом, тематический мотив «информация» в исследуемом сегменте гемеронимии вербализуется преимущественно апеллятивной лексикой с абсолютным доминированием имен существительных. Фразеологические единицы усиливают прагматический потенциал названий, отражая общую тенденцию современной телевизионной номинации к выразительности, языковой игре на разных уровнях. В целом анализ того, каким образом ТМ «информация» отражается в гемеронимах, представляет интерес для понимания номинативных процессов в телевизионном дискурсе.

Список использованной литературы

1. Исследование показало, сколько времени белорусы проводят перед телевизором // Звезда : [сайт]. – URL: <https://zviazda.by/ru/news/20251205/1733394660-issledovanie-pokazalo-skolko-vremeni-belorusy-provodyat-pered-televizorom>. – Дата публ.: 05.12.2025.
2. Нухов, С. Ж. Игра шрифтом как модный графический прием языковой игры в медийных заголовках / С. Ж. Нухов // Вестник Башкирского университета. – 2018. – Т. 3, № 1. – С. 164–171.

3. Телевидение, интернет или печатная пресса? Социологи узнали предпочтения белорусов // Белорусский профессиональный союз работников строительства и промышленности строительных материалов : [сайт]. – URL: <https://stroy.1prof.by/news/no-category/televidenie-internet-ili-pechatnaya-pressa-sociologi-uznali-predpochteniya-belorusov>. – Дата публ.: 11.09.2024.

[К содержанию](#)

П. П. САЦУТА, В. А. КИНАХ

Гродно, ГрГМУ

Научный руководитель – Т. Н. Головач, старший преподаватель

ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С СОМАТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

В связи с повышением интереса к роли человеческого фактора в языке получает свое развитие в современной лингвистике исследование фразеологических единиц, содержащих слова-названия частей тела.

Как известно, соматические фразеологические единицы, в которых один или несколько компонентов выражены словами-названиями частей человеческого тела, представляют собой один из древнейших слоев языка, что обуславливает высокую частотность их употребления в разных языках. Соматические фразеологические единицы, как и другие фразеологизмы, требуют от переводчика определенных фоновых знаний, практического опыта, знания культурно-исторических традиций народа, говорящего на данном языке.

Соматическая фразеология считается одним из самых познавательных и в то же время недостаточно изученным направлением в современной лингвистике. Именно по этой причине исследование фразеологизмов «части тела» человека представляет для нас особый интерес.

Цель исследования – анализ семантических особенностей фразеологизмов русского и английского языков, содержащих соматический компонент.

Предметом исследования являются фразеологические единицы с соматическими компонентами, означающими части тела. Методом сплошной выборки нами проанализировано свыше 500 фразеологических единиц.

Как известно, в основе процесса фразеологизации лежит метафоризация, так как именно метафора позволяет концептуализировать действительность, обобщать, категоризировать человеческий опыт.

Анализируя фразеологические единицы с точки зрения перевода, мы выявили, что наиболее часто встречающийся тип фразеологизмов – это

частичный эквивалент, имеющий грамматические, лексические или образные расхождения. Например, фразеологизм английского языка *put one's nose in* – ‘совать свой нос куда не следует / вмешиваться в чужие дела’, *have an old head on young shoulders* – ‘быть умным не по годам’.

Также стоит отметить двойственную природу невербального соматического языка, который не менее важен, чем речевой акт. С одной стороны, биологическое проявление, то, что является произвольным, например ‘бледный как смерть’, т. е. побледнеть от страха – *as pale as dead*. С другой стороны, то, что приобретает человеком в процессе социализации, это намеренные и произвольные движения, например, ‘почесать затылок’, т. е. быть чем-либо озадаченным – *scratch one's head*, ‘потирать руки’, т. е. радоваться чему-либо – *rub one's hands*.

Двойственность языка тела указывает на наличие, как универсальных знаков, так и специфически, которые используются в рамках определенной культуры. Осознание этого приводит к быстрому пониманию собеседника, успешной коммуникации с ним.

Необходимо отметить, что не всегда удастся найти в двух языках более или менее точные эквиваленты фразеологических единиц. В русском языке фразеологизм ‘ветер в голове’ не рассматривается как эквивалент *wind in the head* – зазнайство.

Исследователи фразеологии предлагают различные классификации эквивалентности, характерные для фразеологических единиц неродственных языков. При сходстве содержания и формы, когда перевод фразеологической единицы возможен одним единственным образом, говорят о моноэквивалентности. Например: *take smth. into one's (own) hands* – ‘брать что-либо в свои руки’, *right hand* – ‘правая рука’, *lose one's head* – ‘потерять голову’, *hold one's tongue* – ‘придержать язык’, *the naked eye* – ‘невооруженный глаз’, *twin soul* – ‘родственная душа’.

Различают полную и частичную моноэквивалентность. Полные или абсолютные эквиваленты не представляют трудностей для перевода фразеологизмов. Русские моноэквиваленты английских фразеологизмов совпадают с ними по значению, лексическому составу, образности, стилистической направленности и грамматической структуре. Например: *clean hands* – ‘чистые руки’.

Частичные моноэквиваленты делят на лексические и лексико-грамматические. Русские эквиваленты, которые совпадают по стилистической окраске, близки по образности английским фразеологизмам, но при этом могут не совпадать по лексическому составу, считаются лексическими частичными моноэквивалентами. Например: *get one's hand in* – ‘набивать руку’.

Лексико-грамматическими частичными моноэквивалентами можно назвать русские эквиваленты английских фразеологических единиц,

которые совпадают с ними по значению, стилистической окраске и образности, но отличаются числом, формой и т. д. Например: *at first hand* – ‘из первых рук’.

Если же перевод фразеологизмов-соматизмов возможен лишь при помощи фразеологического синонима, то речь идет о безэквивалентности. К данной группе относят:

- 1) понятия и явления, которые отсутствуют в другом языке;
- 2) фразеологические единицы, образованные на основе переосмысления значения, которое присутствовало у соматизма одного языка и отсутствовало у соматизма другого языка.

Стоит также упомянуть о различиях американских и британских реалий, что также находит свое отражение в ряде безэквивалентных фразеологических единиц с компонентами-соматизмами. Исследователи подразделяют их на несколько групп:

- 1) фразеологические реалии, т. е. устойчивые сочетания, которые обозначают предметы, явления, события, характерные лишь для данного народа. Например: *catch the Speaker's eye* – ‘попросить слово в Британском Парламенте’, *mouth full of South* – ‘южный акцент’.

- 2) фразеологические лакуны – устойчивые сочетания, референты которых существуют в разных языках, при этом в одном варианте существуют определенные устойчивые сочетания, а в другом варианте таких устойчивых сочетаний нет. Очень часто к данной группе относят экспрессивные оценочные номинации качеств, черт личности, характера, внешнего вида человека. Например: *potty mouth* – ‘матерщинник’.

Глагольные фразеологические единицы с компонентом-соматизмом иногда характеризуются более сложным понятийным содержанием. Когда не удастся подобрать точный и понятный эквивалент, применяют описательный перевод. Например: *have an eye for (on) the main chance* – ‘преследовать некие корыстные цели, стремясь к личному обогащению’.

Стоит отметить, что большинство лингвистов строят свои классификации на степени совпадения лексико-семантического и грамматического уровней, при этом остаются вне поля зрения фразеологические единицы, которые не обладают формальным сходством, но могут служить адекватными соответствиями в смысловом отношении. Например: ‘держат ухом востро’ – *to keep one's eyes open*.

Многие соматизмы могут получать символические значения, вытекающие из их основных. Например, *hair* – неотъемлемая часть головы и самостоятельный элемент, ‘получающий какой-либо образ’ (*to split hairs*).

Определенные различия существуют в выражении эмоций, ввиду разницы в языковых картинах мира, русскому соматизму *душа* соответствует *heart*. Например: ‘душа ушла в пятки’ – *one's heart sank into one's boots*.

Таким образом, фразеологические единицы с компонентами-соматизмами обнаруживают аппроксиматическую тождественность в языках, что обусловлено реалиями и культурными различиями языковых коллективов. Такие фразеологические единицы представляют наибольший интерес и одновременно трудности при переводе, так как для их понимания необходимо владеть в том числе и лингвострановедческими знаниями.

Список использованной литературы

1. Блюм, А. Семантические особенности соматической фразеологии / А. Блюм. – М. : АСТ-пресс, 2000. – 15-20 с.
2. Кунин, А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 2003.

[К содержанию](#)

Е. Л. СЕМЕНЮК

Минск, БГУ

Научный руководитель – С. В. Воробьева, канд. филол. наук, доцент

СЕМАНТИКА И ЭТИМОЛОГИЯ ОРНИТОНИМОВ – НОМИНАЦИЙ МЕЛКИХ ХИЩНЫХ ПТИЦ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Язык представляет собой относительно стабильную, адаптивную систему, в которую входят различные объединения номинативных единиц, семантически связанных между собой. Одним из объединений является тематическая группа – совокупность слов, сопряженных одной темой по экстралингвистическим параметрам [2, с. 400]. Такой тематической группой являются номинации хищных птиц в составе тематической системы «Орнитонимы». Рассмотрим номинации некоторых видов мелких хищных птиц – **чеглока** (*Falco subbuteo*), **дербника** (*Falco columbarius*) и **кобчика** (*Falco vespertinus*) в сопоставительном аспекте.

Первая номинация *чеглок* буквально означает ‘сокол-подканючник’, что указывает на тесную связь вида с другими хищными птицами – канюками, чеглоки – их «помощники» или «соседи». Согласно В. М. Галушину, номинация *чеглок/челиг* ранее относилась к самцам ловчих соколов (*балобан, сапсан, кречет*) [1, с. 90]. Этимология слова, возможно, связана с древнерусским **чегль* в значении ‘исконный, подлинный’ [8, Т. IV, с. 323], либо же с **щегол*, **цегл* (‘одинокый, единственный’). Чоглок – ‘небольшой сокол’ (В. Даль).

С точки зрения семантики, номинация имеет 3 значения: **орнитологическое** (вид данного сокола), **атрибутивное** (принадлежность к родовому понятию *сокол*) и **охотничье**. Наиболее ранее упоминание лексемы в Национальном корпусе русского языка зафиксировано в «Путешествии в Уссурийском крае» (1870) Н. М. Пржевальского: «Скользя над самой землею, плавно летает лунь и быстро носится сокол чеглок...» [5].

Английский эквивалент – существительное *hobby*, также допускающее вариант *hoby*, употребляющийся в орнитологическом значении ‘a small species of falcon, *Falco subbuteo*, formerly flown at larks and other small birds’ (досл. ‘небольшой сокол, *Falco Subbuteo*, ранее использовавшийся для охоты на жаворонков и других мелких птиц’). Впервые зафиксирован около 1440 г. в *Promptorium Parvulorum* – англо-латинском двуязычном словаре. Этимон слова имеет французское происхождение – *hobé*. В английском языке этот вид также известен как *hobby-hawk* (южный региональный вариант, 1570), что указывает на атрибутивное значение. Несколько ранее, около 1430 г. отмечается охотничье значение в выражении *to hawk with a hobby*, употреблявшемся в качестве глагола [10].

Перейдем к следующей лексеме – *дербник*. Ее этимология скорее всего связана со старинным *дремлиг* или *дремлик*, под которыми дербник был известен у соколятников, а также нескольких славянских народов [2, с. 96]. Имеются и другие названия данного вида: *дробник* (небольшой размер для охоты на воробьиных птиц), *дербничек*, *дербушок*, *соколóк* (мелкий в иерархии соколов по сравнению с сапсаном и другими охотничьими видами), *мышатник* [9]. Они свидетельствуют о первичности охотничьего значения: «Ястребцовъ къ куропаткамъ, но болѣе къ перепелкамъ; дербниковъ же только къ жаворонкамъ». Наиболее ранняя регистрация орнитонима в Национальном корпусе русского языка датируется 1762 г. в «Путешествии китайского посланника к калмыцкому Аюке-хану» А. Л. Леонтьева [5].

По семантике это слово обозначает самого маленького сокола, более северного по отношению к чеглоку, размером с дрозда-рябинника [4, с. 27]. В толковых словарях номинация не регистрируется [7]. Также имеет орнитологическое и атрибутивное значения.

Русскоязычной лексеме *дербник* соответствует английская *merlin* в орнитологическом значении ‘a small falcon, *Falco columbarius*, of North America and northern Eurasia, with pale brown streaked underparts, a barred tail, and a back which is slate blue (in the male) or dark brown (in the female)’ (досл. ‘небольшой сокол вида *Falco columbarius*, обитающий в Северной Америке и северной части Евразии, с бледно-коричневыми полосами на нижней части тела, полосатым хвостом и спиной синевато-серого (у самцов)

или темно-коричневого (у самок) цвета'). В XVII в. под *merlin* имелись в виду самки, в то время как самцы идентифицировались по приставке *jack-* – *jack-merlin*. Как известно, в английском языке имя собственное *Jack* может переходить в разряд нарицательного и служить для различения мужской особи животного. В конце XIX в. некоторые орнитологи использовали данный орнитоним для номинации видов подгруппы рода *Falco*, в которую входили *merlin* и *red-headed falcon*, *F. Chicquera* (Номинация *red-headed falcon* в современных источниках нами не обнаружена. Сейчас это вид сокола – *турумти* (*red-necked falcon*)). Этимомом номинации *merlin* является англо-норманская форма *merlyon* в ранней версии Библии Уиклифа до 1382 г., происходит от французского *merilun*. Также в корпусе Оксфордского словаря указана форма *pigeon hawk* (1782) как североамериканский, редко используемый вариант, поскольку этот сокол охотится в том числе и на голубей. Другие номинации вида: *esalon* (1572) как орфографически неверный от латинского *æsalon* ('the name of a bird of prey' (досл. 'название хищной птицы'), 'the rust-kite or moor-buzzard' (досл. 'красный коршун или болотный лунь')), *merlin hawk* (1572), *stone falcon* (1656), а также *stone hawk* (1636). Дериватами являются *merlion*, который в геральдике употребляется в значении 'a representation of a bird with either no feet or neither feet nor beak' (1500) (досл. 'изображение птицы без ног или без клюва и ног'), а также *merle* (1832, то же, что и *merlin*) [10].

Третьим рассматриваемым в данной работе орнитонимом является *кобчик*. Этимология слова *кобчик* восходит к древнерусской форме *кобец*, которая обозначает 'мелкого охотничьего сокола', подразумевая не только кобчика, но и два вышеперечисленных вида. Для сравнения: французское название вида *kobez* позаимствовано из древнеславянского [8, Т. 2, с. 267]. Вероятно, родственно древневерхненемецкому *habuh*, древнеисландскому *haukr*, средневерхненемецкому *habich*, *habesch* 'ястреб'. Кобчик – уменьшительное от древней основы **коб* (дословно 'маленький сокол', 'соколок') [3].

С точки зрения семантики, слово обозначает небольшого сокола с длинными крыльями [6]. В Национальном корпусе русского языка лексема датирована 1848 г. в рассказе «Смерть» И. С. Тургенева: «...Ястреба, кобчики, пустельги со свистом носились над неподвижными верхушками» [5]. Для лексемы также характерны 3 вышеперечисленных значения.

Английский эквивалент *red-footed falcon* основан на описательном дифференцирующем критерии: 'either of two small, migratory falcons, *Falco vespertinus* of eastern Europe and central Asia and *F. amurensis* of eastern Asia, the males of which are mainly dark slate-grey with red legs and feet' (досл. 'один из двух мелких перелетных соколов Восточной Европы и Центральной Азии, самцы которых в основном темно-синевато-серые с красными ногами'). Атрибутивное значение в корпусе Оксфордского словаря

не зарегистрировано. Наиболее раннее упоминание зафиксировано в работе английского натуралиста Прайдокса Джона Селби в 1833 г. Исторический тезаурус Оксфордского словаря указывает на использование в 1829 г. орнитонима *red-legged falcon* под вышеуказанным значением [10].

Проведенный анализ показал, что в основу номинации рассмотренных мелких хищных птиц как в русском, так и в английском языке положен описательный дифференцирующий критерий (размер, окрас тела). Русские и английские орнитонимы совпадают по трем значениям, за исключением *red-footed falcon*, отсутствие атрибутивного значения которого объясняется невозможностью изолированного употребления эпитета *red-footed* и его сочетаемости с существительным *falcon* (ср. *hobby* и *hobby falcon*). Лексема *дербник* не обнаружена в толковых словарях, для номинации данного вида используются народные названия. В охотничьем значении в качестве народного названия может использоваться общеупотребительная лексема *hawk*, характерная для наименований соколов и ястребов. Этимология русских орнитонимов – древнеславянская, английских – французская, у *red-footed falcon* – английская. Исконное значение для русских и английских орнитонимов охотничье, за исключением орнитологического *red-footed falcon*.

Таким образом, орнитонимы – номинации мелких хищных птиц в русском и английском языках демонстрируют как сходства, так и различия. Сходства обнаруживаются в признаках, положенных в основу номинации, и в наличии разновидностей значений – орнитологического, охотничьего и атрибутивного. Также общим для двух языков является наличие для рассмотренных видов синонимичных номинаций и народных названий. Различия проявляются в этимологии орнитонимов и в эволюции их семантики.

Список использованной литературы

1. Галушин, В. М. Хищные птицы леса / В. М. Галушин. – М.: Лесная промышленность, 1980. – 158 с.
2. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5-е изд., испр. и доп. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.
3. Лебедев, И. Г. Значение и этимология некоторых русских названий хищных птиц и сов фауны России / И. Г. Лебедев, В. М. Константинов // III конференция по хищным птицам Восточной Европы и Северной Азии: Материалы конференции, 15–18 сент. 1998 г. – Ставрополь: СГУ, 1999. – Часть 2. – С. 80-96. – URL: <https://winter-birds.narod.ru/page15.htm> (дата обращения: 10.05.2026).
4. Мосалов, А. А. Птицы России. Определитель / А. А. Мосалов, П. М. Волцит // М.: АСТ, 2019. – 94 с.
5. Национальный корпус русского языка: [сайт]. – URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 12.05.2026).
6. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – URL: <https://ozhegov.slovaronline.com/> (дата обращения: 10.05.2026).

7. Словари и энциклопедии на Академике. – URL: <https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=дербник&from=ru&to=xx&did=&stype=0> (дата обращения: 12.05.2026).

8. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. / М. Фасмер. – 2-е изд., стер. – М. : Прогресс, 1987. – 4 т.

9. Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона / Словари онлайн. – URL: <https://rus-brokgauz-efron.slovaronline.com/46569> (дата обращения: 12.05.2026).

10. Oxford English Dictionary. – URL: <https://www.oed.com/> (date of access: 12.05.2026).

[К содержанию](#)

В. О. СЕРООКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

ЧЕРНЫЙ ЦВЕТ В КАРТИНЕ ПОЭТИЧЕСКОГО МИРА

А. А. БЛОКА

В период становления информационного общества особое значение приобретает анализ уже существующих и поиск новых каналов доставки информации до массовой аудитории и до отдельного человека. Широкое распространение аудиовизуальных средств сообщений подтверждает, что звук и цвет являются важными элементами в передаче смысла. Они не ограничиваются передачей готовых образов, но и активно стимулируют воображение адресата, способствуя формированию новых образов. Особенно интересен аспект обозначения цвета в литературе. Цвет всегда имел символическую нагрузку в сознании носителей языка, причем символические значения могут быть как общими для языкового коллектива, так и индивидуальными.

Русские поэты традиционно уделяли особое внимание цветовым обозначениям в своих произведениях, что особенно ярко проявляется в творчестве поэтов-символистов и акмеистов, где цветовые символы играют ключевую роль в создании поэтических образов и передаче эмоционального состояния. Символисты использовали цвета для создания многослойных смыслов и ассоциаций, в то время как акмеисты стремились к большей точности и конкретности, используя цвет для четкого выражения своих идей и настроений. Именно этим объясняется наш интерес к творчеству крупнейшей фигуры русского символизма – А. А. Блока.

Объектом нашего исследования являются обозначения черного цвета в поэзии А. А. Блока. Предмет исследования – символические значения и стилистические функции таких колоронимов в идиостиле А. А. Блока.

Материалом послужили 179 обозначений черного цвета из 1359 текстов А. А. Блока общим объемом 113 317 слов, включенных в поэтический корпус Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ) [6].

Функции колоронимов уже не раз становились объектом внимания лингвистов: различные перечни функций предлагали такие исследователи, как В. И. Макеенко [4, с. 149], В. Г. Кульпина [3], Е. А. Горн [2] и др.

Классификация В. Г. Кульпиной ориентирована на описание функций колоронимов в языке, но не подходит для художественных текстов. В. И. Макеенко, по сути, называет только номинативную функцию, остальные лишь косвенно описывает. Классификация Е. А. Горн связывает функции колоронимов с системой типов выдвижения: сцепление, конвергенция, сильная позиция и обманутое ожидание. Я. Е. Матросова предложила следующую классификацию [5]:

1. Номинативная функция: колороним прямо указывает на цвет объекта (*красный ковер, синяя юбка* и т. д.) и не играет особой роли в создании смысла текста. Для этой функции Я. Е. Матросова выделяет три разновидности: а) **собственно-номинативный подтип:** колоронимы «лишь называют цвет того или иного объекта, не подразумевая никаких дополнительных смыслов и не внося двуплановости» [5]; б) **уточняюще-номинативный подтип** «состоит в том, что цвет не просто называется, а уточняется его оттенок» [5]; в) **художественно-номинативный подтип:** «здесь на передний план выходит цель не конкретизировать оттенок, а внести большую степень выразительности», что проявляется «в отказе от наиболее узуальных (и, следовательно, более стертых) обозначений цвета в пользу более выразительных» [5].

2. Символическая функция. По определению В. И. Макеенко, «Суть символической функции состоит в том, что в определенном контексте у колоронимов появляется дополнительное значение: цветоименование начинает не только называть цвет объекта, но и отсылать к другому объекту или понятию» [4]. Я. Е. Матросова выделяет три типа цветового символизма: а) архетипический, понимаемый как «наиболее общие и размытые, но универсальные ассоциативные связи», присущие тому или иному колорониму (например, для носителей русского языка с черным цветом ассоциируются трагедия, траур: «В художественной литературе именно темные тона используются чаще всего для описаний, связанных со смертью или страхом, отсюда возникает, например, и литературный архетип “черного человека”» [1, с. 170]); б) культурный, т. е. связь колоронимов «с неким затекстовым понятием», но «архетипические символы связаны с психологическими понятиями, тогда как культурные – с деятельностью человека, они более конкретны и материальны» [5]; в) авторский символизм – связь, которая «существует только в рамках

текста», «задается самим автором, а не существует в сознании интерпретатора изначально, она носит частный характер» [5].

3. **Образно-структурная функция** заключается в том, что колороним «встраивается в образно-ассоциативную структуру текста, участвуя в формировании его смысла», она «не подразумевает наличие у отдельных колоронимов каких-либо дополнительных смыслов, сами по себе они ничего не значат» [5], но могут, как пишет И. В. Макеенко, «выполнять ряд стилистических задач, связанных с организацией всего текста или отдельных его частей» [4, с. 105] и «включаться в структуру всего художественного произведения» [4, с. 106].

Обозначения черного цвета играют важную роль в цветовой картине мира А. А. Блока, что подтверждается количественными данными, полученными из НКРЯ: чаще черного (179) используются лишь обозначения белого (221) и красного (213) цветов.

С помощью черного цвета поэт часто описывает результаты человеческой деятельности (47): элементы одежды (*черный платок, черное платье, черный фрак* и мн. др.), ткани (*черный бархат, черный шелк* и др.), аксессуары (*черный веер, черная маска, черный мех* и др.), постройки и их элементы (*черный город, черная труба, черная стена* и др.), транспортные средства (*черная колесница, черный поезд, черный мотор*) и т. п. В 13 случаях А. Блок характеризует исследуемым колоронимом человека в целом (*черный звонарь, черный монах, черный раб, черная царица, черная дева* и др.). Еще в 18 примерах *черный* определяет соматизмы (*черные очи, черная кровь, черный рот, черные жилища* (мн. ч. сущ. жила) и др.).

Природные объекты и явления описаны как черные 27 раз: *черная Висла, черное небо, черная туча, черная земля, черные скалы, черный ветер, черная вода, черные сучья, черная роза, черная звезда* и др. Животные и их части называются черными 13 раз: *черный ворон, черный орел, черные перья, черные крылья, черный конь, черная змея, черная пасть, черные птицы* и др.

Наиболее выразительны примеры, в которых словом *черный* характеризуются абстрактные понятия (50): названия чувств (*черная ревность, черная злоба, черный гнев*), их проявлений (*черный смех, черный взгляд*), проявления умственной деятельности (*черная загадка, черные мысли*), описания состояний человека (*черный бред, черный сон*) и мн. др.

В лирике А. А. Блока *черный* часто ассоциируется с мрачными и тяжелыми переживаниями. Например, в стихотворении «Слабеет жизни гул упорный...» *черный* цвет символизирует завершение, смерть, конец жизни, а также отчаяние, пустоту и угасание надежды: «*И некий ветер сквозь бархат **черный** / О жизни будущей поет*» [6]. Этот символизм проявляется через образ «черной свечи», которая, сгорая, знаменует собой завершение земного пути, отражая общее настроение упадка и тоски.

В стихотворениях А. А. Блока черный цвет символизирует пустоту, одиночество, духовное опустошение: *«На дне твоей души, безрадостной и **черной**, / Безверие и грусть»*; *«Надо мной небосвод уже низок, / **Черный** сон тяготеет в груди»*; *«Ты – как отзвук забытого гимна / В моей **черной** и дикой судьбе»*; *«Как не бросить все на свете, / Не отчаяться во всем, / Если в гости ходит ветер, / Только дикий **черный** ветер, / Сотрясающий мой дом?»* [6]. Этот цвет противопоставляется светлым образам и указывает на внутренний кризис лирического героя.

Черный цвет для поэта – символ трагедии, смерти и бездны и вызванного ими ужаса: *«Еще страшнее жизни мгла / (Еще **чернее** и огромней / Тень Люцеферова крыла)»*; *«Все будет **чернее** страшный свет, / И все безумней вихрь планет / Еще века, века!»*; *«Дома растут, как желанья, / Но взгляни внезапно назад: / Там, где было белое зданье, / Увидишь ты **черный** смрад»*; *«Я брошусь в **черный** день со скал / В морские волны бурные»* [6].

Этот цвет может указывать на непознанное, загадочное или скрытое. Например: *И некий ветр сквозь бархат **черный** / О жизни будущей поет; И **черными** змеями / Распуталась коса. / И змеи окрутили / Мой ум и дух высокий / Распяли на кресте»*; *«Ищу огней – огней попутных / В твой **черный**, ведовской предел»*; *«В душе весну будит Её весна, / Но ум сжимает диавол **черный**»* [6].

Колороним *черный* у А. А. Блока встречается в образе «черной злобы», которая является предвестием грядущих перемен: *Живые спят. Мертвец встает из гроба, / И в банк идет, и в суд идет, в сенат... / Чем ночь белее, тем **чернее** злоба, / И перья торжествующе скрипят* («Как тяжело мертвецу среди людей...»); *Злоба, грустная злоба / Кипит в груди... / **Черная** злоба, святая злоба...* (поэма «Двенадцать») [6]. Черный цвет символизирует тьму, зло, хаос и победу стихийных сил. Он олицетворяет не только внешний мир, погруженный во тьму, но и внутреннее состояние героя, его «черную злобу». Этот цвет создает мрачное настроение и отражает трагический и хаотический ход событий.

Таким образом, в поэзии А. А. Блока преобладают символическая и образно-структурная функции колоронимов, которые становятся ключевыми элементами формирования подтекста и смысловой многоплановости. Черный цвет символизирует тайну, страх, страдание, а также хаос, тьму и разрушение старого мира. Он также может означать тревогу и неотвратимые перемены, особенно в контексте революционных событий.

Список использованной литературы

1. Большакова, А. Ю. Литературный архетип / А. Ю. Большакова // Литературная учеба. – 2001. – № 6. – С. 169–173.

2. Горн, Е. А. Проблема номинации форм цветообозначения в современной гуманитарной науке / Е. А. Горн // Язык и культура. – 2013. – № 7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-nominatsii-form-tsvetooboznacheniya-v-sovremennoy-gumanitarnoy-nauke> (дата обращения: 09.03.2026).

3. Кульпина, В. Г. Программа спецкурса «Актуальные проблемы лингвистики цвета как научного направления сопоставительного языкознания» / В. Г. Кульпина // Вестник МГУ. – 2008. – № 2. – С. 197–205.

4. Макеев, В. И. Семантика цвета в разнотипных языках: универсальное и национальное : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Макеев Ирина Васильевна ; Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 1999. – 258 л.

5. Матросова, Я. Е. Функции терминов цветообозначения в художественном тексте / Я. Е. Матросова // Вестник ВГУ. – 2021. – № 1. – С. 14–21.

6. Национальный корпус русского языка : [сайт]. – URL: <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 10.04.2026).

[К содержанию](#)

М. Ю. СИВАК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

ПЕРЕДАЧА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ «КНИГИ ДЖУНГЛЕЙ» Р. КИПЛИНГА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Анализ переводческих стратегий, примененных к ономастике «Книги джунглей» Редьярда Киплинга, демонстрирует высокую степень системности и теоретической обоснованности. Обработка имен собственных в художественном переводе – это всегда зона напряженного взаимодействия двух языковых картин мира, требующая от переводчика не только технического мастерства, но и культурно-смысловой интуиции.

В «Книге джунглей» ономастическое пространство произведения искусственно конструируется автором на стыке индийских реалий и условной мифологии мира зверей. Следовательно, переводчик стоит перед дилеммой: сохранить экзотическую «инаковость» и фонетическую аутентичность имени или адаптировать его к привычной для читателя языковой системе, потенциально нивелируя оригинальный колорит. При анализе текстов было обнаружено 18 случаев трансформаций имен собственных.

1. **Трансплантация** (1 случай) – точное воспроизведение графической формы имени: *Akela* (букв. ‘Акела’) *never even twitched his ears* [2, с. 17] → *Но Акела даже ухом не повел* [1, с. 3].

2. **Транскрипция** (10 случаев) – передача звукового облика имени с учетом фонетических и орфографических норм русского языка: *It was Bagheera* (букв. ‘Багира’), *the Black Panther, inky black all over, but with the*

panther markings showing up in certain lights like the pattern of watered silk [2, с. 19] → Это была **Багира**, черная пантера, черная вся сплошь, как чернила, но с отметинами, которые, как у всех пантер, видны на свету точно легкий узор на муаре [1, с. 4].

Аналогично: **Mowgli** (букв. ‘Маугли’), *for Mowgli the Frog I will call thee* [2, с. 14–15] → О **Маугли** – ибо Лягушонком Маугли я назову тебя [1, с. 3].

It was seven o'clock of a very warm evening in the Seeonee hills (букв. ‘Сионийские горы’) *when Father Wolf woke up from his day's rest...* [2, с. 3] → Было семь часов знойного вечера в **Сионийских горах**, когда Отец Волк проснулся после дневного отдыха... [1, с. 1].

3. **Транслитерация** (1 случай) – побуквенная замена графического состава слова при переходе с латиницы на кириллицу: *And it is I, Raksha [the Demon], who answer. The man's cub is mine, Lungri* (букв. ‘Лунгри’) – *mine to me!* [2, с. 13] → А отвечаю я, Ракиша (Демон): человеческий детеныш мой, **Лангри**, и останется у меня [1, с. 3].

4. **Субституция** (6 случаев) – замена имени другим, генетически близким, с общей этимологией: *What have the Free People* (букв. ‘свободные люди’) *to do with a man's cub?* [2, с. 17] → Зачем **Свободному Народу** человеческий детеныш? [1, с. 3].

Аналогично: *It was the jackal – Tabaqi, the Dishlicker* (букв. ‘Табаки, облизывающий посуду’) – *and the wolves of India despise Tabaqi because he runs about making mischief, and telling tales, and eating rags and pieces of leather from the village rubbishheaps* [2, с. 4] → Это был шакал, **Лизоблюд Табаки**, – а волки Индии презирают Табаки за то, что он рыщет повсюду, сеет раздоры, разносит сплетни и не брезгает тряпками и обрывками кожи, роясь в деревенских мусорных кучах [1, с. 1].

The Lone Wolf (букв. ‘одинокый волк’) *must have sprung and missed his hold, for Mowgli heard the snap of his teeth and then a yelp as the Sambhur knocked him over with his fore foot* [2, с. 34] → Должно быть, **волк-одиночка** прыгнул и промахнулся, потому что Маугли услышал щелканье его зубов и короткий визг, когда олень сииб Акелу с ног передним копытом [1, с. 7].

Анализ показывает, что выбор способов перевода соответствовал типу имени, демонстрируя осознанный подход к каждому элементу текста. Стратегия перевода удачно совмещала сохранение оригинальных особенностей и адаптацию для русскоязычных читателей. Благодаря этому создается ощущение настоящей Индии, сочетающейся с элементами сказки. Измененные имена способствуют формированию единого, красивого и доступного читателю мира. Таким образом, собственные имена в переводе не являются случайностью, а выступают частью хорошо продуманной системы, важной для качества и художественного уровня текста.

Список использованной литературы

1. Киплинг, Р. Книга Джунглей / Р. Киплинг // пер. Н. Дарузес. – 1922. – URL: <https://bookshake.net/r/knigi-dzhungley-dzhofez-redyard-kipling> (дата обращения: 01.05.2026).
2. Kipling, R. The Jungle Book / R. Kipling // Library of Congress. – New York, 1894. – URL: https://tile.loc.gov/storage-services/public/gdcmass-bookdig/junglebook00kipl_4/jungle-book00kipl_4.pdf (date of access: 01.05.2026).

[К содержанию](#)

М. Ю. СІВАК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – С. Ф. Бут-Гусаім, канд. філал. навук, дацэнт

ПАЭТАНІМІКОН ГІСТАРЫЧНАЙ ПРОЗЫ АНАТОЛЯ БЕНЗЕРУКА І МІКАЛАЯ ПЛАВІНСКАГА

Важнае месца ў сучаснай дзіцячай літаратуры займае гістарычная проза, якая прадстаўляе юнаму чытачу факты гісторыі Бацькаўшчыны ў займальнай, яркай, даступнай форме.

Аповесць Мікалая Плавінскага «Прыгоды Васількі з Брачыслаўля» расказвае пра хлопчыка, які жыў у адным з гарадоў Полацкага княства ў пачатку XI ст. – у час княжання Брачыслава. Аповесць «Мячы Грунвальда, альбо Дванаццаць абаронцаў караля» Анатоля Бензерука ўзнаўляе эпоху князя Вітаўта і караля Ягайлы. У аснове прыгодніцкіх сюжэтаў твораў – узнёслыя пачуцці і ліхварскія падманы, светлае каханне і жорсткія здрады. Па-мастацку ўваскрашаючы карціны мінуўшчыны, пісьменнікі ўмела выкарыстоўваюць вобразна-выяўленчыя магчымасці іменаслову перыяду ўзаемадзеяння язычніцкіх і хрысціянскіх імён.

Значнае месца ў анамастыконе гістарычнай прозы займаюць так званыя «**фонавыя онімы**»: назвы свят, бостваў, культавых пабудоваў, старажытных дзяржаў. Адною з найгалоўнейшых катэгорый наіўнага асэнсавання асобай свету з’яўляецца катэгорыя часу. Асабістае і грамадскае жыццё чалавека было звязана з пэўнымі святамі, якія ахутваліся магічнай тайнай. Таму геартонімы шырока прадстаўлены на старонках аповесцей. Гэта назвы як хрысціянскіх (*Вербная нядзеля, Раство Хрыстовае, дзень Святога Яна Хрысціцеля, дзень Рассеяння Апосталаў*), так і язычніцкіх (*Купалле*) свят. Чытач атрымлівае магчымасць назіраць, як праходзілі святочныя дні нашых продкаў. На старонках твораў прыводзяцца радкі старадаўніх святочных песень: *А ў горадзе тым свята – Вербная нядзеля. Чыста прыбраныя людзі да царквы пайшлі, святара слухаюць, Бога славяць,*

галінкі маладой вярбы асвятчаюць, песні добрыя пяюць: «Вярба б'е, не я б'ю, за тыдзень – Вялікдзень. Будзь здаровы, як вада, будзь багаты, як зямля» [1, с. 28]. Хоць з X ст. на нашых землях умацоўвалася хрысціянская рэлігія, але сляды былых язычніцкіх вераванняў трывала захоўваліся ў памяці, штодзённым жыцці, звычаях і абрадах. Так, у аповесці Мікалая Плавінскага распавядаецца пра пакланенне палачан святой крыніцы: *Пасярод яе з зямлі выбівалася крынічка, якую ўсе называюць Акмяніца. Вада ў гэтай крыніцы заўжды сцюдзёная і надзвычай смачная, а старыя людзі ўвогуле лічаць яе святой. Галіны дрэў, што раслі навокал паляны, былі абвешаныя рознымі дзіўнымі рэчамі. Чаго тут толькі ні было: рознакаляровыя стужачкі і анучкі, бронзавыя званочки і абярэгі, каралі са шкляных пацерак і нават манет, падвешаныя на шнурках. І як ні змагаецца з гэтай верай поп Лазар, але людзі працягваюць сюды патаемна прыходзіць зноў і зноў* [2, с. 5].

Каб перадаць асаблівасці светапогляду чалавека эпохі Сярэднявечча, пісьменнікі ўжываюць на старонках гістарычнай прозы **тэонімы** і **агіёнімы** – найменні багоў і святых. Так, ідучы на лёсавырашальную бітву, кароль звяртаецца па дапамогу да **Божай Маці**: *Ягайла ціхмяна маліўся, спяваючы «Багародзіцу»* [1, с.5]. Ваяры, героі аповесці А. Бензерука, перад бітвай натхняюцца воклічам, у якім гучаць імёны багоў (бога вайны і бога святла) – пакравіцеляў непераможных легіянераў Старажытнага Рыма: **Марс, Аполон** – *нас цэлы легіён* [1, с.41].

Атмасферу мінуўшчыны дапамагаюць перадаць такія «фонавыя» онімы, як бібліённы (Святое Пісьмо, **Біблія**), назвы ікон (**абраз Святога Францыска, ікона Маці Божай Новагародскай**), найменні духоўна-вайсковых рыцарскіх аб'яднанняў (**Ордэн Святой Дзевы Марыі Тэўтонскай**).

Стварэнню гістарычнага каларыту спрыяюць таксама ўжытыя ў кантэксце гістарычнай прозы **тапонімы**. Устарэлыя геаграфічныя найменні былі разгледжаны паводле іх суадносінаў з сучаснымі назвамі. Некаторыя ўстарэлыя онімы адрозніваюцца ад сучасных назваў асаблівасцямі гучання і словаўтваральнымі афіксамі. Гэта **фанетыка-словаўтваральныя археонімы**: **Браслаўль, Менск, Новагародак, Віцьбеск, Ваўкавыск, Берасце, Гародня, Вільня, Коўна**. У аповесці М. Плавінскага прыводзяцца звесткі пра паходжанне фанетыка-словаўтваральнага археоніма **Брачыслаўль** (сучасная назва **Браслаў**): *У Полацку валадарыць разумны і моцны князь Брачыслаў. Менавіта ён загадаў пабудаваць родны Васількаў горад, ад чаго той і называецца Брачыслаўлем* [2, с. 4–5]. **Гістарыёнімы** з'яўляюцца найменнямі дзяржаў і дзяржаўных саюзаў, якія зніклі з палітычнай і геаграфічнай карты, напрыклад: **Залатая Арда** (феадальная дзяржава на тэрыторыі Сярэдняй Азіі і Усходняй Еўропы ў XII–XV стст., якая трымала ў васальнай залежнасці рускія землі), **Падляшша**

(гістарычная вобласць на захадзе этнічнай тэрыторыі беларусаў у басейне Заходняга Буга і Нарава, у XIII–XIV стст. цалкам увайшла ў Вялікае Княства Літоўскае), *Чэшскае Каралеўства, Полацкае княства*. Гістарычны каларыт перадаецца праз выкарыстанне найменняў культавых збудаванняў, старадаўніх замкаў і рынкаў, дзе разгортваюцца падзеі твораў: *Чэрвеньскі манастыр, Крэўская вежа, Лідскі замак, Крывы замак, Ніжні замак, Крэміцэнскі замак, Мальбаргскі замак, Кобрынскі замак, Кракаўскі замак, Кракаўскі рынак*.

Галоўнае месца ў анамастычнай прасторы твораў М. Плавінскага і А. Бензерука займаюць *антрапонімы* – імёны, прозвішчы, мянушкі людзей. Аўтары раскрываюць юнаму чытачу старонкі гісторыі Радзімы. Таму ў творах не раз называюцца імёны рэальных гістарычных дзеячаў. Гэта найменні валадароў Полацкага княства *Рагвалода і Брачыслава* (аповесць «Прыгоды Васількі з Брачыслаўля») і правіцеляў дзяржаў XV ст.: імёны польскага караля *Уладзіслава Ягайлы*, літоўскага князя *Аляксандра Вітаўта*, князёў *Івана Гальшанскага, Льва Друцкага, Юрыя Наваградскага, Юрыя Пінскага, Міхаіла Заслаўскага, Януша Мазавецкага, Фёдара Данілавіча Астрожскага*, хана *Тахтамышы*, сына хана Залатой Арды *Джаладзіна*, чэшскага караля *Вацлава*, венгерскага караля *Сігізмунда*; імёны палкаводцаў: магістра Тэўтонскага ордэна *Ульрыха Юнгінгена*, камандора *Ліхтэніштайна*, маршала *Валенрода* (аповесць «Дванаццаць абаронцаў караля»).

Некаторыя вядомыя ў сусветнай гісторыі валадары мелі не толькі імёны, але і характарыстычныя празванні-мянушкі, што адлюстравана ў аповесці А. Бензерука: *Жыў-княжыў у Пінску слаўны гаспадар Юрый, па мянушцы Нос* [1, с.35]; *Комтур быў са старажытнага роду. Усе мужчыны ў сям’і насілі аднолькавае імя, Генрыхі – бацька, дзед, прадзед і гэтак ажно да Генрыхы Чэшскага і Генрыхы Рускага, заснавальнікаў роду. Яны атрымалі мянушкі не за тое, што адзін быў чэхам, а другі русінам. Зусім наадварот: адчайна і смела змагаліся продкі Плаўэна супраць славян, прыхоплівалі чужыя землі, на іх замкі свае будавалі, таму і стаў забойца чэхаў звацца Чэшскім, а забойца русаў Рускім* [1, с. 74].

Зафіксаваны ў аповесці А. Бензерука і даўні звычай надання дзіцяці імені таго святога заступніка, у свята якога нарадзілася дзіця. Так, пінская князеўна атрымала імя *Яна*, бо нарадзілася на дзень *Святога Яна: Янка – купальская дачка... Нарадзілася Яна ў Купальскую ноч, калі палалі кастры, плылі песні над жытнімі палямі і водамі, калі шукалі цудоўную кветку* [1, с. 40].

Ужываецца на старонках гістарычнай аповесці А. Бензерука і даўняя граматычная форма клічнага склону імені: *Глянь, Вітаўце, як на поўначы, на захадзе ўзняліся жалезнагалавыя пачвары* [1, с. 11].

Што да імёнаў персанажаў, створаных фантазіяй пісьменнікаў, то яны адлюстроўваюць мадэлі іменавання, якія існавалі ў перыяд узаемадзеяння язычніцкіх і хрысціянскіх онімаў. Так, некаторыя героі носяць язычніцкія імёны: дружыннікі *Жызнамір*, *Людаслаў*, *Гасцята*, *Хацен*, дачка дружынніка *Міласлава* (М. Плавінскі «Прыгоды Васількі з Брачыслаўля»), рыцары *Дабяслаў*, *Келбаса*, *Земавіт*, майстар *Яраслаў* (А. Бензярук «Дванацаць абаронцаў караля»). Частка персанажаў, якія прынялі хрысціянскую веру, носяць каляндарныя імёны: дружыннікі *Мікула*, *Дзімітр*, *Ян*, *Давыд*, *Навум* (М. Плавінскі «Прыгоды Васількі з Брачыслаўля»), каралеўскі духоўнік *Барташ*, святар *Мікалай* (А. Бензярук «Дванацаць абаронцаў караля»). Рэпрэзентам канатацыі цакроўнасці з'яўляецца апелятыў *айцец* у спалучэнні з іменем: *Заняткі праводзіў айцец Лазар у сваёй царкве. Вучні пісалі на адмысловых драўляных дошчачках, накрытых воскам, пры дапамозе бронзавых палачак* [2, с. 19]. Трапіўшы на славянскую глебу, каляндарныя імёны ўтварылі формы – выразнікі канатацый сацыяльнасці, эмацыянальнасці, ацэначнасці. Так, дзесяцігадовага сына дружынніка, галоўнага героя аповесці Мікалая Плавінскага, імянуюць *Васількам*.

З XII ст. на нашых землях стаў ужывацца такі кампанент антрапанімічнай лексікі, як *патранімічнае іменаванне*, утворанае ад імені ці мянушкі бацькі або продкаў па бацькаўскай лініі. Такія формы наймення маюць прадстаўнікі вышэйшых саслоўяў: *Прыставіў князь да дачкі выхавацеля – даўгавусага Кірышу Данілавіча, вопытнага ваяра* [1, с. 35].

Многія з імёнаў персанажаў дзіцячай гістарычнай прозы з'яўляюцца гаваркімі онімамі. Сэнс такіх празванняў раскрываецца праз спасціжэнне мастацкіх характараў, створаных пісьменнікам. Імя хуткага, імклівага, смелага каралеўскага пасланца, які пераадольвае ўсе перашкоды на сваім шляху, – *Збігнеў Чайка*. Унутраная форма імені раскрываецца праз характарыстыку носьбіта наймення, якая гучыць з вуснаў падканцлера Каралеўства Польскага: *Чайка – самы адважны і надзейны, хто і на крылах бурана данясе добрую вестку* [1, с. 12]. Мастацкі эфект ва ўжыванні антрапоніма ствараецца за кошт аманімічнага каламбура. А. Бензярук абыгрывае семантыку этымона язычніцкага імені, ужытага ў складзе адмоўнага параўнання: *Не над морам ляціць чайка. Мільгаюць над высокімі снягамі капыты гарачых коней. Удзень сонца асвятляе доўгую дарогу, рагаты месяц уначы. Нясуцца коні, коўзаюцца крытыя сані. Услед прыспяшаецца невялічкі атрад вершнікаў. Меладычна звіняць бомы, бы з заснежаным лесам гамоняць. Важны чалавек едзе: каралеўскі пасланец вязе грамату Вітаўту* [1, с. 12].

Такім чынам, у гістарычнай прозе М. Плавінскага і А. Бензера сродкам мастацкага адлюстравання фактаў і постацяў далекага мінулага з'яўляюцца насычаныя нацыянальна-культурнай інфармацыяй уласныя

імёны, якія становяцца адным з найважнейшых спосабаў выражэння светапогляду нашых продкаў-славян.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Бензярук, А. Мячы Грунвальда, альбо Дванаццаць абаронцаў караля / А. Бензярук. – Мн. : Мастацкая літаратура, 2012. – 130 с.
2. Плавінскі, М. А. Прыгоды Васількі з Брачыслаўля / М. А. Плавінскі. – Мн. : Беларусь, 2016. – 68 с.

[К содержанию](#)

П. А. СКОРОХОД

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛЕВЫЕ РАЗЛИЧИЯ В АВТОРСКИХ ПЕРЕВОДАХ

«Художественный перевод – это своеобразный вид литературного творчества, предполагающий воссоздание художественного текста одного языка средствами другого» [10]. Однако традиционно художественный перевод понимается как работа одного человека над текстом другого. Хотя в белорусской литературе существует такой феномен, как авторский перевод. В белорусской культуре, где люди находятся в условиях билингвизма, термин «авторский перевод» уже начинает пониматься не как перевод автором своего произведения, а как создание новой, уникальной работы. Это связано с тем, что автор не обязан быть буквально точным, а может вносить изменения, сокращения, уточнения или дополнения.

В силу семантических, грамматических, социокультурных различий между исходным языком и языком перевода невозможно избежать потерь и добавлений информации при переводе [5, с. 31]. Например, английский теоретик перевода С. Баснетт-МакГир (S. Bassnett-McGuire) утверждает, что, соглашаясь с принципом «неодинаковости» двух языков, следует признать неизбежность потерь и добавлений в процессе перевода [9, с. 30]. Другой специалист Ю. Найда (E. Nida) считает, что «все типы перевода включают в себя: 1) потерю информации, 2) добавление информации и/или 3) искажение информации» [11, с. 27]. В. Н. Комиссаров отмечает, что «абсолютная тождественность перевода оригиналу недостижима, и это отнюдь не препятствует осуществлению межкультурной коммуникации» [3, с. 16].

Авторский перевод занимает особое место в теории переводоведения, поскольку в этом случае процессы восприятия исходного текста

и воссоздания его на другом языке совмещены в одной языковой личности. Это приводит к специфическим функционально-стилевым изменениям. Как отмечает Л. Л. Нелюбин, «при авторском переводе наблюдаются мотивированные изменения образной структуры либо лексического наполнения, направленные на достижение коммуникативно-функциональной и художественно-эстетической адекватности текстов» [4]. Основная задача таких изменений – не столько формальная точность, сколько воссоздание целостного художественного впечатления.

Анализ стилистических трансформаций в рамках данной работы позволяет выделить две основные группы функционально-стилевых различий, представленных в авторских переводах: смена коннотаций и адекватная замена с изменением образного строя.

«Под коннотацией в стилистике понимаются дополнительные эмоциональные, оценочные или экспрессивные оттенки, которые наслаиваются на основное лексическое значение слова» [7, с. 113–118]. Смена коннотаций при переводе свидетельствует о том, что автор-переводчик стремится не к дословному переводу, а к передаче подтекста и эмоционального фона, который может по-разному восприниматься носителями разных языков и культур. В анализируемом материале ярким примером служит пара: А *«адсталых» бацькоў патомкі – ІІ отпрыски родзіцеляў «отсталых»* [1].

Слово *патомкі* является стилистически нейтральным, в то время как отпрыски в русском языке имеет сниженный, часто иронично – пренебрежительный оттенок. Происходит «взаимозамена регистра»: нейтральная лексика исходного текста трансформируется в экспрессивно окрашенную в переводе, что позволяет передать скрытое авторское отношение к персонажам. [8, с. 224].

Аналогичный процесс наблюдается во втором примере: *здзіўлення поўных – изумления полных* [1].

Белорусское *здзіўлення* уступает место более сильному по экспрессии русскому *изумление*. Высокая степень эмоционального состояния передается через лексику с более интенсивной коннотацией. Такое изменение позволяет читателю перевода ощутить ту же степень эмоционального накала, что и читатель оригинала, хотя формальные лексические соответствия здесь частично утрачиваются.

Адекватная замена представляет собой такой прием перевода, при котором переводчик отказывается от прямого словарного соответствия в пользу варианта, способного вызвать у читателя перевода те же ассоциации и эмоции, что и оригинал у читателя исходного текста. В рамках функционально-стилистического подхода такая замена часто связана

с перестройкой образной системы [8, с. 224]. *Божжа*, / *Захіні маю Радзіму – Покрой, Господи, нашу отчизну* [1].

В данном случае мы видим комплексную трансформацию. Во-первых, изменен грамматический модус: обращение *Божжа* передано как *Господи*, что является традиционной формой вокатива в русской религиозной традиции. Во-вторых, происходит замена лексики с конкретной (*захіні* – ‘защити, укрой’) на более архаизированную и высокую *покрой*, а также замена притяжательного местоимения *маю* на *нашу*. В результате возникает эффект соборности и эпического звучания, характерный для русской поэтической традиции. Это пример «переводческого новообразования», где автор выступает сотворцом, адаптируя текст под культурные коды языка перевода [8, с. 241]. *Навокала знаёмае, роднае – Кругом все неизменное, приветное* [1].

Прямое значение *знаёмае* – ‘знакомое, известное’. Выбор переводчиком варианта *неизменное* смещает акцент с процесса узнавания на константность, постоянство описываемого объекта.

Лексема *приветное* по отношению к *роднае* также является адекватной заменой: она передает не столько факт родства (генетическую связь), сколько эмоциональный отклик, приветливость окружающего мира. Происходит «переводческая модуляция» – замена следствия причиной или процесса результатом, что позволяет сохранить общее настроение лирического отрывка [6].

Наиболее показательным примером адекватной замены служит трансформация образа в последней паре: *Нават леташи́м лі́стом не павя́дзе*. – *Даже сухоньким листочком не взмахнул* [2].

В исходном тексте использован образ прошлогоднего листа, который в славянской поэтике часто символизирует увядание, память или течение времени. В авторском переводе этот образ конкретизируется и приобретает новые коннотации за счет введения уменьшительно-ласкательного суффикса: *листочек*. Добавление определения *сухонький* (с тем же суффиксом субъективной оценки) создает эффект хрупкости, нежности и одновременно тщетности бытия. Здесь применен прием компенсации: потеря образности сходного слова *леташи́* компенсируется созданием нового, эмоционально насыщенного образа в тексте перевода [8, с. 241].

Таким образом, функционально-стилевые различия в авторских переводах проявляются в двух основных направлениях. Во-первых, через смену коннотаций, когда нейтральная лексика оригинала заменяется экспрессивной в переводе, или наоборот. Во-вторых, через адекватную замену, предполагающую перестройку образной системы с целью сохранения общего художественного впечатления. Авторский перевод в этом смысле оказывается более свободным от формальных соответствий

ориентированным на воссоздание целостного эстетического эффекта средствами другого языка.

Список использованной литературы

1. Буравкин, Г. Н. Избранные сочинения : в 2 т. / Г. Н. Буравкин. – Мн. : Мастац. літ., 1986. – Т. 1 : Поэма, стихи, сказки, песни, переводы. – 286 с.
2. Гилевич, Н. С. Избранные произведения : в 2 т. / Н. С. Гилевич. – Мн. : Мастац. літ., 1991. – Т. 1 : Стихи. Поэмы. Пьесы. – 477 с.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 320 с.
5. Никитина, Н. Е. Авторский перевод с белорусского языка на русский: билингвальный аспект : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Никитина Надежда Евгеньевна ; Бел. гос. пед. ун-т им. М. Танка. – Мн., 2017. – 177 л.
6. Солонович, Л. В. Семантико-стилистические трансформации в художественном тексте : сопоставительно-типологический аспект (на материале немецких и русских переводов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Солонович Людмила Владимировна ; Бел. гос. ун-т. – Мн., 2016. – 25 с.
7. Сторожева, Е. М. Коннотация и ее структура / Е. М. Сторожева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2007. – № 13. – С. 113–118.
8. Шевченко, О. Г. Стилистические трансформации как средство достижения адекватности в художественном переводе (на материале рассказа Мюриэл Спарк «Портобелло Роуд») / О. Г. Шевченко // Научный диалог. – 2018. – № 10. – С. 224–241.
9. Bassnett-McGuire, S. Translation studies / S. Bassnett-McGuire. – New York : Methuen & Co. Ltd., 1991. – 176 p.
10. LinguaContact : [site]. – URL: <https://linguacontact.com> (date of access: 06.11.2025).
11. Nida, E. Language structure and translation / E. Nida. – Stanford : Stanford University Press, 1975. – 283 p.

[К содержанию](#)

Е. Д. СМЫЧКОВА

Барановичи, БарГУ

Научный руководитель – Е. А. Зуева, канд. филол. наук, доцент

УСТОЙЧИВЫЕ СРАВНЕНИЯ С МУЖСКИМИ И ЖЕНСКИМИ АНТРОПОНИМАМИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Положительная оценка в устойчивых сравнениях русского языка чаще всего дается качествами, которые ассоциируются с возвышенными идеалами: мудростью, нравственностью, опрятностью и героизмом. С другой стороны, отрицательная оценка выполняет функцию

стигматизации социально неодобряемого поведения, маркируя качества жадности, трусости, лицемерия, неопрятности и многих других.

Цель статьи – выявить и описать устойчивые сравнения с мужскими и женскими антропонимами в русском языке, обращая внимание на их положительную и отрицательную оценку.

Материалом послужило 170 устойчивых сравнений, извлеченных из тематического словаря «Устойчивые сравнения русского языка» Л. А. Лебедевой [2] и «Большого словаря русских народных сравнений» В. М. Мокиенко и Т. Г. Никитиной [1].

Выявлено 86 устойчивых сравнений с мужскими именами. Из них 62 устойчивых сравнения с именами *Иванушка*, *Стигней*, *Геббельс*, *Мамай* и др. имеют отрицательную оценку и отражают лень, пьянство, жестокость, обман. Положительную оценку выражают 24 единицы, при этом чаще всего здесь мужские имена связаны с историей и библией.

Устойчивые сравнения с мужскими именами с отрицательной оценкой обозначают:

1) лень и праздность: *жить как Иванушка на печи* (БСРНС, с. 229), *прикидываться Микиткой* (БСРНС, с. 394), *рассесться как Емеля на печи* (БСРНС, с. 191);

2) глупость и наивность: *как Филю в лапти обули* (БСРНС, с. 714), *глуп как Петя Меглецкий* (БСРНС, с. 498), *разиня как Вятка* (БСРНС, с. 127), *лоб как у Сократа, да мозгу маловато* (БСРНС, с. 639);

3) ненадежность и бесполезность: *на кого надия как на Фаддия* (БСРНС, с. 712), *толку что от Федота недойного* (БСРНС, с. 713);

4) пьянство и маргинальность: *ходить как Стигней* (БСРНС, с. 658), *грязный как Ахоня* (БСРНС, с. 24), *нарядиться Лазарем* (БСРНС, с. 334), *ходить как Челюскин* (БСРНС, с. 738);

5) бестолковое поведение: *бегать как Мартын с балалайкой* (БСРНС, с. 376), *метаться как Онашко* (БСРНС, с. 464), *бегать как Савва без узды* (БСРНС, с. 588);

6) ложь, хитрость и хвастовство: *врать как Троцкий* (БСРНС, с. 690), *врать как Геббельс* (БСРНС, с. 131), *обходителен как Чичиков* (БСРНС, с. 748), *как Хлестаков* (БСРНС, с. 721);

7) скупость и алчность: *скупой как Плюшкин* (БСРНС, с. 509; УСРЯ, с. 137), *жадный как Иуда* (БСРНС, с. 237); 8) жестокость: *как унтер Пришибеев* (БСРНС, с. 538), *как Мамай* (БСРНС, с. 374), *как Наполеон* (БСРНС, с. 426).

Устойчивые сравнения с мужскими именами с положительной оценкой содержат характеристики мудрости, силы, красноречия и богатства: *Соломон* (БСРНС, с. 643; УСРЯ, с. 201), *Аполлон* (БСРНС, с. 21), *Геркулес*

(БСРНС, с. 132), *Цицерон* (БСРНС, с. 732; УСРЯ, с. 207), *Крез* (БСРНС, с. 308; УСРЯ, с. 235) и др.

В устойчивых сравнениях с мужскими именами с положительной оценкой описываются:

1) красота: *красив* как *Аполлон* (БСРНС, с. 21), как *Бова вырос* (БСРНС, с. 54), *красивый* как *Евгений Онегин* (БСРНС, с. 464);

2) сила: *сила* как у *Самсона* (БСРНС, с. 591), *сильный* как *Илья Муромец* (БСРНС, с. 233), *большой* как *Голиаф* (БСРНС, с. 138);

3) мудрость и хитрость: *мудрый* как *царь Соломон* (БСРНС, с. 643; УСРЯ, с. 201), *прозорлив* как *Аввакум* (БСРНС, с. 15), *хитроумный* как *Одиссей* (БСРНС, с. 460).

Среди устойчивых сравнений с женскими антропонимами выявлено 25 единиц, из которых 21 единица имеет отрицательную оценку. Устойчивые сравнения с именами *Матрёха*, *Ожеговна*, *Маша*, *Лютра* и др. обозначают неряшливость, глупость, злость и суету.

Устойчивые сравнения с женскими именами, имеющие отрицательную оценку, обозначают:

1) неряшливость и нелепость в одежде: *нарядиться* как *Акулина* (БСРНС, с. 17), *сидеть* *Маланьей* (БСРНС, с. 369–370), *ходить* как *Ожеговна* (БСРНС, с. 460), *выскочить* как *Марушка со ржи* (БСРНС, с. 376), *ходить* как *Ейбоба* (БСРНС, с. 190), *ходить* как *Мотря* (БСРНС, с. 426);

2) суету и избыточную активность: *бегать* как *Дунька с трудоднями* (БСРНС, с. 181), *ходить* как *Устixa с хатулями* (БСРНС, с. 709);

3) любопытство и глупость: как *умная Маша* (БСРНС, с. 381), как *любопытная Варвара* (БСРНС, с. 83);

4) неумелость в хозяйстве: *что* как у *Питерячихи* (БСРНС, с. 504);

5) злость и кару: *злая* как *Лютра* (БСРНС, с. 365), как *Федула губы надула* (БСРНС, с. 713), *выглядеть* как *Немезида* (БСРНС, с. 434);

6) пассивность и лень: *ходит* как *Устя*, *рукава спустя* (БСРНС, с. 709), *сидеть* как *умная Фрося* (БСРНС, с. 716).

Положительную оценку имеют 4 устойчивых сравнения с именами *Зоя Космодемьянская*, *Пенелопа*, *Люба*, *Золушка*, которые обозначают мужество, верность, нарядность и трудолюбие.

Наличие большого количества антропонимов для обозначения неряшливости, трусости, болтливости и глупости контрастирует с относительно узким набором образов (*Аполлон*, *Соломон*, *Геркулес*) для позитивных сравнений. Русская лингвокультура подозрительно относится к избыточному красноречию, тогда как героическое молчание позитивируется. Мудрость ассоциируется с древностью и историческими фигурами, глупость – с просторечными персонажами.

Особенно примечательно двойственное отношение к труду в русском языковом сознании: профессиональное мастерство и трудолюбие оцениваются положительно (*охотник как Нимрод* (БСРНС, с. 437), *как Золушка* (БСРНС, с. 226), а тяжелый физический труд часто оценивается негативно (*уродоваться как карла* (БСРНС, с. 247), *работать как лошадь Пржевальского* (БСРНС, с. 358, с. 534), *вкалывать как папа Карло* (БСРНС, с. 247; с. 483; УСРЯ, с. 233)), что отражает исторический опыт, в котором труд зачастую был не путем к процветанию, а лишь способом тяжелого выживания. Позитивные качества воспринимаются носителями лингвокультуры как естественное состояние, тогда как любое отклонение от нормы вызывает острую эмоциональную реакцию и порицание.

Таким образом, проведенный анализ устойчивых сравнений с мужскими и женскими антропонимами в русском языке показал преобладание единиц с отрицательной оценкой над положительной. Немногочисленные устойчивые сравнения с положительной оценкой отсылают к мифологии, библейским сюжетам, выдающимся историческим личностям. Преобладают устойчивые сравнения с отрицательной оценкой, в которых компонентами выступают просторечные имена, имена сатирических литературных персонажей и др. Кроме того, в устойчивых сравнениях наблюдается гендерное разделение высмеиваемых качеств.

Список использованной литературы

1. Лебедева, Л. А. Устойчивые сравнения русского языка. Тематический словарь / Л. А. Лебедева. – М. : Флинта, 2024. – 316 с.
2. Мокиенко, В. М. Большой словарь русских народных сравнений / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 800 с.

[К содержанию](#)

П. С. СУПРИНОВИЧ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В РУССКОМ И ЯПОНСКОМ ЯЗЫКАХ

Паремиологический фонд любого языка отражает уникальный опыт народа, его историю, культуру и систему ценностей. Интерес к паремиологическому фонду языков в целом и пословице как самому употребляемому классу паремий возрос в последние годы, что связано с рядом факторов: широким использованием в текстах различной жанрово-

стилистической направленности, увеличением прагматической нагрузки паремий в тексте, рассмотрением паремий в новых аспектах (лингвокультурологическом, лингвоаксиологическом, лингвокогнитивном, лингвокультурографическом и др.), более детальном исследовании различных жанров паремий: примет, загадок и под. Паремии становятся предметом разноаспектного анализа, что находит отражение как в монографических, так и лексикографических трудах.

Главная роль в выделении паремиологии как раздела лингвистики принадлежит известному фразеологу и паремиологу В. М. Мокиенко, который отмечает, что с укреплением фразеологии как лингвистической дисциплины исследователей стали интересовать «чисто языковые особенности фразеологизмов и паремий, их употребление в художественной речи, взаимодействие с фольклорным фондом других народов, проблемы перевода на другие языки» [20, с. 33].

Тематика пословиц довольно разнообразна, однако репертуар ориентирован на человека как центр мироздания, связанные с миром человека ценности. В основе тематико-идеографического аспекта – объединение паремий по принципу семантической общности. По тематическому принципу осуществляется расположение паремиологического материала в ряде словарей, существуют и отдельные исследования, основывающиеся на тематическом принципе анализа. Согласимся с мнением ряда паремиологов (Л. Б. Савенкова, Н. Н. Семененко), что недостатком данного принципа анализа является наличие «субъективности отнесения пословицы к конкретной теме» [22, с. 46], а также влияния контекста, в котором употребляется паремия.

В данном параграфе предпринимается попытка систематизации и семантического анализа японских пословиц и поговорок путем их сопоставления с русскими эквивалентами. Основой для анализа послужила выборка из 80 паремиологических единиц, которая была классифицирована на три группы в зависимости от степени совпадения их смыслового наполнения.

Первая группа включает пословицы (6 единиц), которые имеют частичные семантические и формальные соответствия в русском языке. В таких случаях японский вариант сохраняет общий смысл, но его лексическое наполнение несколько отличается от привычного русскому сознанию эквивалента. Эти различия продиктованы уникальными культурными кодами и мировоззренческими установками.

Японская пословица 善は急げ (букв. ‘спешите к добру’) соответствует русской паремии *спешите делать добро*. Несмотря на лексическую близость, культурный подтекст различен. В Японии данная норма этически обоснована конфуцианским учением о «пяти постоянствах», где

добродетель является основой общественного порядка. В русской же традиции источником выступает «правило нравственности», имеющее более универсальный, но при этом и более абстрактный характер.

Японская пословица 三十六計逃ぐるに如かず (букв. 'лучшая из всех тактик, когда силы не равны – бегство') соответствует русскому *лучшая из всех тактик – бегство*. В русской традиции бегство часто является последним средством спасения, инстинктом самосохранения перед лицом непреодолимой силы. В японской культуре, напротив, отступление считается осознанным тактическим маневром, одобряемым самурайской стратегией, а не проявлением трусости. В Японском менталитете ценится эффективность и достижение конечной цели, а не слепая храбрость.

Таким образом формальное сходство скрывает фундаментальное различие: холизм в японской культуре и фатализм – в русской.

Вторая группа является наиболее объемной и репрезентативной с точки зрения лингвокультурологического анализа и включает в себя 51 пословицу. В нее вошли поговорки, чей дословный перевод кардинально отличается от русского эквивалента, притом, что общий смысл остается тождественным. Такие единицы наглядно демонстрируют, как разные народы, наблюдая за одними и теми же жизненными ситуациями, выражают их через образы собственной, уникальной материальной и духовной культуры.

Известная японская пословица 猿だって木から落ちるさ (букв. 'обезьяна, и та с дерева падает') эквивалентна русской *и на старуху бывает проруха*. Выбор образа не случаен: в японском фольклоре обезьяна является символом ловкости и проворности, тогда как русская старуха олицетворяет мудрость и опыт. В обоих случаях подчеркивается, что даже самые опытные и умелые не застрахованы от ошибок, но метафорический ряд иллюстрирует различные ценностные ориентиры: физическое совершенство против житейской мудрости.

Известная японская пословица 虻蜂取らず (букв. 'не поймать ни овода, ни пчелы') соответствует русской *за двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь*. Различие в образах обусловлено тем, что в японском языке лексико-семантическая группа энтомосемизмов насчитывает около 300 названий (против 79 в русском), и выбор конкретных насекомых несет дополнительную смысловую нагрузку. Для японца овод и пчела – привычные персонажи сельского быта, тогда как для русского охотничья метафора с зайцами более наглядна.

Третью группу составляют японские поговорки, не имеющие семантических или формальных аналогов в русском языке. Их содержание глубоко укорено в японской истории, географии, религии или социальном устройстве, что перевод требует не подбора эквивалента, а развернутого культурологического комментария.

Пословица 下駄も仏も同じ木のきれ (букв. ‘и гэта, и статуя Будды сделаны из одного куска дерева’) не имеет аналога в русском языке. Она базируется на материале, из которого в Японии традиционно изготавливали как предметы повседневного обихода (сандалии гэта), так и высокие объекты культа (статуи Будды). Ее смысл заключается в буддийской идее о единстве всего сущего и призыве не судить по внешнему виду, а видеть единую природу вещей.

Региональная поговорка 東男に京女 (букв. ‘самые красивые мужчины – с востока, женщины – из Киото’) полностью основана на японском историко-культурном контексте. В ней противопоставляется суровый самурайский регион Канто (Восток) и утонченная эстетика аристократичного Киото, являющегося родиной гейш.

Японская пословица 河童の川流れ (букв. ‘бывает, что и каппа тонет’) не имеет аналога. Каппа – японское мифическое водяное существо, похожее на помесь лягушки и черепахи, живущее в реках и считающееся непревзойденным пловцом. Пословица утверждает, что даже мастер своего дела может ошибиться, но использует образ, полностью чуждый русской культуре. Понимание требует знакомства с японской демонологией.

Проведенный семантический анализ позволяет утверждать, что, несмотря на типологическое сходство паремий как универсального средства передачи коллективного опыта, их конкретное языковое воплощение уникально для каждой культуры. Также стоит отметить, что частичное семантическое и формальное совпадение встречается редко и часто является поверхностным, скрывая глубинные различия в мировосприятии. Наиболее многочисленная группа пословиц демонстрирует феномен межъязыковой паремиологической эквивалентности, при которой общее понятие выражается через различные, но функционально схожие культурные коды. Существование третьей группы подтверждает тезис о лингвокультурной уникальности и необходимости рассматривать такие единицы как концентраты национальной истории, верований и быта. Изучение этих групп в совокупности позволяет глубже понять особенности как японского, так и русского менталитета.

Список использованной литературы

1. Мокиенко, В. М. Пословица и поговорка : от терминологического плюрализма к унификации / В. М. Мокиенко // Литературная и диалектная фразеология : история и развитие (Пятое Жуковские чтения) : материалы Междунар. науч. симпоз. к 90-летию со дня рождения В. П. Жукова / Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2011. – С. 33–41.

2. Савенкова, Л. Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты / Л. Б. Савенкова. – Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. ун-та, 2002. – 240 с.

[К содержанию](#)

СЮЭ ЧЖЭНЫН

Минск, БГУ

Научный руководитель – Е. И. Абрамова, канд. филол. наук, доцент

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ
В ФОРМИРОВАНИИ НОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ
МОДЕЛЕЙ В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ
(СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)**

Современные медиасистемы неразрывно связаны с развитием цифровых платформ и социальных медиа, которые формируют самостоятельный уровень коммуникации и становятся ключевым инструментом трансформации информационных потоков. Влияние социальных медиа на медиапространство выражается как в увеличении скорости распространения информации, так и в формировании новых моделей коммуникации, где аудитория становится активным участником производства, распространения и интерпретации контента.

Цифровые платформы и социальные сети являются ключевыми компонентами современной медиасистемы, обеспечивая мультимедийную координацию контента и новые формы взаимодействия с аудиторией. В Беларуси и Китае эти инструменты играют принципиально разную роль, что обусловлено институциональными рамками, уровнем цифровизации и масштабом платформенной интеграции.

В Беларуси ведущими цифровыми платформами являются VK, Telegram, YouTube, Facebook и Instagram. Практически все государственные медиа активно используют эти каналы для трансляции новостных циклов, культурных репортажей и образовательных материалов, интегрируя традиционное телевидение с онлайн-порталами и социальными сетями. Например, телеканал «Беларусь 1» публикует короткие видеосюжеты на YouTube и VK, а параллельно распространяет текстовые версии новостей через Telegram-каналы и официальные страницы в Meta (Facebook) и Instagram, обеспечивая охват различной аудитории и адаптацию контента под мобильные и стационарные платформы. Региональные медиа применяют аналогичную стратегию, но с акцентом на интерактивность и вовлечение пользователей через комментарии, опросы и визуальные форматы, что позволяет создавать ограниченные трансмедийные проекты в рамках национальной медиасистемы. В то же время специалисты отмечают, что аудитория традиционных СМИ размывается и становится менее целевой из-за хаотичного онлайн-потребления и конкуренции с другими медиаресурсами, в том числе социальными сетями [3]. Главной

миссией медиа в этих условиях становится не собственно информирование аудитории, а скорее увеличение ее лояльности, формирование комьюнити.

Развитие социальных сетей в Китае стало ключевым фактором трансформации медиасреды и формирования трансмедийных стратегий. Именно национальные проекты – Weibo, WeChat, Douyin (TikTok), Xiaohongshu – заняли центральное место в коммуникационной экосистеме. Их функционал позволил традиционным СМИ выйти за рамки печати и телевидения, интегрируя мультимедийные форматы и создавая новые каналы взаимодействия с аудиторией [1].

Трансмедийность проявляется в том, что единый информационный продукт развивается на разных платформах, где каждая добавляет собственный элемент. Так, публикация в *People's Daily* получает продолжение в виде инфографики и видеороликов на Weibo, а затем обсуждается в WeChat-группах. Телевизионные сюжеты CCTV сопровождаются короткими клипами в Douyin, где они адаптируются под визуальные и алгоритмические форматы, ориентированные на молодую аудиторию. Таким образом, социальные сети становятся не просто каналами распространения, а пространством расширения и переосмысления медиаконтента.

По данным Китайского центра интернет-информации (CNNIC), число интернет-пользователей превысило 1 миллиард, и подавляющее большинство ежедневно взаимодействует с контентом именно через социальные сети [2]. Основная аудитория – учащиеся и молодежь – формирует спрос на мультимедийные и интерактивные форматы, что усиливает трансмедийный характер коммуникации. Важным элементом является и экономическая составляющая: социальные сети интегрируют механизмы рекламы и электронной коммерции, превращаясь в полноценные медиаплатформы, где информационные и коммерческие потоки взаимно усиливают друг друга.

Государство активно использует социальные сети как инструмент идеологического влияния и мониторинга общественного мнения. При этом государственный контроль сочетается с поддержкой инновационных форматов, что позволяет социальным сетям выполнять двойную функцию – быть пространством общественной дискуссии и одновременно частью управляемой медиасистемы [4]. Таким образом, социальные сети в Китае выступают ключевым элементом трансмедийности национальных СМИ. Они обеспечивают многоканальное развитие контента, объединяют традиционные и цифровые форматы, формируют новые модели взаимодействия с аудиторией и способствуют продвижению национальных медиатехнологий на глобальном уровне.

Итак, цифровые платформы и социальные медиа, как в Беларуси, так и в Китае выполняют функции трансмедийной координации, формирования

новых моделей взаимодействия с аудиторией и адаптации контента под разные форматы. Цифровые платформы и социальные медиа оказывают существенное влияние на контентные стратегии медиасистем, создавая условия для адаптации традиционных жанров и формирования новых форм мультимедийного нарратива. В Беларуси этот процесс проявляется прежде всего в интеграции новостного, культурного и образовательного контента с социальными сетями и мобильными приложениями. В Китае трансформации контентных стратегий имеют более комплексный характер и выражаются в цифровой дистрибуции мультимедийных франшиз и реализации кроссплатформенных кампаний.

Цифровые платформы также определяют темп распространения информации и мультимедийную презентацию контента. В Беларуси публикация новостных циклов, культурных и информационных репортажей на мобильных и социальных платформах ускоряет доступ аудитории к информации, но масштаб воздействия остается в основном национальным. В Китае алгоритмическая дистрибуция контента позволяет значительно ускорять распространение материалов, таргетировать аудиторию по интересам и демографическим параметрам, а также обеспечивать мультимедийную согласованность на всех платформах одновременно. Это способствует повышению вовлеченности, увеличению времени взаимодействия пользователей с контентом и формированию устойчивых платформенных сообществ.

Таким образом, трансформации контентных стратегий через цифровые платформы отражают адаптацию традиционных жанров под новые технологические условия, формирование согласованных трансмедийных нарративов и усиление вовлеченности аудитории. В Беларуси эти процессы проявляются в национальном масштабе с ограниченной технологической и платформенной интеграцией, тогда как Китай демонстрирует высокую системность платформенной координации, алгоритмическую адаптацию контента и глобальный охват аудитории.

Список использованной литературы

1. Почему традиционные СМИ умирают? / Веб-журналист. – URL: Почему традиционные СМИ умирают? – Веб-журналист. Websmi. Факультет журналистики БГУ (дата обращения: 25.11.2025).
2. Most Popular Platforms for Social Media Marketing in China. – URL: <https://nealschaffer.com/social-media-marketing-china-platforms/> (date of access: 04.11.2025).
3. Top 10 Social Media Campaigns in China. – URL: <https://seoagencychina.com/top-10-social-media-campaigns-china> (date of access: 04.11.2025).

4. 建设数字中国 (Строительство цифрового Китая) // Cyberspace Administration of China. — URL: http://www.cac.gov.cn/2023-05/23/c_1681452343470147.htm. (дата обращения: 29.10.2025).

[К содержанию](#)

М. А. ТАЛАТЫННИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

СИСТЕМА ВНЕКЛАССНОЙ РАБОТЫ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ В 5 КЛАССЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Внеклассная работа должна не только дополнять учебный процесс, но и создавать условия для активного участия учащихся в получении знаний, развивая их инициативу и самостоятельность. Как отмечает Е. П. Триянова: «Успех в процессе обучения русскому языку может быть достигнут на основе продуманной методики учебно-воспитательных мероприятий. Основным звеном в сложившейся системе является внеклассная работа, которая оказывает влияние на детальное изучение своих учеников и совершенствование их языковой подготовки» [6]. Это особенно актуально в 5 классе, когда дети начинают более осознанно подходить к обучению и формировать свои интересы.

Внеклассные мероприятия по русскому языку должны не осуществляться разобщенно, а включаться в четко планируемую систему внеклассных занятий. По мнению Б. Т. Панова, «Учитель имеет право вносить во внеклассную работу те темы и задания, использовать методы, приемы и формы, которые наиболее полно соответствуют специфике коллектива учащихся. Однако это не значит, что не должно быть планомерного начала, т. к. отсутствие системы в занятиях противоречит задаче дать учащимся осознанные и прочные знания, мешает успешной реализации задач обучения и воспитания школьников» [3].

Цель нашего исследования – проанализировав современные подходы, предложить эффективную систему внеклассной работы по русскому языку для учащихся 5 класса.

На Национальном образовательном портале Республики Беларусь [1] представлен только один факультативный курс по русскому языку для 5 класса – «Кладовая слов русского языка» (автор Л. А. Худенко). На портале размещены программа факультатива и пособие для учителя, включающее подробные методические рекомендации, распределение часов

по темам, описание форм работы на занятиях и набор дидактических материалов. Факультатив «Кладовая слов русского языка» выглядит как цельная, логично выстроенная система, где каждая следующая тема опирается на предыдущую. От этикета и значения слова курс ведет к истории лексики и культурным символам, от пословиц и фразеологизмов – к поэтике загадок и сказочному языку. Программа при этом не сводится к теории: она рассчитана на активные формы работы: викторины, конкурсы, составление текстов, инсценировки, а также сравнение русского и белорусского языкового материала. У школьников должно появиться вдумчивое и бережное отношение к слову, понимание его силы и красоты, а также ответственности за то, как оно употребляется.

При сравнении обязательной учебной программы по русскому языку для 5 класса и факультативного курса «Кладовая слов русского языка» можно обнаружить, что программа охватывает все разделы языкознания и рассчитана на системное изучение языка, а факультатив имеет ярко выраженную лингвокультурологическую направленность, сосредоточен на слове как носителе культурного смысла, на фразеологизмах, пословицах и поговорках, загадках и сказках, на речевом этикете и национально окрашенной лексике, на крылатых выражениях и заимствованных словах. Иными словами, программа учит языку как системе правил и структур, а факультатив – языку как живой культуре и истории народа. Значительная часть программного материала по фонетике, графике и орфоэпии, морфемике и словообразованию, орфографии (которой отводится в программе целых 36 часов), синтаксису и пунктуации (20 часов), морфологии и стилистике в факультативе либо отсутствует, либо затрагивается лишь косвенно. Таким образом, факультатив «Кладовая слов русского языка» является хорошим дополнением к программе в том, что касается расширения кругозора, культуры, фольклора, этики общения и образности речи, но он совершенно не затрагивает темы, которые должны стать основой для внеклассной работы, если учитель хочет не только пробудить интерес к языку, но и существенно повысить грамотность учащихся.

Внеклассная работа по русскому языку в 5 классе должна быть максимально увлекательной, игровой и деятельностной. Ее цель – закрепить программный материал в неформальной, свободной обстановке, вызвать живой интерес к, казалось бы, «сухим» правилам, показать, что фонетика, орфография и синтаксис могут быть живыми и захватывающими.

Так, можно организовать «Фонетический театр» [4], в котором учащиеся будут изображать звуки. Например, звонкие согласные – с колокольчиком в руке, глухие – с зажатыми ушами, твердые – со сжатыми кулаками, а мягкие – с плавными, нежными движениями рук. Для отработки орфоэпических норм можно устроить «Орфоэпический аукцион»: учитель

произносит слова, в части которых намеренно допуская акцентологические ошибки, а учащиеся должны «выкупить» правильный вариант, объяснив литературную норму. Завершить серию фонетических занятий можно составлением «Фонетического паспорта» своего имени, где каждый ученик подсчитывает количество звуков и букв, определяет, есть ли в его имени мягкие, звонкие или шипящие согласные, и делает вывод о том, почему его имя звучит именно так, а не иначе.

Тема «Состав слова» идеально подходит для настольных и подвижных игр. Можно изготовить из плотного картона цветные карточки с морфемами: приставками одного цвета, корнями – другого, суффиксами – третьего, окончаниями – четвертого. Затем предложить учащимся собирать из этих карточек слова, как из конструктора, соревнуясь, кто составит больше слов за минуту. Интересно провести «Морфемное лото» [2]: на большом игровом поле нарисована схема слова, например «приставка + корень + суффикс + окончание», а на маленьких карточках – конкретные морфемы. Учащиеся соревнуются, кто быстрее заполнит свое поле правильными частями. Можно организовать «Словарную эстафету»: класс делится на две команды, учитель называет слово, а команды по очереди называют однокоренные слова с разными приставками или суффиксами, и каждая новая цепочка приносит очко. Полезно также задание «Четвертый лишний»: в ряду однокоренных слов найти слово с другим корнем или с другим чередованием, что развивает морфемную зоркость.

Орфография – самая большая «проблемная зона» для учащихся 5 класса. Пятиклассники часто боятся правил, поэтому внеклассные занятия должны снять этот страх, превратив орфографию в увлекательное приключение. Можно организовать «Клуб юных корректоров» [5]: учитель раздает тексты с намеренными ошибками на изученные правила, а учащиеся в роли редакторов исправляют ошибки и объясняют, какое правило они применили. Особый интерес, по нашему мнению, у пятиклассников вызывает тема чередующихся гласных в корне. Здесь хорошо сработает метод ассоциаций. Можно придумать историю о том, почему в корне *-лаг-* пишется *а* (перед буквой *з*, как будто *з* – это «Гласный помощник»), а в *-лож-* – *о* (перед *ж* – «Жесткий Ж»). Внеклассное занятие по орфографии можно провести в форме «Орфографического квеста». Команды проходят станции с названиями «Безударная гласная», «Звонкий-глухой», «Приставки на *з* и *с*» и т. п., получают на каждой станции баллы и в конце расшифровывают секретное слово – например, название книги.

Для отработки знаний об однородных членах предложения и обобщающих словах при них подойдет игра «Угадай обобщающее слово». Ведущий перечисляет однородные члены (например, *яблоки, груши, бананы, апельсины*), а класс должен назвать обобщающее слово (*фрукты*).

и объяснить, какой знак препинания нужно поставить перед ним. Затем игра идет в обратную сторону: учитель дает обобщающее слово (например, *спортивная обувь*), а учащиеся подбирают к нему однородный ряд (*кеды, кроссовки, бутсы*). Но учитель должен помнить, что все эти занятия не дублируют урок, а только дополняют его яркой образной составляющей.

Анализ современной методической литературы и наблюдение за реальной школьной практикой показывают, что традиционные формы внеклассной работы – викторины, конкурсы, литературные вечера – сохраняют свою ценность, но для учащихся пятого класса уже недостаточны. Современные дети выросли в цифровой среде, они привыкли к быстрой смене деятельности, к визуальному и интерактивному контенту.

На наш взгляд, есть несколько перспективных форм внеклассной работы, которые пока еще недостаточно широко используются в школе. Например, лингвистический квест [7], в отличие от обычной викторины, предполагает движение, выполнение заданий в определенной последовательности, детективный сюжет, разгадывание загадок. Еще одна форма – игра «Переводчик с детского»: дети получают «странные» фразы, как будто сказанные маленьким ребенком (например, «Мама, а у нас на улеце собака гавкаит»), и должны перевести это на литературный русский язык, объяснив, какие правила нарушены. Затем они сами придумывают подобные примеры для соседа по парте. Это не только веселое, но и очень полезное упражнение, поскольку оно помогает закрепить орфографические и грамматические нормы без скучного повторения правил.

Внедрение разнообразных интерактивных форм внеклассной работы сможет заметно повысить интерес учеников к русскому языку и сделать внеклассную работу по-настоящему эффективной.

Список использованной литературы

1. Национальный образовательный портал Республики Беларусь : [сайт]. – URL: <https://adu.by> (дата обращения: 30.04.2026).
2. Новикова, А. А. Занимательные материалы по русскому языку, 5 класс (лото по теме «Лексика», «Морфемика») / А. А. Новикова // Инфоурок. – URL: <https://infourok.ru/UQBc-SSY-DS13uH4Nys8KIJw4bUBXxbhVO7FJAzVrD3S9Pi3-loto-po-teme-leksika-morfemika-4598466.html> (дата обращения: 02.05.2026).
3. Панов, Б. Т. Внеклассная работа по русскому языку : пособие для учителей / Б. Т. Панов. – М. : Просвещение, 1980. – 208 с.
4. Поддубная, Я. Н. Лингвистический театр как эффективный метод обучения студентов вузов фонетике иностранного языка / Я. Н. Поддубная, К. С. Котов, А. А. Слукина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – № 1 (115). – URL: <https://research-journal.org/archive/1-115-2022-january/lingvisticheskij-UQBc-SSY-DS13uH4Nys8KIJw4bUBXxbhVO7FJAzVrD3S9Pi3-vuzov-fonetike-inostrannogo-yazyka> (дата обращения: 01.05.2026). – DOI: 10.23670/IRJ.2022.115.1.089.

5. Скворцова, Н. Н. Урок-деловая игра «Юный корректор» / Н. Н. Скворцова // Образовательная социальная сеть nsportal.ru. – URL: <https://nsportal.ru/shkola/russkiy-yazyk/library/2012/03/25/urok-delovaya-igra-yunyy-korrektor> (дата обращения: 02.05.2026).

6. Триянова, Е. П. Значение внеклассной работы по русскому языку / Е. П. Триянова // Экономика и социум. – 2018. – № 2 (45). – С. 587–589. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-vneklassnoy-raboty-po-russkomu-yazyku> (дата обращения: 09.10.2025).

7. Ширинкина, М. А. Квест как средство формирования лингвистических компетенций при изучении русского языка в средней школе / М. А. Ширинкина, А. А. Лобашева // Евразийский гуманитарный журнал. – 2020. – № 3. – С. 141–147. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kvest-kak-sredstvo-formirovaniya-lingvisticheskikh-kompetentsiy-pri-izuchenii-russkogo-yazyka-v-sredney-shkole> (дата обращения: 11.04.2026).

[К содержанию](#)

М. А. ТАЛАТЫННІК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – С.Ф. Бут-Гусаім, канд. філал. навук, дацэнт

КУЛЬТУРНА-ГІСТАРЫЧНАЯ СПЕЦІФІКА АНТРАПАНІМІКОНУ РАДЗІМАЗНАЎЧАЙ ЛІТАРАТУРЫ АЛЕСЯ МАРЦІНОВІЧА

Жыццё і творчая спадчына дзеячаў хрысціянскай культуры не раз становіліся прадметам мастацкага ўзнаўлення ў беларусазнаўчай літаратуры. **Беларусазнаўства (радзімазнаўства)** – гэта навука пра беларусаў і Беларусь. Прадмет беларусазнаўства – заканамернасці фарміравання, станаўлення і развіцця беларускага этнасу, матэрыяльная і духоўная культура беларусаў, узаемаадносіны з іншымі этнасамі і дзяржавамі. Плённа працуе ў рэчышчы асветніцкай літаратуры Алесь Марціновіч. Пра жыццё паэта, драматурга, выкладчыка, заснавальніка Славяна-грэка-лацінскай акадэміі, стваральніка друкарні распавядае пісьменнік у нарысе «Сімяон, сын Полацка». Пра прадстаўніцу слаўнага роду Алелькавічаў Соф’ю, што ўвайшла ў гісторыю як абаронца праваслаўнай веры і была кананізавана царквой, апавядае пісьменнік у нарысе «Нібы вясна – Слуцка краса».

Дамінантнымі моўнымі адзінкамі беларусазнаўчых тэкстаў з’яўляюцца насычаныя нацыянальна-культурнай інфармацыяй **онімы**. Даследаванне іменаслову твораў па радзімаўзнаўстве мае вялікае значэнне для раскрыцця гістарычнага і сацыяльна-культурнага зместу эпохі славных прадстаўнікоў хрысціянскай культуры Беларусі.

Анамастычная прастора літаратуры пра эпоху Саф’іі Слуцкай і Сімяона Полацкага адпавядае іменаслову перыяду панавання кананічных імён.

Антрапаэтонімы радзімазнаўчых нарысаў, прадстаўлены наступнымі тыпамі: 1) аднакампанентнымі, што складаюцца з імені (*Сакрат, Арыстоцель, Цыцэрон, Ісус*); 2) двухкампанентнымі, рэалізаванымі формуламі «хрысціянскае+язычніцкае імя», «імя+імя па бацьку», «імя+прозвішча» (*Усяслаў Чарадзеі, Тарасій Земка, Аляксей Міхайлавіч, Іаан Емяльянаў сын, Юрый Алелькавіч, Ганна Кішка, Іеранім Хадкевіч*); 3) трохкампанентнымі паводле формулы «імя+імя па бацьку+прозвішча», «імя+прозвішча+мянушка» (*Сімяон Гаўрылавіч Пятроўскі-Сітніяновіч, Ісай Трафімавіч Казлоўскі, Крыштоф Радзівіл Пярун*).

Атмасферу XVII ст. ствараюць **онімы-сучаснікі** – імёны гістарычных асоб, што жылі ў эпоху Сімяона Полацкага. У кнізе Алеся Марціновіча згадваюцца настаўнікі будучага асветніка з Кіева-Магілянскай калегіі (*Інакенцій Гізель, Лазар Барановіч, Епіфаній Славінецкі, Ісай Трафімавіч Казлоўскі*) і Віленскай езуіцкай калегіі (*Казімір Каяловіч, Жыгімонт Лаўксмін*).

Сродкі стварэння этнасацыяхранатопу эпохі Сафіі Алелькавіч – імёны і прозвішчы прадстаўнікоў славытых шляхецкіх родаў Вялікага Княства Літоўскага XVI ст. *Крыштофа Радзівіла, Іераніма Хадкевіча, Канстанціна Астрожскага*, смаленскага ваяводы *Абрамовіча*, кашталяна Жмудзі *Нарушэвіча*, канцлера і гетмана Кароны *Замойскага*, канцлера Вялікага княства Літоўскага *Сапегі* і іншыя.

Хрысціянскія асабовыя імёны сучаснікаў і папярэднікаў Соф’і Алелькавіч і Сімяона Полацкага прадстаўлены запазычанымі онімамі – імёнамі святых пакутнікаў, занесенымі ў календар кананічных імёнаў, што прыйшлі ў славянскі антрапанімікон з грэчаскай (*Еўфрасіння* (ад ст.-грэч. ‘радасць’), *Спірыдон* (ад ст.-грэч. ‘кошык’), *Васіль* (ад ст.-грэч. ‘царскі’), *Крыштаф* (ад ст.-грэч. ‘той, хто шануе Хрыста’ [1, с. 31]), *Аляксандр* (ад ст.-грэч. ‘абаронца людзей’ [1, с. 13]); *Геранім* (ад ст.-грэч. ‘святшчэннае імя’ [1, с. 23]); *Юрый* (ад ст.-грэч. *Георгій* ‘земляроб’ [1, с. 50]); *Соф’я* (ад ст.-грэч. ‘мудрасць’ [1, с. 68]), *Мікалай* (ад ст.-грэч. ‘пераможца народаў’ [1, с. 34]),), лацінскай (*Інакенцій* (ад лац. ‘цнатлівы, нявінны’), *Сільвестр* (ад лац. ‘лясны’)), старажытнаўрэйскай (*Сімяон* (ад стар.-яўр. ‘пачуты Богам’, *Ісай* (ад ст.-яўр. ‘выратаванне Гасподняе’)) моў.

У беларусазнаўчых нарысах А. Марціновіча прыгадваюцца славытыя роды *Радзівілаў, Сапегі, Хадкевічаў, Астрожскіх, Гальшанскіх, Алелькавічаў*, якія зрабілі вельмі шмат для сваёй дзяржавы. Частка прозвішчаў утворана ад формаў кананічных асабовых імён. Пісьменнік-гісторык Ю. І. Крашэўскі расказвае пра паходжанне прозвішча і радавод сям’і *Алелькавічаў*: *Соф’я Слуцкая паходзіла са старадаўняга роду князёў Алелькавічаў, якія вялі свой радавод ад унука вялікага князя Літоўскага Альгерда – Алелькі (Аляксандра) Уладзіслававіча. Ён ваяваў з татарамі,*

удзельнічаў у Грунвальдскай бітве, падпісаў дагавор пасля вайны Вялікага Княства Літоўскага і Польшчы з ордэнам крыжакоў [3, с. 166]. Формай кананічнага імені продка **Ходка** (ад **Фёдар**) матывавана прозвішча магнататаў **Хадкевічаў** [2, с. 188]. У аснове прозвішча **Карэцкі** асабовае імя **Карэц** «адзін з варыянтаў імені **Карп** (у перакладзе з грэчаскай мовы ‘плод’) ці імені **Карыён** (у перакладзе з грэчаскай мовы ‘карыійскі’). Карыйцы – жахары гістарычнай вобласці Карыі на паўднёвым захадзе Малой Азіі. Зараз гэтыя землі з’яўляюцца часткай Турцыі» [3, с. 178]. У ліку прозвішчаў герояў радзімазнаўчых нарысаў вылучаюцца адтапанімічныя, утвораныя ад назваў паселішчаў, валадарамі якіх былі прадстаўнікі шляхты (**Астрожскія**).

Важны сродак характарыстыкі прадстаўніка славутага шляхецкага роду Радзівілаў – **мянушка**, пра матывацыю якой распавядаецца ў нарысе «Нібы вясна – Слуцка краса»: *Слугі выгналі з дому не якога-небудзь выпадковага наведвальніка, які не паслухаўся іх, не захацеў добраахвотна павярнуць назад, а сына віленскага ваяводы і літоўскага гетмана Крыштофа Радзівіла, празванага за буйны характар, непракказальныя дзеянні, пастаянную рашучасць любому даваць адпор і ва ўсім знаходзіць непавагу да сябе **Перуном*** [4, с. 83].

Адметнай рысай асветніцкай літаратуры з’яўляецца раскрыццё ў кантэксце аповеду ўнутранай формы (матывацыі) імені гістарычнай асобы. У 27 гадоў Самуіл Пятроўскі-Сітніяновіч прыняў манасткі пострыг. Манах памірае для мірскага жыцця і атрымлівае новае імя ў знак пачатку новага – духоўнага – жыцця: *Пострыг адбыўся 8 чэрвеня 1656 года. З гэтага дня перастаў існаваць **Самуіл Пятроўскі-Сітніяновіч**, а з’явіўся чарнец **Сімяон*** [5, с. 62]. **Сімяон** – старажытнаўрэйскае імя са значэннем ‘пачуты Богам’. Значэнне манаскага імені накрэсліла лёс хрысціянскага асветніка. На заключных старонках кнігі А. Марціновіча прыведзена апісанне адзінага пажыццёвага партрэта славутага беларуса: *Удумлівы, надзіва засяроджаны, з даволі прыкметнымі маршчынамі твар немаладога чалавека. Цяжар пражытых гадоў у стомленым позірку вачэй. Спагадных і адначасова мудрых. Рукі складзены крыж-накрыж. Яны абаперліся на кнігу, пастаўленую «рабром». Адразу відаць: гэта тое адзінае, што звязвае яго з навакольным светам. Толькі духоўную радасць ён можа дазволіць сабе на зямлі. Усё ж астатняе, на сутнасці, для яго не існуе. Колькі ўжо часу ён лічыць за лепшае **прамаўляць з адным Богам. З Богам, каб пасля гутарыць з людзьмі**» [5, с. 103]. Выкладанне ў брацкіх царкоўных школах, стварэнне вучэбных кніг, духоўных вершаў і п’ес, матэрыяльная падтрымка манастыроў Полацка, Віцебска, Оршы, Мінска – гэта рэалізацыя хрысціянскага прызначэння манаха **Сімяона**, пачутага Богам, праслаўляць Госпада, накіроўваць дадзены Богам талент на служэнне людзям.*

Асаблівасцю стылю Алеся Марціновіча з'яўляецца прыём актуалізацыі этымалагічнага значэння імёнаў. У грамадстве Сярэднявечча жыла хрысціянская мадэль успрымання імені як асаблівай духоўнай субстанцыі, што ўздзейнічае на верніка, фарміруючы яго маральнае аблічча, як сакральнай сутнасці, здольнай падпарадкоўваць, накіроўваць і забяспечваць дапамогу вышэйшых сіл. Так, імя кананізаванай праваслаўнымі вернікамі князеўны з роду Алелькавічаў **Соф'і** мае глыбінны сэнс, накрэслены семантыкай оніма, што азначае '*мудрасць*'. Імя было сугучным сутнасці князеўны, якая прайшла цяжкія жыццёвыя выпрабаванні: рана засталася сіратой, а ў маладосці страціла сваіх дзяцей. **Соф'я** ў жыццёвых віхурах набыла **мудрасць** – уменне адстойваць веру продкаў, атрымала ўнутраную сілу, што дала магчымасць абараніць праваслаўных сваёй радзімы, стаць разважлівай княгіняй-хрысціянкай: *Заявіла, што ні на якіх умовах не здрадзіць веры роду Алелькавічаў, які, як вядома, здаўна з'яўляўся апорай праваслаўя на Беларусі. Перад тым, як стаць жонкай Януша, катэгарычна заявіла: пойдзе пад вянец пры ўмове, што іх будучыя дзеці прымуць праваслаўную веру. Янушу засталося пагадзіцца, хоць нашчадкі звычайна трымалі веру бацькі, а Радзівілы былі кальвіністамі. А гэтыя яе клопаты аб далейшым развіцці праваслаўя былі вельмі важнымі і своечасовымі, бо пасля Брэсцкай уніі 1596 года на тэрыторыі Рэчы Паспалітай адбылося аб'яднанне каталіцкай і праваслаўнай царквы. Соф'я дзякуючы падтрымцы мужа дабілася каралеўскай граматы, наводле якой забаранялася гвалтоўна далучаць случкіх праваслаўных да уніі. Не дазвалялася закрываць іх царквы [4, с. 90].* Княгіня шмат часу аддавала справам міласэрнасці. Ёй дастаўляла радосць раздаваць грошы бедным, дапамагаць хворым, апякаць ганімых. Па волі яе на землях Слуцкага княства было распачата будаўніцтва некалькіх бальніц для хворых. Праваслаўныя храмы, манастыры і прыходы атрымлівалі ад яе шчодрыя ахвяраванні. Соф'я Алелькавіч аказвала вялікую грашовую і духоўную падтрымку Слуцкаму Праабражэнскаму брацтву. Дзякуючы асветніцкай дзейнасці гэтага брацтва ў Слуцку ў XVII ст. была дасягнута амаль усеагульная пісьменнасць. Сэнсавая нагрузка імені праваслаўнай святой – **Соф'я** – аказваецца сугучнай сутнасці асобы хрысціянкі, асветніцы, абаронцы веры продкаў.

Культурна-гістарычная функцыя паэтонімаў радзімазнаўчай літаратуры выяўляецца ў рэалізацыі ў кантэксце аповеду хрысціянскай канцэпцыі імені – «па імені і жыцце». Аўтар нярэдка актуалізуе энцыклапедычнае значэнне антрапонімаў, раскрывае ўнутраную форму (матывацыю) уласных назваў, узбагачаючы веды чытачоў пра жыццё хрысціянскіх асветнікаў і абаронцаў веры продкаў, пра матэрыяльную і духоўную культуру славянскіх дзяржаў.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Барыс, С. Як у нас клічуць? : Беларускія імёны / С. Барыс. – Мн. : Медысонт, 2010. – 124 с.
2. Крашэўскі, Ю. І. Кароль у Нясвіжы. 1784; Апошняя са слупкіх князёў: гіст. аповесці / Ю. І. Крашэўскі пер. з пол. мовы, прадм. і камент. М. Кенькі. – Мн. : Маст. літ., 2009. – 335 с.
3. Лемтюгова, В. П. Корни наших фамилий = карані нашых прозвішчаў / В. П. Лемтюгова, И. О. Гапоненко. – Мн. : Звязда, 2018. – 672 с.
4. Марціновіч, А. Нібы вясна – Слуцка краса / А. Марціновіч // Хто мы, адкуль мы...: гіст. эсэ, нарысы. : у 3 кн. – Мінск, 2008. – Кн. 1. – С. 83–93.
5. Марціновіч, А. Сімяон – сын Полацка : нарыс / А. Марціновіч. — Мн. : Юнацтва, 2001. – 165 с.

[К содержанию](#)

А. А. ТКАЧУК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – Л. І. Яўдошына, канд. філал. навук, дацэнт

ЭПІТЭТЫ Ў ВЕРШАХ МАКСІМА БАГДАНОВІЧА

Эпітэт – даволі шырокаўжывальны троп у вершах М. Багдановіча. Паэт найчасцей выкарыстоўвае эпітэты для апісання з’яў прыроды. Пейзажныя эпітэты вызначаюцца глыбінёй характарыстыкі з’явы, надаюць аповеду лірызм, узнёсласць, дапамагаюць аўтару выказаць свае пачуцці і адносіны да рэчаіснасці, напрыклад: *зоркі, пахаладзеўшыя ад марозу; празрыстая, лёгкая хмара; пекныя зоры; месяц залаты; халоднае срэбра; халодная сталь* і інш. Падобныя эпітэты надаюць пэўную пластыку паэтычнаму вобразу, перадаюць яго эмацыйныя і мастацкія адценні, менавіта з іх ствараючы закончаны малюнак. У М. Багдановіча эпітэт або нейтральна-якасны, або спакойна-эмацыянальны, без моцных экспрэсіўных адценняў: *гібкі траснік, мяккая трава, мілыя агні, восень ясная, трывожныя дні*. Эмацыянальныя эпітэты, ужытыя М. Багдановічам, не парушаюць сэнсава-лагічнай канструкцыі цэлага, напрыклад: *Сэрца ные, сэрца кроіцца ад болю, – / Ой, пайду я з цеснай хаты ў тое поле. / У чыстым полі вецер вее, павявае, – / Ты пакінь мяне, нуда мая нямая* [1, с. 38]; *Помніш толькі красу, / Мілы тварык дзявочы, / Залатую касу, / Сіняватыя вочы* [2, с. 306]; *Хмары дробным дажджом над зямлёй, / Як слязамі, праліліся* [2, с. 58].

Большасць эпітэтаў, выяўленых у вершах М. Багдановіча, адносяцца да агульнаўжывальных. Сярод іх сустракаюцца як нейтральныя, так і эмацыйна афарбаваныя: *лёгкая, грозная, магутная, грывотная,*

празрыстая хмара; зялёнае неба; сіняя даль; звонкі, буйны вецер; ноч глухая; бледна-сіні, чырвоны, чырвона-жоўты, залаты, бледны, тонкі, сумны, зялёны, вільготны месяц; срэбны туман; сіні прастор; срэбраная рака; срэбраныя кветкі; сінія, ясныя зоркі; срэбны голас; жывая песня; сумная ліпа; хмурныя, цёмныя елі; буйная мяцеліца; пухнаты сняжок. Трэба адзначыць, што паэт вельмі трапна выкарыстоўвае гэтыя эпітэты ў сваіх вершах, што паказвае на яго шырокае бачанне свету і любоў да сваёй радзімы, да свайго роднага краю. У вершаваных тэкстах эпітэты дапамагаюць выразна перадаць мастацкі малюнак і пэўную эмоцыю. Напрыклад: ...Сумна плыве маладзік *бледна-сіні* / Ёў небе *вячэрнім, зялёным*, як лёд... [2, с. 65]; Але што там блішча? Ці не ты, сястрыца / Ці не ты ліеся, *срэбная рака* [2, с. 116]; *Зялёны, быццам лёд, халодны небасхіл, / Маленькіх, мілых зор дрыжачы, срэбны пыл* [2, с. 142].

Агульнамоўныя эпітэты ў вершах М. Багдановіча звычайна выражаюцца якаснымі і адноснымі прыметнікамі (*лёгкая, грозная хмара, тонкі, маркотны, зялёны маладзік, шэрыя дні, срэбны пыл, срэбны туман, люстраная рака, зімовая маска, вясёлкавыя іскры*), а таксама дзеепрыметнікамі (*дрыжачы пыл, паломаны жыццём чалавек, сінеючы Ніл, забыты край, зварушаны дух*).

Індывідуальна-аўтарскія эпітэты – гэта незвычайныя азначэнні, якія ствараюцца аўтарамі для падкрэслення ўласцівага менавіта ім мастацкага стылю. Яны адлюстроўваюць унікальны погляд пісьменніка на свет і яго асабістыя асацыяцыі. Такія эпітэты адрозніваюцца арыгінальнасцю, не паўтараюцца і рэдка спалучаюцца з аднымі і тымі ж словамі, ствараючы непаўторныя вобразы. Яны ўзнікаюць дзякуючы незвычайным спалучэнням, калі аўтар прыпісвае прадмету якасці з іншай сферы на падставе падабенства. Менавіта такія эпітэты надаюць творам Максіма Багдановіча індывідуальнасць і непаўторнасць. Напрыклад: *Месяц белы заплаканы свеціць, / Аглядае бахматыя зоркі* [2, с. 54]; ...І паасобку загінулі хмары *бяздольныя тые, / Чуючы ёў небе, як вецер над смерцю іх радасна вые* [2, с. 58]. Нязвыкласць спалучэння звычайных, часта нейтральных прыметнікаў (лагічных азначэнняў) з назоўнікамі, якія ў звычайным кантэксце з імі не спалучаюцца, «забяспечвае стварэнне выразных і дакладных аказіянальных эпітэтаў» [3, с. 11]: *асенняя нахмураная ноч, сп'янелая мяцель, глухое дно, сонныя лужыны, сляпыя вокны, сіла няскромная, непагода глухая*.

У мастацкім апісанні, дзе неадушаўлёныя прадметы або з'явы надзяляюцца чалавечымі якасцямі, для стварэння яркіх вобразаў неабходныя асаблівыя сродкі выражэння. Індывідуальна-аўтарскія эпітэты адыгрываюць тут ключавую ролю, раскрываючы сваю асаблівую мастацкую

і эстэтычную каштоўнасць. Прыклады такіх эпітэтаў: *заплаканы месяц; нахмураная, глухая, сінявокая ноч; глухое неба; пануры, чорны агонь*.

Сталыя эпітэты прыйшлі ў літаратурную мову з вуснай народнай творчасці. У вершах М. Багдановіча такія эпітэты таксама сустракаюцца: *месяц белы, сіняя даль, месяц круглы, сонца краснае, глухі бор, буйны вецер, ясны твар, горкія слёзы, злыя часіны, хмурыя елі, цёмнае ліха*. Спалучыўшыся ў народнай творчасці з тым або іншым словам вельмі даўно, сталыя эпітэты на працягу стагоддзяў пераходзяць з адной песні або верша ў другі «як гатовыя паэтычныя формулы, амаль не абнаўляючы свайго вобразна-сэнсавага значэння» [4, с. 23]. Паэт вельмі дакладна праз гэтыя эпітэты перадае народныя ўяўленні, пачуцці, жаданні. Трэба адзначыць, што сталыя эпітэты паэт выкарыстоўвае даволі часта ў сваіх вершах, чым падкрэслівае сваё веданне беларускага фальклору.

Па-майстэрску ў сваіх вершах М. Багдановіч выкарыстоўвае прыметнікі, якія перадаюць каляровыя адценні, так званыя каларонімы. Кожная з’ява прыроды, да якой звяртаецца паэт, набывае сваю ўнікальную афарбоўку, свае непаўторныя фарбы: *Цягне з возера срэбныя сеці...* [2, с. 54]; *Сінявокая ноч прахадзіла*; [2, с. 64]; *Сумна плыве маладзік бледнасіні* [2, с. 65]; *Узляціць яна ў сінюю вышу* [2, с. 74]; *Глуха укрыла яго сіняя цемень вады* [2, с. 135].

У вершах М. Багдановіча вялікая разнастайнасць колераў і іх адценняў: *белы, жоўты, залаты, зялёны, сіні, срэбны, чорны, чырвоны, шэры*. Пры гэтым заўважаецца рамантычны прыём проціпастаўлення светлых і цёмных колераў. Яркія, светлыя эпітэты (напрыклад, *белы, яркі*) кантрастуюць з цёмнымі і змрочнымі (*чорны, цёмны*). Гэты кантраст мае сімвалічнае значэнне: ён адлюстроўвае супрацьпастаўленне ўзвышанага, што прыносіць радасць, і нізкага, што выклікае пакуты. Так, цёмныя вобразы (*чорная рыза, чорны агонь нуды, цёмны блеск*) сімвалізуюць пакуты, а светлыя (*ружовы ранак, залатыя струны сонца, светлы пыл*) – радасць і натхненне. Такія колеравыя кантрасты выяўляюць рамантычнае светаадчуванне паэта.

Найбольш часта аўтар ужывае халодныя фарбы, якіх амаль у два разы больш, чым цёплых. Напрыклад, шэры колер у паэта – гэта колер сумны, пануры, праз гэты колер мастак перадае свой унутраны стан, свой пануры настрой. Эпітэт *шэры* М. Багдановіч звычайна спалучае з назоўнікамі *гадзіна, восень, дні*: *Хай чарада гадзін панурых, нудных, шэрых, / Як попел, на душу мне клалася ўвесь час* [2, с. 109]; *Цягнуцца шэрыя дні без прасвету, без сонца / І не пабачыш, здаецца, ні шчасця, ні ўжытку* [2, с. 309].

Асабліва частотныя ў вершах паэта сіні і серабрысты колеры: *Ціха з заснуўшых палян / Плыў за гару і знікаў, / Быццам дым сіняваты з кадзіла* [2, с. 64]; *І лятуць мае лёгкія сані, / Унашуся ў сінюю даль* [2, с. 71]; *Па-над*

белым пухам вішняў, / Быццам **сіні** аганёк, / Б'еца, ўеца шпаркі, лёгкі / **Сінякрылы** матылёк [2, с. 75]; Ліхтарняў свет у **сіняй** вышыне [4, с. 97]; Ёўца змейкай **срабрыстай** дарожкі, / Поле нікне у **срэбным** тумане [2, с. 71]; Чаму ж ён **срэбныя** цвяты / На гэтым шкле ўзрасціў? [2, с. 123]; Ёў небе рахманы, **срэбны** голас звона гудзіць [2, с. 170].

Часта ў вершах паэта канкрэтныя каларонімы ўстойліва ўжываюцца з пэўнымі паэтычнымі вобразамі. Напрыклад, з чырвоным колерам у М. Багдановіча асацыіруецца сыход дня, які «ўвасабляецца ў паэтычных вобразах агню і пажару, веера, раллі» [5, с. 45]: *А к ночы свой чырвоны веер / У небе сонца разварне* [2, с. 60]; ...*Сонца зайшло! / Ярка-чырвоныя, жоўтыя, бурыя / Боразны ў небе яно правяло* [2, с. 79]). А «аснову колеравай гамы вечара ў М. Багдановіча складаюць светлыя адценні і халодныя фарбы» [5, с. 43]: *Сумна плыве маладзік бледна-сіні / Ёў небе вячэрнім, зялёным, як лёд; Збожжа накрылася шызай расой* [2, с. 65]; *Не ўстае стаўном пыл светлы ўздоўж дарог, / Ёў небе месяца праглянуў бледны рог* [2, с. 62]; *Як мары, белыя бярозы / Пад сінявой начной стаяць; Вільготны месяц стуль на поле / Празрысты, светлы стоўп спусціў / І рызай срэбнаю раздолле / Снягоў сінеючых накрыў* [2, с. 72].

У творчасці Максіма Багдановіча эпітэты адыгрываюць важную ролю. Яны дапамагаюць перадаць аўтарскія эмоцыі і стварыць яскравыя вобразы, якія прымушаюць чытача думаць і адчуваць прыгажосць прыроды і жыцця. Эпітэты таксама дапамагаюць перадаць эмоцыі ў вершы. Выкарыстанне эпітэтаў у лірыцы М. Багдановіча характарызуецца разнастайнасцю і арыгінальнасцю. Паэт ужывае індывідуальна-аўтарскія эпітэты, якія адлюстроўваюць яго суб'ектыўнае ўспрыманне свету і надаюць яго паэзіі непаўторны каларыт. Аналіз семантычных груп эпітэтаў дазволіў выявіць асноўныя тэмы, якія знаходзяць адлюстраванне ў творчасці М. Багдановіча: прыроды, кахання, Радзімы, творчасці. Эпітэты, якія выкарыстоўваюцца паэтам, выконваюць розныя функцыі: яны канкрэтызуюць і індывідуалізуюць вобразы, падкрэсліваюць эмацыйнае стаўленне аўтара да апісанага, ствараюць мастацкія дэталі, узмацняюць выразнасць і выяўленчасць мовы.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Багдановіч, М. Маладыя гады : выбранае / М. Багдановіч. – Мн. : Маст. літ., 2001. – 334 с.
2. Багдановіч, М. Поўны збор твораў : у 3 т. / М. Багдановіч. – Мн. : Навука і тэхніка, 1992. – Т. 1. – 752 с.
3. Гаўрош, Н. В. Слоўнік эпітэтаў беларускай мовы / Н. В. Гаўрош. – Мн. : Выш. шк., 1998. – 603 с.
4. Гілевiч, Н. С. Паэтыка беларускай народнай лірыкі: слова і вобраз, паэтычны сінтаксіс, гукапіс і рыфма / Н. С. Гілевiч. – Мн. : Выш. шк., 1975. – 285 с.

5. Яўдошына, Л. Вобраз вечара ў зборніку «Вянок» Максіма Багдановіча: філалагічная інтэрпрэтацыя / Л. Яўдошына // Роднае слова. – 2021. – № 11. – С. 43–45.

[К содержанию](#)

Д. С. ТОВПИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина)

Научный руководитель – Л. М. Садко, канд. филол. наук, доцент

«ПИСЬМА ИЗ ФРАНЦИИ» Д. И. ФОНВИЗИНА: ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА

Любовь к эпистолярному жанру была одной из отличительных черт Д. И. Фонвизина. Он активно и непрерывно писал письма на протяжении всей своей жизни, обращаясь к широкому кругу адресатов: от родных и друзей до влиятельных государственных политических и литературных деятелей. Те письма, которые сохранились, можно условно разделить на две группы. Первая, письма из Петербурга, дает представление об общественной и культурной жизни столицы за период с 1763 по 1774 г. Вторая группа, письма из путешествий, знакомит нас с впечатлениями автора от поездок по Франции, Германии и Италии.

Письма способствовали тому, что автор формировал «новый слог». Разумеется, в 1760-х гг. их написание чаще всего имело преимущественно «служебный» характер – Д. И. Фонвизин информировал близких о своей самостоятельной жизни в столице. Однако даже на этом раннем этапе письма для него были не просто способом поддерживать связь или обычной бытовой перепиской. Автор обращался не только к родителям, но и к сестре, и данный письма заметно различались. Сестре автор писал более развернуто и откровенно, делился своими внутренними переживаниями, рассказывал о важных событиях в столице, описывал знакомых людей, давал оценку их поступкам и часто живо изображал характеры. Таким образом, Д. И. Фонвизин становится частью традиции письма как особого литературного жанра, который начал формироваться в середине XVIII в. По мнению Э. И. Коптевой, «жанр письма в литературной традиции указанного времени сближается с так называемыми “опытами”, “мыслями”, “картинами”, “характерами” (т. е. “портретом” характера). Сходство наблюдается и с “записками”, “мемуарами”, “воспоминаниями”, иными словами, с теми жанрами, в которых претворяется документальное начало. В “Письмах” Фонвизина начинает формироваться качество, впоследствии получившее определение “эссеизм”» [1].

В 1777 г. Д. И. Фонвизин вместе с женой выезжает во Францию. Цель данной поездки – лечение жены. Госпожа Фонвизина с мужем отправились в Монпелье. Их европейское путешествие, включая дорогу до Франции, длилось почти год.

Находясь во Франции, Д. И. Фонвизин посвятил себя интенсивному самообразованию. Он углубился в философию и юриспруденцию, посещал светские мероприятия и театральные постановки. Его дни были плотно заполнены как учебой, так и новыми знакомствами и культурными открытиями. Это полное погружение во французскую жизнь дало Фонвизину возможность глубже понять и оценить сильные стороны страны, выявить ее противоречия и сопоставить увиденное с российской действительностью.

Во время своего пребывания во Франции в 1777–1778 гг., Д. И. Фонвизин вел записи своих наблюдений в формате писем, фактически представляющих собой путевой дневник. Он отправил своей сестре и генералу П. И. Панину в общей сложности 13 писем. Из них 6 были написаны в Париже, а 7 – в Монпелье. Из Монпелье 3 письма адресовались сестре, а 4 – генералу Панину. В Париж оба адресата получили поровну – по три письма. Отдельно стоит упомянуть одно письмо о Франции, отправленное из Ахена. Литературовед В. П. Степанов отмечает: «Письма из этого путешествия, обработанные в виде путевых записок, явились замечательным памятником публицистики XVIII в.» [2, с. 660].

Письма из Франции были насыщенными: там были и разные бытовые сценки, и подробности жизни, и его личные ощущения. Часто писатель не стеснялся высказывать свое недовольство, жаловаться на ужасные гостиницы, плохое белье и салфетки, грубых слуг и невнимательное обслуживание. Так, в одном из таких писем к сестре Фонвизин подробно рассказывает о званом обеде: «Кавалеры святого Людовика, люди заслуженные, не имеющие слуг, не садятся за стол, а ходят с тарелкою около сидящих и просят, чтоб кушанье на тарелку положили. Как скоро съест, то побежит в переднюю к корыту, сам, бедный, тарелку свою вымоет и, вытря, побредет опять просить чего-нибудь с блюд» [4, с. 295].

Писателя всегда влекла столица Европы и сердце Франции – Париж. Фонвизин был убежден, что этот город оказывает ощутимое воздействие на морально-духовное состояние России, находящейся далеко. В своих посланиях к сестре он не раз говорил о своем нетерпении поскорее увидеть Париж. Но первое впечатление от города оказалось весьма неоднозначным: «Париж, отнюдь не город; его поистине назвать должно целым миром, – писал он, но вместе с тем писатель описывал и другую сторону увиденного: «Увидишь здание прекрасное и вверх искусства человеческого, а подле него какой-нибудь госпиталь для дурных болезней» [4, с. 320]. По мнению

О. А. Тризно, «“Парижские письма” Фонвизина с их карнавальным амбивалентным смеховым пространством становятся переломной и одновременно переходной, связующей ступенью на пути развития образа Франции в русской литературе – от смехового к серьезному, от идеалистического конструкта к противоречивой и многоликой реалии» [3]. Автор не ставил перед собой задачи разрушить существующие в русской культуре стереотипы о Париже. Его намерением было дать объективную картину города, показав его как с положительных, так и с отрицательных сторон. Среду очевидных преимуществ Парижа Фонвизин особо выделил театральное искусство. Он был восхищен им, объясняя это исключительным мастерством французских трупп. Театр стал для него не только спасением от столичной тоски, но и пропуском в мир французской литературы. Писатели из Франции с удовольствием приходили к нему в гости, но чем ближе Фонвизин знакомился с этими авторами, тем сильнее понимал: их книги гораздо лучше, чем они сами в жизни.

В то время как Д. И. Фонвизин обменивался с сестрой душевными письмами, его переписка с П. И. Паниным имела совершенно иной характер. Эти послания напоминали скорее официальные отчеты, которые подчиненный направляет своему руководителю. Граф Петр Иванович Панин, занимавший высокие посты генерал-аншефа и сенатора, был для Фонвизина именно таким авторитетным лицом, ведь он являлся младшим братом Никиты Ивановича Панина, под чьим началом Фонвизин проходил службу в иностранной коллегии. В своих письмах к П. И. Панину писатель обращает внимание на крайне значительную для России проблему – состояние законодательства. Он указывает на то, что во Франции, несмотря на длительный процесс создания законов с участием выдающихся мыслителей, коррупция и моральное разложение привели к расшатыванию государственных устоев и возникновению вопиющего противоречия между буквой закона и реальным положением дел. Особенно остро стоит вопрос со свободой, которая, по идее, должна быть неотъемлемым правом каждого француза, «но истинное настоящее его состояние есть рабство, ибо бедный человек не может снискивать своего пропитания иначе, как рабскою работою, а если захочет пользоваться драгоценною своею вольностью, то должен будет умереть с голоду. Словом, вольность есть пустое имя и право сильного остается правом превыше всех законов» [4, с. 333].

Автор «Писем из Франции» объясняет свое путешествие болезнью жены, и рассказ о ее лечении становится отправной точкой для погружения в мир Франции. Описание природы, климата, обычаев и архитектуры перемежаются с личными переживаниями. С помощью того, как Д. И. Фонвизин подробно и непринужденно вплетает в текст писем зарисовки быта, наблюдения за людьми и высказывает свои мысли

с помощью публицистических приемов, можно заметить, как автор плавно и гармонично описывает весь ход его раздумий. При этом детально прослеживается как он осмысливает и открывает для себя что-то новое. Тем самым, благодаря этому можно сказать, что его письма становятся живой картиной мира, которую автор описывает здесь и сейчас.

«Письма из Франции» Д. И. Фонвизина – произведение, которое относится по своей жанровой принадлежности и к путешествиям, и к эпистолярному. Несмотря на это, данный текст не укладывается в традиции сентиментализма. В тот период времени был привычен образ «чувствительного путешественника», мысли которого были направлены на переживания и эстетическую красоту окружающего мира. Такого героя мастерски описывал Н. Карамзин в своих путевых заметках, благодаря чему можно проследить, как эволюционировал данный тип в литературных произведениях. В свою очередь, Д. И. Фонвизин описывает героя-путешественника совершенно с другой стороны, выступает как острый политический и социальный критик. Фокус повествования он заостряет на критицизме героя, его восприятии окружающего мира, а на сопереживание и воспроизведение сентиментальных состояний уделял малую часть произведения: «значимым для дальнейшего развития образа Франции в русской литературе является развенчание Парижа в «Письмах» как идеи вообще, лишение его какого бы то ни было божественного, сакрального смысла, поскольку это сделало возможным преодоление представления о Франции как мифологеме [3]. Д. И. Фонвизин четко и подробно описывает состояние французского общества перед революционным временем, показывая его пороки и предвещая еще более тяжелое состояние народа. Тем самым, данное произведение смело можно назвать «путешествие-памфлет», где незначительные сцены быта, беседы с простым народом или представителями двора начинают приобретать черты публицистических обобщений.

Список использованной литературы

1. Коптева, Э. И. Литературно-биографический анекдот в «Письмах из Франции» Д. И. Фонвизина и «Письмах русского путешественника» Н. М. Карамзина / Э. И. Коптева // Terra Linguistica. – 2011. – № 124. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/literaturno-biograficheskiy-anekdot-v-pismah-iz-frantsii-d-i-fonvizina-i-pismah-russkogo-puteshestvennika-n-m-karamzina> (дата обращения: 08.07.2026).
2. Степанов, В. П. Фонвизин / В. П. Степанов // История русской литературы : в 4 т. / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом). – Л. : Наука. Ленингр. отд-ние, 1980–1983. Т. 1. Древнерусская литература. Литература XVIII в. – 1980. – С. 655–672.
3. Тризно, О. А. Черты карнавальской эстетики в «Письмах из Франции» Д. И. Фонвизина / О. А. Тризно // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 367. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/cherty-karnavalnoy-estetiki-v-pismah-iz-frantsii-d-i-fonvizina> (дата обращения: 08.07.2026).

4. Фонвизин, Д. И. Собрание сочинений : в 2 т. / Д. И. Фонвизин. – М. ; Л. : Наука, 1959. – Т. 2. – 578 с.

[К содержанию](#)

Д. С. ТОВПИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина)

Научный руководитель – Л. М. Садко, канд. филол. наук, доцент

**ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ПАМФЛЕТА
«ВСЕОБЩАЯ ПРИДВОРНАЯ ГРАММАТИКА»
Д. И. ФОНВИЗИНА**

Около 1786 г. Д. И. Фонвизин создал сатирический памфлет «Всеобщая придворная грамматика», который стал уникальным явлением в русской литературе XVIII в. Автор сознательно применил структуру научного трактата, грамматики, чтобы разоблачить нравы императорского двора. Д. И. Фонвизин обращается также к форме «литературного анекдота», представив свои мысли в виде кратких, афористичных и язвительных определений. Такой подход позволил автору не обличать конкретных людей, а создать обобщенную картину пороков чиновничества и высшего света, что и является основой этого текста.

Данное произведение является одним из наиболее показательных примеров фонвизинской публицистической сатиры. Особенность «Грамматики» заключается в диалогической форме, где через вопросы и ответы, а также через аллегорическое толкование грамматических терминов и правил, автор рисует сатирическую картину нравов, царивших при дворе. Сама «придворная грамматика» определяется в памфлете как искусство «хитро льстить языком и пером». Используя такой нестандартный прием, Д. И. Фонвизин смело подвергает критике и обличает придворную знать, окружавшую императрицу и порядки, которые были установлены при дворе. Эта сатира, направленная против екатерининского двора, находит свое отражение в словах Стародума из комедии «Недоросль», который характеризовал так: двор болен «неисцельно».

Непримиримое недовольство Екатерины II вызывала независимая позиция и дерзкие высказывания Д. И. Фонвизина в его полемике с ней. Эти споры разворачивались на страницах журнала «Собеседник любителей русского слова», где писатель намеревался опубликовать свой сатирический памфлет, но цензура не пропустила произведения, хотя его рукописные копии все же сохранились. Ситуация обострилась весной 1788 г., когда Д. И. Фонвизин еще раз попробовал опубликовать трактат, только на этот раз

в своем журнале «Друг честных людей, или Стародум». Однако и эта попытка была запрещена. Писатель видел в этом издании шанс для активного возвращения к сатирико-обличительной и литературной работе, но императрица была настроена решительно против.

Вдохновившись жанром пародийного словаря, столь популярным в Европе и России, Д. И. Фонвизин разработал оригинальную форму сатирического иносказания. Исследователи неоднократно подчеркивали новаторский характер этого литературного приема. В своей детальной монографии, посвященной Д. И. Фонвизину, Г. П. Макогоненко отмечал: «Сатира Фонвизина написана в форме учебников того времени, которые для удобства усвоения материала учащимися писались в виде вопросов и ответов» [1, с. 331]. А после этого он сразу же переходит к объяснению выбора Фонвизиним такой формы произведения: «Фонвизин стремился большую политическую мысль выразить элементарно, ясно, лаконично, доступно для людей разных сословий и возрастов» [1, с. 331].

Структура «Всеобщей придворной грамматики» включает Преуведомление и три главы. Первая глава под названием «Вступление» содержит двенадцать вопросов, после которых на каждый предоставлен ответ. Текст открывается вопросами, посвященными коварной лести и дворовой лжи, которые, согласно, мнению автора, по сути представляют собой одно и то же явление: «Вопр. Что есть придворная, ложь? / Отв. Есть выражение души подлой пред душою надменною. Она состоит из бесстыдных похвал большому барину за те заслуги, которых он не делал, и за те достоинства, которых не имеет» [4, с. 48]. Как можно заметить, автор рассматривает подлую и бесстыдную лесть, а также надменность знатных особ, как проявления моральной порочности души.

Д. И. Фонвизин не ограничился развитием просветительских идей о человеке в сатире, но и предпринял попытку систематизировать проявления подлости. Автор создал собственную классификацию, представленную в виде девяти пар вопросов и ответов, которые иллюстрируют шесть основных видов подлых душ. Это наиболее сатирический эпизод произведения, где писатель предлагает свою интерпретацию обличительной антропологии. В основе всей классификации лежит ключевое понятие – подлость.

Д. И. Фонвизин в своем труде «Опыт российского сословника» проводил разграничение между понятиями «низкий» и «подлый», раскрывая, как эти термины отражали социальное положение и моральные качества общества: «В низкое состояние приходит человек иногда поневоле, а подлым становится всегда добровольно» [2, с. 152]. Таким образом, автор подчеркивает, что ответственность за внутреннее состояние лежит исключительно на самом человеке.

В «Всеобщей придворной грамматике» понятие подлости обогащается как по смыслу, так и по ценностной оценке. Автор показывает подлость многогранной, разделяя ее на шесть условных «родов». Важно отметить, что Д. И. Фонвизин не ограничивается простым перечислением недостатков, свойственных этим шести категориям «подлых душ». Вместо этого, он, подобно опытному драматургу, мастерски описывает манеру поведения и жизненный уклад этих персонажей. Благодаря этому читатели получают возможность самостоятельно выявлять в окружающих признаки различных видов подлости, представленных сатириком.

Первый род: те люди, которые имеют «несчастную привычку, без малейшей нужды, в передних знатных господ шататься вседневно» [4, с. 48]. Эти люди, по сути, являются бездельниками, как их понимал Д. И. Фонвизин в своем «Опыте российского сословника», что означает, что низкое положение этих людей предопределяло их статус.

Род второй: «Те, кои, с благоговением предстоя большому барину, смотрят ему в очи раболепно и алчут предузнать мысли его, чтобы заранее угодить ему подлым таканьем» [4, с. 48]. Презренное раболепие, знаменует собой один из первоначальных этапов падения человеческой совести и нравственного разложения.

Род третий: «пред лицом большого барина, из одной трусости, рады все всклепать на себя небывальщины и от всего отпереться» [4, с. 48]. К подлым поступкам теперь можно добавить и трусость, которая просто отвратительна и заслуживает полного презрения.

В роде четвертом Д. И. Фонвизин показывает людей «кои в больших господах превозносят и то похвалами, чем гнушаться должны честные люди» [4, с. 48]. Явное и резкое противопоставление нравственных принципов честных людей и беспринципного поведения лживых льстецов, которые превозносят даже пороки влиятельных особ.

Пятый род указывает на людей «кои имеют бесстыдство за свои прислуги принимать воздаяния, принадлежащие одним заслугам» [4, с. 49]. Стоит обратить внимание на то, как автор подталкивает читателя в своих строках глубже прочувствовать разницу между словами «прислуги» и «заслуги».

Особого упоминания требует шестой род – группа двуличных обманщиков, лицемеров и приспособленцев. Д. И. Фонвизин выделяет их описанию значительное место, раскрывает этих людей больше, чем предыдущих, подчеркивая яркий контраст между их словами и действиями. Единственное употребление превосходной степени «презрительнейшее притворство» указывает на крайнюю степень их обмана публики: «...кого ругал за полчаса, пред тем безгласный раб; проповедник неустрашимости

боится некстати взглянуть, некстати подойти...» [4, с. 49]. Автор использует сарказм как прием для передачи оценки данного типа людей.

Используя уже знакомый нам прием противопоставления, Д. И. Фонвизин сначала предлагает читателю образец добродетельного поведения, осуждая пороки, что ярко проявляется в описании первых пяти видов низости. Далее автор переходит к критическому анализу реальной ситуации при дворе Екатерины. В результате читатель оказывается перед необходимостью самостоятельного нравственного выбора, определяя для себя, каким человеком он желает предстать в обществе.

Вторая глава, получившая название «О гласных и о частях речи», содержит явную отсылку к фонетике и морфологии. Однако, вместо анализа звуковых характеристик, автор фокусируется на привилегиях различных групп придворной аудитории в плане выражения своего мнения. Пародийный эффект достигается за счет подмены предмета обсуждения и каламбурного совпадения значения слова «гласный», которое здесь интерпретируется как «имеющий право голоса».

Глава третья, получившая название «О глаголах», могла бы быть переименована в «О долгах», поскольку содержание данного раздела сосредоточено исключительно на глаголе «быть должным». Автор сам пишет: «Как у двора, так и в столице никто без долгу не живет...» [4, с. 58]. Существует значительное количество мнений и оценок относительно характера изложения и стилистических особенностей «Придворной грамматики». Среди них выделяется высказывание В. И. Федорова: «Особенно зла и остра была сатира во «Всеобщей придворной грамматике» [3, с. 212]. В данном произведении, которое относится к завершающему этапу творчества Д. И. Фонвизина, писатель осмысливает свои взгляды на придворные нравы. Он позволяет более четко увидеть его ценностные позиции в непримиримой борьбе с подлостью и бесчеловечностью олигархических устоев самодержавия, а также оценить его значительный вклад в формирование ценностной картины мира эпохи Просвещения.

В своем произведении «Всеобщая придворная грамматика» Д. И. Фонвизин уже активно выступает как новатор, демонстрируя слияние разных жанров. Автор соединил дидактическую часть, которая нацелена на обучение правилам, с острым и сатирическим обличением пороков общества. Писатель использует прием пародии норм в грамматике, создавая при этом оригинальный жанр аллегорической социальной сатиры, где каждое правило и исключение является своеобразным намеком на поведение придворного общества.

Список использованной литературы

1. Макогоненко, Г. П. Денис Фонвизин. Творческий путь / Г. П. Макогоненко. – М. – Л. : Гос. издат. худ. лит., 1961. – 454 с.
2. Никитин-Перенский, А. Русская сатирическая проза XVIII в. / А. Никитин-Перенский, А. Балакин. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1986. – 449 с.
3. Федоров, В. И. Русская литература XVIII в. / В. И. Федоров. – М. : Просвещение, 1990. – 352 с.
4. Фонвизин, Д. И. Собрание сочинений : в 2 т. / Д. И. Фонвизин. – М. ; Л. : Наука, 1959. – Т. 2. – 578 с.

[К содержанию](#)

А. Д. ТОКАРЧУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

КОНЦЕПТ «ОБРАЗОВАНИЕ» В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Концепт «Образование» является одним из базовых для русской языковой картины мира, интегрирующим в себе идеи становления личности, передачи знаний и культурных ценностей. Его комплексное исследование требует обращения к этимологии, системному анализу его семантического поля и выявлению его места в национальном сознании через прецедентные тексты фольклора и художественной литературы.

В современном русском языке концепт «Образование» реализует свой семиотический потенциал в рамках разветвленного синонимического ряда, каждый элемент которого акцентирует определенный аспект: *воспитание, просвещение, культура, цивилизация, прогресс, образованность* [1].

В ходе исследования было установлено, что лексема *образование* достаточно поздно развила значение ‘образованность, просвещенность, воспитание’, по разным данным – в период существования старославянского языка, в XVI или даже в XIX в., во фразеологическом и паремиологическом фонде эта лексема отсутствует, в отличие, например, от лексем *ученый, ученость* [5].

В словаре Д. Н. Ушакова представлено классическое определение слова *образование*: в первом значении – это ‘процесс усвоения знаний’, во втором – ‘совокупность знаний, полученных в результате обучения’ [6].

С. И. Ожегов сохраняет схожую структуру, но более лаконичен и добавляет такой аспект, как ‘право на образование’, ‘народное образование’, ‘получить / дать образование’ [4]. Т. Ф. Ефремова дает наиболее структурированное определение, разделяя процесс, результат,

государственную сферу и уровень знаний, например, ‘глубокие и систематизированные знания как одна из стратегических сфер государства’, ‘уровень, степень познания; образованность’ [3]. В словаре В. И. Даля лексема *образование* отсутствует [2].

В. И. Даль рассматривает воспитание как ‘комплексный процесс взращивания и формирования человека’ [2]. Д. Н. Ушаков подчеркивает ‘систематическое воздействие и формирование качеств’ [6]. С. И. Ожегов смещает акцент на результат – ‘навыки поведения, привитые семьей и средой’ [4]. Т. Ф. Ефремова выделяет процессуальность и добавляет утилитарный аспект – ‘обучение профессии’ [3].

Лексема *просвещение* в словаре Д. Н. Ушакова имеет два значения: ‘действие по просвещению’ и ‘результат – знания’ [6]. С. И. Ожегов также указывает два значения: ‘процесс’ и ‘распространенность знаний в народе’ [4]. В словаре В. И. Даля слово *просвещение* отсутствует [2]. Т. Ф. Ефремова придает термину историческую окраску, отсылая к эпохе Просвещения, а именно, наделяет значением ‘то же, что просветительство’ [3].

В анализе лексических значений прослеживается общая тенденция: от более широких, личностно-ориентированных или процессуальных трактовок у В. И. Даля к более структурированным, социально-ориентированным или формальным определениям в позднейших словарях. Так, *культура* эволюционирует от личного умственно-нравственного качества у В. И. Даля [2] до совокупности общественных достижений у других авторов, причем Т. Ф. Ефремова особенно выделяет общественно-интеллектуальные аспекты [3]. *Образованность* у Д. Н. Ушакова трактуется как ‘степень образования’ [6], а Т. Ф. Ефремова сближает ее с просвещенностью и культурой, подчеркивая синонимичность этих понятий [3]. *Обучение* (у Д. Н. Ушакова и Т. Ф. Ефремовой) и *учение* (у всех авторов) сохраняют процессуальную основу, однако в современных подходах усиливается акцент на результате и систематизации знаний; у В. И. Даля *учение* предстает как ‘живая передача знаний’, тогда как позднее оно обрывает научными и прикладными формами [2].

В понятии *созидание* В. И. Даль и Д. Н. Ушаков выделяют творческое начало и действие, тогда как Т. Ф. Ефремова сводит его к формальному процессу, исключая творческую составляющую.

Прогресс у В. И. Даля включает ‘нравственное измерение, образование и политическую свободу’ [2], а у других авторов сводится к техническому или поступательному развитию, теряя первоначальную философскую глубину. Таким образом, наблюдается движение от философско-нравственного наполнения понятий к их прагматичному, утилитарному и социально-ориентированному толкованию, где личностное начало уступает место общественным нормам и формализованным результатам.

В рамках исследования концепта «Образование» ключевым этапом является анализ его семантического поля через устойчивые народные выражения. Пословицы и поговорки с лексемами, входящими в данный концепт, раскрывают его ценностные, процессуальные и результативные аспекты, отражая народную педагогику и систему приоритетов.

Анализ паремиологического материала показывает, что ядерная лексема *образование* встречается в пословицах крайне редко (2 ед.), уступая место своим процессуальным и результативным синонимам (*Образование – богатство, а применение его – совершенство; Образование – гость, а ум – хозяин*). Это говорит о том, что для народного сознания важнее не абстрактная категория, а конкретные действия и качества человека.

Наиболее объемную группу составляют пословицы с лексемами *учение, учить, учиться, выучить, научить* (26 ед.), которые формируют образ образования как сложного, но необходимого процесса. С одной стороны, утверждается его безусловная ценность (*Ученье свет, а неученье тьма; Век живи – век учись*), с другой – подчеркивается его трудность (*Корень учения горек, да плод его сладок*) и даже возможная бесполезность при отсутствии природных способностей (*Тупо сковано – не наточишь, глупо рождено – не научишь*) или при неправильном подходе (*Ученого учить – только портить*). Также выделяется мысль о том, что наставничество требует компетентности (*Трудно тому учить, чего сам не знаешь*).

Отдельную нишу в паремиологическом поле занимает лексема *поучать* (3 ед.). В народном сознании понятие «поучать» четко отделяется от понятия «учить» и приобретает устойчивую негативную окраску. Поучение (в значении ‘назидание, чтение нотаций без наличия на то права или компетенции’) осуждается как занятие легкое, но бесполезное, а порой и вредное (*Легко поучать, трудно делать; Не поучай старшего, пусть он тебя жизнью поучит* и др.).

Лексемы, связанные с понятием «ум» и производные от него (*умный, умник, умничать* и др.), представлены широко (25 ед.). Здесь наблюдается интересная оппозиция: истинный ум противопоставляется показному умничанью (*Не будь умником, а будь умным; Умный изучает, глупый поучает*). Умный человек в народном представлении – тот, кто способен учиться (*Умный любит учиться, а дурак – учить*) и признает границы своего знания. Свой ум противопоставляется чужому как единственно надежный (*Чужим умом жить – добра не нажить*). Ум выступает не только как врожденное качество, но и как результат опыта и повторения.

Опыт представлен в паремиях как наивысшая ценность и главный учитель (12 ед.): *Опыт – лучший учитель; Один добытый опыт важнее семи мудрых поучений; Умничаем, а опыта за душой нет*. Опыт (часто горький, долгий) – это тот путь, который ведет к истинному знанию

и мастерству, заменяя порой и ученье (*Долгий опыт обогащает ум; Опытность нередко заменяет ученье; Горьким опытом люди учатся; Один раз не сумеешь, во второй – научишься; Сотня советов не заменит пары опытных рук; Только опыт создает настоящего мастера* и др.) Он является главным условием профессионализма.

Лексемы *уметь, умение, умелец, умелый* (20 ед.) представляют собой прагматический идеал образованности. Умение ценится выше абстрактного знания (*Учение без умения не польза, а беда*) и грубой силы (*Побеждают не числом, а умением*). Оно дается трудом (*Всякое умение трудом дается*) и терпением (*Без терпения нет умения; Умение в работе рождается*). Фигура умельца, мастера, который «дело делает», является конечной точкой приложения всех образовательных усилий.

Анализ концепта «Образование» в народном сознании выделил несколько базовых аспектов. Знание двойственно: оно признается безусловным благом (свет, богатство), но формальная ученость вызывает скепсис. Путь к образованию требует труда, терпения и повторения, а подлинное знание дает практика, превращающая опыт в главного наставника. Препятствиями выступают отсутствие способностей и ошибки наставничества. Ключевая ценность – личный опыт, наиболее достоверный источник знания, противопоставленный чужим советам. Результат – качества образованного человека: различение истинного и показного ума, способность учиться и действовать, мастерство как высшее проявление знаний.

Проведенное исследование концепта «Образование» в русской языковой картине мира демонстрирует его сложную, многоуровневую структуру, которая претерпела значительную эволюцию от философско-нравственного наполнения к более прагматичному и социально-ориентированному. Таким образом, концепт «Образование» в русском языковом сознании представляет собой не просто систему знаний, а сложный сплав учения, личного опыта, практического ума и нравственной ответственности, где истинная ценность знания проверяется не его объемом, а способностью человека превратить его в мастерство и жизненную мудрость.

Список использованной литературы

1. Абрамов, Н. А. Словарь синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. А. Абрамов. – URL: <https://synonym.slovaronline.com> (дата обращения: 03.05.2026).
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – URL: <https://slovardalja.net> (дата обращения: 03.05.2026).
3. Ефремова, Т. Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка / Т. Ф. Ефремова. – URL: <https://efremova.slovaronline.com> (дата обращения: 03.05.2026).

4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов; под ред. Л. И. Скворцова. – URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 03.05.2026).

5. Словарь русского языка XI–XVII вв. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; гл. ред. Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1987. – Вып. 12 (О – Опорный). – 384 с.

6. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – URL: <https://ushakovdictionary.ru> (дата обращения: 03.05.2026).

[К содержанию](#)

ЦЯО ЦЫМЕЙ

Минск, БГУ

Научный руководитель – Е.И. Абрамова, канд. филол. наук, доцент

РЕКЛАМНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ В БЕЛОРУССКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Китайские технологические компании за последние два десятилетия превратились из поставщиков недорогих устройств в самостоятельных глобальных акторов, способных конкурировать на рынках высоких технологий и премиальных смартфонов. Среди таких компаний наиболее репрезентативными являются Huawei и Xiaomi, обе выросли в условиях высокой конкуренции на внутреннем рынке КНР, обе опираются на быстрые циклы инноваций и обе выстраивают собственные экосистемы устройств и сервисов, но делают это разными стратегическими путями.

Huawei была основана в 1987 г. в Шэньчжэне как компания, специализирующаяся на телекоммуникационном оборудовании, и долгое время развивалась по модели «от инфраструктуры к потребителю», то есть сначала заняла позицию поставщика сетевых решений для операторов связи, а затем вышла в сегмент массовой электроники (смартфоны, носимые устройства, ноутбуки).

Huawei яркий пример китайской многонациональной компании, которая сочетает ресурсно-ориентированный подход (наращивание собственных НИОКР и патентного портфеля) с поэтапной географической экспансией: сначала рынки, близкие к Китаю или менее чувствительные к западной конкуренции, затем – Европа и другие развитые рынки. К середине 2010-х Huawei сформировала двоякий бренд-образ: с одной стороны, это технологическая компания с сильной инженерной базой и вложениями в 5G, камеры и ИИ; с другой – глобальный производитель смартфонов, конкурирующий с Apple и Samsung за потребителя, которому важны дизайн и качество сборки.

Xiaomi, основанная в 2010 г., изначально строила себя не как классический производитель электроники, а как интернет- и сообщество-ориентированная компания, совмещающая три компонента: аппаратное обеспечение, интернет-сервисы и «новый ритейл» (онлайн-каналы + ограниченное число фирменных офлайн-точек). Xiaomi относят к так называемым экспоненциальным организациям: масштабирование достигается не столько линейным ростом продаж смартфонов, сколько расширением круга подключаемых устройств (IoT, умный дом, носимая электроника) и сервисов.

Цель данной статьи – выяснить, какие стратегии используют Huawei и Xiaomi для формирования своего имиджа и продвижения на белорусском рынке через массовые медиа. Исследование опирается на статьи БелТА (Belta.by) и Onliner.by, в которых упоминаются эти бренды, за 2024–2025 гг. Всего проанализировано 27 публикаций.

В публикациях о Huawei в белорусских СМИ строится образ бренда как производителя высокотехнологичных и «статусных» устройств, подчеркивающего инновации, качество и премиальность своих продуктов. Коммуникационные акценты – эксклюзивные возможности камер, современный дизайн и связь с мировыми экспертами. Технические обзоры Onliner часто подчеркивают маркетинговые заявления Huawei. Так, в обзоре ноутбука Huawei MateBook D 16 (2024) («Ноутбук на все случаи жизни? Обзор Huawei MateBook D 16 (2024)», Onliner) отмечается, что компания позиционирует этот ноутбук как устройство для офисных работников, менеджеров или просто для тех, кому необходим компьютер для работы или учебы, т. е. Huawei стремится заявить об универсальности и практичности своих устройств. Авторы обзора также обращают внимание на заявленные «фишки» Huawei, среди которых – легкость корпуса и алюминиевые материалы. Таким образом, коммуникативная стратегия Huawei в Onliner представлена как упор на конкурентные технические особенности и позиционирование продукта в деловом сегменте. Но в обзорах указываются также и недостатки. Эти сбалансированные обзоры показывают реальное восприятие брендов: Huawei выпадает из чисто «народного» сегмента, стараясь подчеркнуть статус и качество.

БелТА публикует несколько материалов, явно ориентированных на PR и информирование о новинках Huawei. В статье «Новые флагманы серии Huawei Pura 80 в Беларуси: революционные камеры и элегантный дизайн» (6 августа 2025) излагаются ключевые характеристики смартфонов Huawei Pura 80 Pro и Pura 80 Ultra, отмечается, что новинки не просто продолжают линейку бренда, а задают высокие стандарты в области мобильной фотографии и дизайна. Это яркий пример позиционирования Huawei как лидера, поднимающего планку технологий. Особенно подчеркивается

эксклюзивность дизайна, в котором гармонично переплетаются восточные и западные мотивы, что создает неповторимый образ изысканного устройства, который подчеркивает статус своего владельца. То есть брендовое сообщение – сочетание культур, премиальный образ, статусность. Такие формулировки направлены на формирование имиджа Huawei как люксового и инновационного. В том же материале акцентируется передовое качество HDR-камеры, которая заняла первое место в престижном рейтинге DxOMark с результатом 175 баллов. Упоминание мировых рейтингов (DxOMark) подчеркивает лидерство Huawei в мобильной съемке. Такая стратегия усиливает доверие к бренду.

При этом материалы БелТА адаптированы к белорусскому рынку. В них, например, отмечается возможность использования голосового помощника Алиса от «Яндекса», сообщается об участии Huawei в акциях местных ритейлеров (А1, МТС) и делается упор на сервис. Коммуникационная стратегия здесь – подчеркнуть доступность и поддержку в конкретном регионе.

Таким образом, в репрезентации Huawei доминируют позитивные, рекламные тексты, часто исходящие из «актуальных новостей». Бренд позиционирует себя как технологический лидер (особенно в фотовозможностях), творческий и культурно мотивированный (смешение Востока и Запада), а также уважающий местные особенности (интеграция с Алисой, подарки при покупке). При этом информация часто преподносится в формате «новостей технологий» со статуса новинок («высокие стандарты», «завоевал первое место»). Это соответствует PR-стратегии построения премиального имиджа через открытие предзаказов, глобальные рейтинги и дизайнерские детали.

Статьи о Xiaomi формируют образ бренда преимущественно как производителя доступных и популярных устройств, ориентированных на широкую аудиторию и на «молодежные» сегменты, акцентируют внимание на соотношении цены и качества, выгодные акции и бонусы при покупке (например «Обзор дорогого ноутбука Xiaomi RedmiBook Pro 16 2024», 10 мая 2024, Onliner). В целом язык статьи показывает, что Xiaomi воспринимается как изготовитель мощных девайсов за конкурентную цену, как бренд, который хочет быть «лучшим по соотношению цена/качество».

БелТА не публиковала обзорные материалы о Xiaomi, зато сообщала об акциях и скидках, связанных с Xiaomi, в подборках промоакций «А1» (например, публикация «Все премьеры на одной сцене: новинки 2025 г., доступные в магазинах А1», июль 2025). Эти материалы в свободном ключе подчеркивают доступность и бонусы бренда (например, покупатели Redmi Note 14 получают беспроводные наушники или часы по 0.10 рубля). Такая

коммуникация строит образ Xiaomi как щедрого бренда, который стимулирует продажи дополнительными устройствами.

Отметим, что в СМИ Xiaomi представляется как «народный» и «молодежный» бренд. Стратегия – подчеркивать выгодную цену, наличие бонусов и акций. В материалах БелТА основное – упоминание акционных предложений (скидок, подарков при покупке). Это способствует имиджу бренда, заботящегося о ценовом факторе и удовлетворении массового спроса. В целом стратегия Xiaomi в белорусских медиа – баланс между «легкими покупками» (доступность, акции) и признанием технического роста (соперничество с «флагманами»), что отражает стремление марки развиваться вверх по сегментам.

Стратегия Huawei – акцент на инновациях и премиальности. Медиа-релизы формируют образ Huawei как производителя технологически продвинутых устройств (новые стандарты мобильной фотографии), с эксклюзивным дизайном (восточные/западные мотивы, «статусность») и лидерством в международных рейтингах (DxOMark). В совокупности создается коммуникационный образ бренда – сочетание «умности» (инновации, AI) и «статусности» (элитарный дизайн, золотые вставки), адаптированного под локальный рынок (поддержка русскоязычных сервисов, акции AI).

Стратегия Xiaomi – акцент на ценности и доступности. Публикации преимущественно представляют Xiaomi через призму выгодных предложений: скидки на смартфоны и подарки при покупке (браслеты, наушники, часы за символические 0,10 руб. вместо обычной цены). СМИ фиксируют, что Xiaomi выходит на новый уровень: устройства становятся дороже и конкурируют с флагманами, что говорит о расширении позиции бренда вверх. Иными словами, стратегия Xiaomi – показывать бренд как доступный и ориентированный на широкий рынок (через акции и бонусы), но при этом упоминать его «раскрывшийся» потенциал как производителя мощных устройств.

В белорусских СМИ Huawei и Xiaomi обычно упоминаются в нейтрально-информационных материалах. Тематика связана с технологиями, товарами и бизнесом. Лексика преимущественно информативная: названия продуктов и функций, спецификации, цифры, а также объективные характеристики («автономность до 14 дней» и пр.). Позитивные оценки присутствуют в обзорах (например, Onliner подчеркивает «впечатляющие камеры» или «камерофон года»), но они сопровождаются доводами и сравнением с конкурентами, а не рекламными слоганами.

В целом Huawei и Xiaomi используют разные подходы: Huawei строит имидж через технологические достижения и дизайн, часто опираясь на информацию из пресс-релизов («флагманы», «революционные камеры»),

тогда как Xiaomi идет через ценовые стимулы и партнерские акции (А1, МТС). Это видно из самих заголовков статей: Huawei – «новые флагманы», «элегантный дизайн», Xiaomi – «сэкономить», «акции», «бонусы». Такие коммуникационные стратегии нацелены на формирование нужного восприятия брендов у белорусской аудитории: высокотехнологичный и статусный Huawei и практичный, доступный Xiaomi.

[К содержанию](#)

М. Д. ЧИЖ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Б. Переход, канд. филол. наук, доцент

ФОРМЫ И МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОГО НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО КОМПОНЕНТА В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА В СРЕДНИХ И СТАРШИХ КЛАССАХ

Современные подходы к обучению в Республике Беларусь нацеливают на активизацию работы по приобщению детей и молодежи к национальным традициям, языку и духовным ценностям белорусского народа. В этом контексте особую актуальность приобретает интеграция белорусского национально-культурного компонента в преподавание русского языка, что позволяет органично сочетать обучающие, развивающие и воспитательные цели, делает урок более интересным и увлекательным, способствует формированию билингвальной личности, уважающей как русскую, так и белорусскую культуру. Исходя из содержательной ценности отбираются те реалии культуры, знание которых способствует повышению уровня общекультурной образованности учащихся, содействует формированию основ национально-культурной компетенции, под которой понимается система представлений об основных национальных традициях, обычаях и реалиях страны [2, с. 194].

В учебных пособиях по русскому языку содержится целый ряд текстов, предложений, иллюстраций воспитательного и образовательного плана с использованием белорусского материала: о мемориальных комплексах в г. Жодино и на Площади Победы в Минске; о музее истории Великой Отечественной войны, памятнике пионеру-герою Марату Казею; об уроженцах Беларуси – ученых, космонавтах, спортсменах, художниках; о белорусском Деде Морозе и его резиденции; о природе Беларуси, географических объектах Беларуси, о белорусских заповедниках и богатствах Беловежской пущи и т. д. Формы реализации национально-

культурного компонента в школьной практике достаточно разнообразны. Прежде всего, это обычные уроки с включением местного языкового материала: вместо абстрактных примеров учащимся предлагаются тексты об их родном городе, о знаменитых земляках, о природных и архитектурных достопримечательностях Беларуси. Помимо урочной деятельности, важную роль играют факультативные занятия, такие как «Шчаслівы беларусам звацца» для V–IX классов, в рамках которых учащиеся изучают национальный костюм, орнамент, обряды, кухню разных регионов, а также знакомятся с выдающимися личностями своей малой родины. Эффективной формой является и проектная деятельность: школьники готовят проекты на темы «Белорусские пословицы и поговорки», «Традиционные белорусские блюда», «Белорусский национальный костюм», «История названия моего города».

Методы и приемы работы с национально-культурным компонентом на уроках русского языка условно можно разделить на три группы: языковые, текстовые и культурологические.

Языковые приемы ориентированы на сравнение и анализ языковых явлений русского и белорусского языков. Особенно полезным оказывается сопоставление лексики, в частности русско-белорусских межъязыковых омонимов, которые могут вводить учащихся в заблуждение. Например, слова *злодей* в русском и *злодзей* в белорусском языке, *витать* в русском языке и *вітаць* в белорусском требуют специального разъяснения, чтобы избежать типичных ошибок, порождаемых интерференцией. На морфологическом и синтаксическом уровнях полезно сравнивать падежные окончания, употребление предлогов, обращать внимание на наличие звательной формы в белорусском языке при ее отсутствии в русском.

Текстовые приемы основаны на работе с художественными и публицистическими текстами – их анализе, интерпретации, переводе. В 8 классе учащиеся переводят на русский язык отрывки из произведений Василя Быкова, например, из книги «Незагойная рана», и определяют авторство, одновременно анализируя осложненные предложения (упр. 374) [4]. Чтение и обсуждение текстов о Беларуси, ее истории, культуре, природе, выдающихся людях помогает расширить кругозор и воспитать чувство патриотизма. Так, в 8 классе упр. 184 предлагает подготовить сообщение об ученых – уроженцах Беларуси, а упр. 328 – о белорусских спортсменах: Виктории Азаренко, Дарье Домрачевой, Александре Медведе и других [4]. Завершающим этапом текстовой работы часто становится написание сочинения-рассуждения на темы, связанные с белорусской культурой: «Моя любимая Беларусь сегодня и завтра», «За что я люблю свой край», «Береги родную природу». Такие темы стимулируют общение ребенка в семье, побуждают его расспрашивать старших об истории семьи, улицы, города.

Культурологические приемы направлены на эмоциональное погружение в культуру и формирование ценностного отношения к ней. На уроках русского языка учащиеся знакомятся с творчеством белорусских художников – И. Хруцкого, В. Бялыницкого-Бирули. В учебном пособии для 8 класса представлено описание картины И. Хруцкого «Цветы и плоды», данное искусствоведом Д. Лебедевым, и тут же предлагается написать сочинение по другой картине этого художника – «Плоды и птичка» [4]. Школьники знакомятся с искусством соломоплетения, выполняя упр. 70–71 в 5 классе [3], и вытинанки, обращаясь к упр. 266 в 6 классе [1].

Важно подчеркнуть, что белорусский национально-культурный компонент не должен ограничиваться только уроками русского языка. Его интеграция с другими учебными предметами – ключ к решению проблемы эффективности урока. В частности, очень важны межпредметные связи с уроками белорусского языка и литературы, истории и географии Беларуси.

Анализ действующих учебных пособий по русскому языку для 5–8 классов (авторы Л. А. Мурина, Е. Е. Долбик, В. Л. Леонович, Ж. Ф. Жадейко и др.) показывает, что белорусский национально-культурный компонент представлен в них достаточно широко: от текстов об аисте, зубре и васильке как о символах страны до заданий по переводу с белорусского языка и сочинений по картинам белорусских художников. Вместе с тем практически отсутствуют упражнения, посвященные государственной символике Республики Беларусь – гербу, флагу, гимну; художественные тексты белорусских писателей используются редко; слабо представлены задания на продуктивное использование национально-маркированной лексики в собственной речи учащихся.

Таким образом, формы и методы реализации белорусского национально-культурного компонента в преподавании русского языка отличаются значительным разнообразием. Это и традиционные приемы: словарная работа, перевод, написание сочинения, и современные технологии: проектная деятельность, информационно-коммуникационные технологии, личностно-ориентированный подход. Их систематическое и целенаправленное применение позволяет не только повысить эффективность обучения русскому языку, но и сформировать у учащихся глубокое уважение к родной культуре, развить национальное самосознание, воспитать патриотизм и любовь к своей стране. Главное условие успеха заключается в том, чтобы работа эта была не эпизодической, а постоянной, органично вписанной в канву каждого урока.

Список использованной литературы

1. Мурина, Л. А. Русский язык : учеб. пособие для 6 класса учреждений общего среднего образования с бел. и рус. яз. обучения / Л. А. Мурина, Т. В. Игнатович, Ж. Ф. Жадейко. – Мн. : НИО, 2020. – 240 с.
2. Писарук, Г. В. Белорусский национально-культурный компонент в новом учебнике по русскому языку для 8 класса / Г. В. Писарук // Нацыянальна-культурны кампанент у літаратурнай і дыялектнай мове: зб. навук. арт. / Брэст. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна ; рэдкал.: С. Ф. Бут-Гусаім, Л. В. Леванцэвіч, Т. А. Кісель. – Брэст : БрДУ, 2020. – С.193 –197.
3. Русский язык : учеб. пособие для 5 класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с бел. и рус. яз. обучения и воспитания : в 2 ч. / Л. А. Мурина, Е. Е. Долбик, В. Л. Леонович, Ж. Ф. Жадейко ; под ред. В. Л. Леонович. – Мн. : Академия образования, 2025. – 2 ч.
4. Русский язык : учеб. пособие для 8 класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с бел. и рус. яз. обучения и воспитания / Л. А. Мурина, Е. Е. Долбик, В. Л. Леонович, Ж. Ф. Жадейко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн. : Акад. образования, 2024. – 289 с.

[К содержанию](#)

А. А. ШЕРЕШКО

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель – А. Ч. Рыжкович, канд. филол. наук, доцент

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «СКОРОСТЬ» В БАНКОВСКОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Цифровая трансформация изменила принципы взаимодействия банков с клиентами. Восприятие банка как бюрократической структуры, требующей долгого ожидания, вытесняется образом технологичной экосистемы, работающей в реальном времени. Ключевым преимуществом становится скорость как характеристика оперативности и ценностная доминанта современного потребителя. Как подчеркивает Д. И. Агапова, цифровая трансформация маркетинговых коммуникаций банка представляет собой «стратегический пересмотр всей модели взаимодействия с клиентом на основе цифровых технологий», процесс, «направленный на повышение эффективности, скорости и персонализации коммуникаций на всех этапах жизненного цикла клиента» [1, с. 72].

Объектом нашего исследования является концепт «скорость» в рекламном дискурсе белорусских банков. Материал исследования составили 300 рекламных текстов 15 банков Республики Беларусь.

В 112 текстах (37,3 %) выявлены лексические единицы, репрезентирующие данный концепт, что подтверждает его высокую частотность и значимость.

Лексико-семантическое поле не является хаотичным набором слов, объединенных лишь тематической близостью. Его внутренняя структура предполагает выделение лексико-семантических групп. Именно через анализ лексико-семантических групп становится возможным не только констатировать наличие в рекламных текстах тех или иных лексем, но и понять, какие именно аспекты концепта «скорость» актуализируются в банковском дискурсе.

Согласно Э. В. Кузнецовой, лексико-семантическая группа – это «класс слов одной части речи, имеющих в своих значениях общий интегральный семантический компонент или компоненты, а также уточняющие дифференциальные компоненты» [4, с. 7]. Выделение ЛСГ внутри поля «скорость» позволяет систематизировать лексический материал и выявить, какие именно семантические оттенки скорости наиболее востребованы в рекламной коммуникации белорусских банков.

Нами были выделены следующие лексико-семантические группы: ЛСГ «Быстрота действия» (ядро поля), ЛСГ «Моментальность / отсутствие временного разрыва», ЛСГ «Экспресс-обслуживание», ЛСГ «Динамика и движение», ЛСГ «Отрицание ожидания».

ЛСГ «Быстрота действия». Данная группа является наиболее частотной. Ее ядро составляют наречие *быстро* и прилагательное *быстрый*. В «Словаре русского языка» *быстрый* определяется через отсылку к скорости: ‘происходящий, совершающийся с большой скоростью (о движении, действии, каком-либо процессе); стремительный’ [3, с. 127]. В корпусе данная лексема зафиксирована в 68 контекстах, что составляет более 60 % от всех вербализаций концепта.

Типичные контексты употребления включают характеристики кредитных продуктов: *Быстрые кредиты для бизнеса от банка ВТБ* (Банк ВТБ), платежей и переводов: *Банк ВТБ представляет для бизнеса быстрые платежи в страны, с которыми вы работаете* (Банк ВТБ), а также обслуживания в целом: *Привычные действия стали быстрее и проще* (Белагропромбанк), *Дабрабыт-онлайн – это быстро и удобно* (Банк Дабрабыт). Обращает на себя внимание устойчивое сочетание *быстро и удобно*, которое снимает возможные ассоциации скорости с риском или некачественным исполнением. Таким образом, в рамках данной ЛСГ скорость презентуется как средство достижения комфорта и эффективности при совершении банковских операций и использования банковских услуг.

ЛСГ «Моментальность / отсутствие временного разрыва». Вторая по частотности группа (24 контекста) объединяет лексемы с семантикой ‘мгновенно’, ‘моментально’, ‘сиюсекундно’. В «Словаре русского языка»

моментальный трактуется как ‘осуществляемый сразу, очень быстро; мгновенный’ [3, с. 297], а *мгновенный* – как ‘быстро, внезапно возникающий, наступающий’ и ‘очень быстрый’ [3, с. 237].

В корпусе эти лексемы особенно частотны в рекламе кредитных продуктов, традиционно воспринимаемых как длительная процедура. Например, *кредит для предпринимателей «Моментальный»*. *Оформляйте заявки моментально на сайте банка ВТБ* (Банк ВТБ), *Решение о выдаче денег банк принимает мгновенно* (Альфа-Банк). Значимость этой ЛСГ заключается в том, что она редуцирует временную дистанцию между запросом клиента и получением результата практически до нуля, разрушая стереотип о «медленном банке». Активное использование данной группы характерно преимущественно для технологичных банков, таких, как Альфа-Банк, МТБанк, ориентированных на молодую аудиторию в цифровой среде.

ЛСГ «Экспресс-обслуживание». Данная группа (12 контекстов) представлена лексемой *экспресс* и ее производными. Отметим, что в толковых словарях *экспресс* фиксируется прежде всего как железнодорожный термин – ‘поезд, идущий с большой скоростью и с остановками только на крупных станциях’ [3, с. 758]. Однако в рекламном дискурсе происходит метафорический перенос: скорость перемещения в пространстве трансформируется в скорость оказания услуги.

В корпусе *экспресс* фигурирует преимущественно в названиях продуктов: *А взять экспресс-кредит? С ВТБ – в один миг!* (Банк ВТБ), *Банковские гарантии «Экспресс» подойдут для бизнеса, который ценит свое время* (Банк Дабрабыт). Использование данной лексемы в названиях позволяет банкам без дополнительных пояснений сигнализировать клиенту об ускоренном характере услуги, апеллируя к устоявшимся ассоциациям.

ЛСГ «Динамика и движение». Четвертая группа объединяет лексемы, которые прямо не называют скорость, но создают образ быстрого движения, энергичного развития, преодоления расстояния. Сюда относятся глаголы движения *лететь, мчаться, врываться, взлетать*, а также существительные *ритм, драйв, энергия, пульс*. Как отмечает Е. О. Борисова, такие лексемы «высокопродуктивны для номинации скорости» [2, с. 12].

В корпусе зафиксированы следующие примеры: *Будь на драйве* (Белагропромбанк), *Взлетаем еще выше с вкладами от Банка Дабрабыт!* (Банк Дабрабыт), *Твой ритм – твои бонусы!* (Банк РРБ). Данная ЛСГ обслуживает не столько информирование о скорости как характеристике услуги, сколько создание эмоционального образа банка как энергичного, современного, «живого» партнера. Скорость здесь метафорически связывается с молодостью, амбициозностью и технологичностью.

ЛСГ «Отрицание ожидания». Пятая группа объединяет конструкции, в которых скорость актуализируется через отрицание ее

противоположности – ожидания, задержки, промедления. Сюда входят фразеологизированные обороты (*время не ждет*), а также конструкции с предлогом *без* (*без задержек, без очередей*). Как отмечается во «Фразеологическом словаре русского языка», фразеологизм *время не ждет* имеет значение ‘нет возможности медлить, нужно действовать быстро’ [5, с. 87].

В корпусе данная группа представлена следующими примерами: *Чтобы бизнес не ждал* (Белагропромбанк), *Без задержек и ограничений* (Банк ВТБ), *Без очередей* (Банк РРБ). Особенность этой ЛСГ заключается в том, что она формирует оппозицию ожидание (старый, бюрократический банк) – оперативность (цифровой, современный банк). Скорость здесь выступает не просто характеристикой услуги, а маркером принадлежности к новому технологическому укладу.

Проведенный анализ позволил выстроить иерархию лексико-семантических групп. Ядро поля образует ЛСГ «Быстрота действия» (68 контекстов, 37,3 % от общего числа текстов), представленная лексемами *быстрый/быстро*, которые прямо называют скорость как характеристику действия. Ближнюю периферию составляют ЛСГ «Моментальность» (24) и «Экспресс-обслуживание» (12), добавляющие оттенки сиюминутности и специализированного ускоренного сервиса. Дальнюю периферию формируют ЛСГ «Динамика и движение» и «Отрицание ожидания» (менее 10 контекстов каждая), актуализирующие скорость через образные средства (метафоры движения, энергичный ритм) и через отрицание ожидания, формируя оппозицию бюрократический банк – цифровой банк. Таким образом, репрезентация концепта «скорость» представляет собой многоуровневую систему, где ядерные средства прямо номинируют скорость, а периферийные создают ее эмоционально насыщенный образ, что позволяет банкам позиционировать себя как технологичных, клиентоцентричных партнеров.

Список использованной литературы

1. Агапова, Д. И. Цифровая трансформация маркетинговых коммуникаций банка: основные инструменты и тренды / Д. И. Агапова // Форум инноваций и передовых исследований. – Пенза : Наука и Просвещение, 2025. – С. 71–73.
2. Борисова, Е. О. Обозначения скорости, образованные от глаголов движения (на материале лексики русских народных говоров) / Е. О. Борисова // Научный диалог. – 2017. – № 11. – С. 9–24.
3. Евгеньева, А. П. Словарь русского языка : в 4-х т. / А. П. Евгеньева. – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Т. 1. – 797 с.
4. Кузнецова, Э. В. Введение / Э. В. Кузнецова // Лексико-семантические группы русских глаголов : межвузовский сборник научных трудов / под ред. Э. В. Кузнецовой. – Иркутск : Изд-во Иркут. ун-та, 1989. – С. 3–8.

5. Фразеологический словарь русского языка : свыше 4000 словарных статей / Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров ; под ред. А. И. Молоткова. – М. : Совет. энциклоп., 1968. – 543 с.

[К содержанию](#)

А. А. ШПАКОВСКАЯ

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. А. Ворон, канд. филол. наук, доцент

ЛОНДОНСКИЙ ТЕКСТ В РОМАНЕ А. С. ПУШКИНА «ЕВГЕНИЙ ОНЕГИН»

А. С. Пушкину не суждено было побывать в столице Англии – Лондоне. В произведениях поэта, которому было запрещено выезжать за границу, этот мир смоделирован и построен на основе услышанного и прочитанного, а также на основе реальных впечатлений в той мере, в какой образ Петербурга, в котором жил и творил поэт, несет в себе печать английской культуры и связан с лондонскими реалиями.

На протяжении многих лет своей жизни А. С. Пушкин сотрудничал с известными английскими художниками, в том числе с Томасом Райтом, Джорджем Доу, английским портретистом. Среди знакомых поэта был английский посол в Петербурге лорд Уильям Хейтсбери. А. С. Пушкин приобщался к английской культуре, расширяя свой интеллектуальный кругозор через свое окружение.

Нельзя переоценить внимание поэта к английской литературе. Бесспорна роль У. Шекспира в творчестве А. С. Пушкина. Этот вопрос в литературоведении широко исследован такими учеными, как П. В. Анненков, М. А. Цявловский, Ю. М. Лотман, Г. А. Гуковский и мн. др. Исследователи подчеркивают внимание А. С. Пушкина к рыцарским романам о короле Артуре; отзвук «Кентеберийских рассказов» Д. Чосера может быть услышан в «Графе Нулине» и «Сказке о царе Салтане» [4, с. 5].

Безусловно, Англия интересовала поэта как родина Дж. Байрона. Е. С. Роговер отмечает, что оценки творчества английского поэта А. С. Пушкиным в течение жизни менялись кардинальным образом: «От страстного увлечения поэта в период южной ссылки Пушкин перешел к преодолению влияния Байрона, спокойному и аналитическому рассмотрению субъективизма английского поэта, пародии на романтические приключения Чайльда-Гарольда в «Путешествии Онегина». Но до конца жизни русский поэт высоко ценил «море мыслей, чувств и картин в творчестве английского гения» [4, с. 4]. Так, в 1830 г. в «Литературной газете» за № 12 в разделе «Смесь» появилось высказывание А. С. Пушкина о Туманном

Альбионе: «Англия – родина карикатур и пародий. Каждое удивительное событие вызывает сатирическую картину: каждое удачное произведение превращается в пародию. Искусство подделки слогов известных писателей созрело в Англии» [5, XI, с. 18].

Художественным произведением русской литературы XIX в., отражающим особенности русской действительности, является роман в стихах «Евгений Онегин» А. С. Пушкина, названный В. Г. Белинским «энциклопедией русской жизни». Анализ романа в избранном аспекте демонстрирует, что автор создает в романе определенный английский колорит. В романе «Евгений Онегин» выявляется факт влияния английской столицы на самые разнообразные стороны жизни русского общества и содержит следующие субстанциальные элементы: материальные объекты (*Лондон щепетильный, Адам Смит*), физиогномический (*dandy лондонский и лондонский круг*), ментальный (*сплин*), гастрономический (*roast-beef* и *beef-steak*) и персональный (*Байрон, В. Скотт, Э. Гиббон, И. Бенгам, С. Ричардсон* и др.).

Дифференциальной чертой пушкинского концепта Лондона является то, что он сформирован на основе представлений о столице Туманного Альбиона, существующих в русском обществе рассматриваемого периода. Лондон, изображенный им в романе, выступает в роли ментального образа, а значит, пушкинский образ Лондона отражает русский национальный рецептивный образ английской столицы в еще большей мере, чем произведения жанра «путешествия».

Само название английской столицы в тексте романа встречается лишь один раз – при описании кабинета Евгения Онегина, где можно было найти «Все, чем для прихоти обильной / Торгует Лондон щепетильный / И по Балтийским волнам / За лес и сало возит нам» [1, с. 48]. Используя эпитет *щепетильный* в структуре материального аспекта описания, А. С. Пушкин ассоциативно отсылает читателя романа к комедии В. И. Лукина «Щепетильник», одному из нашедших в свое время произведений русской литературы. Нарисованная В. И. Лукиным лавка Щепетильника выступает как своеобразный генерализированный образ Английского магазина в Санкт-Петербурге. Таким образом, высокое экономическое развитие Англии, торговые отношения, которые она имела с Россией, пестрота и яркость внешнего убранства ее столицы и Английских магазинов в Санкт-Петербурге повлияли на формирование образа Лондона как большого щепетильного, т.е. галантерейного, магазина, что нашло отражение на страницах романа А. С. Пушкина.

Деловая суть Лондона, подмеченная поэтом, была очевидной чертой столицы Англии, ведь не случайно Евгений Онегин читал английского экономиста Адама Смита. В восприятии русского читателя первой трети

XIX в. Лондон ассоциировался прежде всего с галантерейной торговлей. Н. М. Карамзин в одном из своих произведений сравнил Лондон с «вечной ярмаркой», авторы посткарамзинского периода на страницах путевых заметок описывали походы по лондонским магазинам за «макинтошами», «стальными изделиями», «бумажными материалами» и проч.

Прилагательное *лондонский* появляется в тексте лишь дважды, однако этот эпитет является значимым для демонстрации влияния Лондона на жизнь Российской столицы. Город и городские жители, поставив во главу угла необходимость быть интересными лишь внешне, разменивают себя самих и пространство, в котором живут, на мелочи, безделушки, умение показаться в свете, продать себя подороже. Любой представитель города, озабоченный своим внешним видом, представлял собой не что иное, как ходячую галантерейную лавку. Будучи уникально урбанистическим феноменом, денди, постоянно глядящий на себя со стороны, отражал в себе время и пространство своего существования. В тексте романа можно увидеть утрирование описанных качеств, гиперболизацию образа денди. Очевидно, что в «Евгении Онегине» поэт иронизирует над стремлением петербургской аристократии подражать аристократии английской. В структуре материально-культурной сферы романа «Евгений Онегин» реализуется прием сравнительной дескрипции, являющийся одной из ярчайших характеристик городского текста как явления словесной культуры. На страницах романа сопоставление реализуется через упоминание двух европейских столиц (*Лондона и Парижа*) при описании кабинета главного героя романа: *Все, что в Париже вкус голодный, / Полезный промысел избрав, / Изобретает для забав, / Для роскоши, для неги модной...* [1, с. 58].

Таким образом, в романе «Евгений Онегин» А. С. Пушкин делает отсылки к столице Англии. В романе «Евгений Онегин» выявляется факт влияния английской столицы на самые разнообразные стороны жизни русского общества и содержит следующие субстанциальные элементы: материальные объекты, физиогномический, ментальный, гастрономический и интеллектуальный аспекты описания.

Список использованной литературы

1. Пушкин, А. С. Евгений Онегин: роман в стихах / А. С. Пушкин. – URL: <https://ilibrary.ru/text/436/p.2/in-/index.html> (дата обращения: 29.03.2026).
2. Черейский, Л. А. Пушкин и его окружение / Л. А. Черейский // АН СССР, Пушкин. комис. ; отв. ред. В. Э. Вацуло. – Л. : Наука, 1989. – 544 с.
3. Казанский, Б. В. Разговор с англичанином / Б. В. Казанский // Временник Пушкинской комиссии / АН СССР. Ин-т литературы. – М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1978. – Вып. 2. – С. 302–314.
4. Роговер, Е. С. Пушкин и английская культура / Е. С. Роговер // Пушкинские чтения-98: Материалы межвузовской конференции. – СПб.: ЛГОУ, 1998. – С. 3–7.

5. Пушкин, А. С. Полное собрание сочинений: в 16 т. / А. С. Пушкин. – М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1975–1982. – 16 т.

[К содержанию](#)

Е. В. ШПАНЧУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л. А. Годуйко, канд. филол. наук, доцент

ФОНЕТИЧЕСКАЯ ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ТЕКСТАХ СЕТЕРАТУРЫ

Одним из факторов, меняющих ментальность современного человека, его культурно-антропологическую эволюцию, выступает Интернет. Развитие последнего привело, в частности, к возникновению **сетературы** (от *сеть*, *сетевая* + *литература*), которая обладает рядом отличительных особенностей: открытостью, демократичностью, гипертекстовостью, интерактивностью, динамичностью, нередко творчеством ради творчества, установкой **на языковую игру** (далее – ЯИ) и др. Начиная с конца XX – начала XXI в. игра стала одним из заметных признаков языка СМИ, а затем получила широкое распространение и в интернет-среде. Главной причиной тому называют особую коммуникативную ситуацию, при которой автор и читатель находятся в общем культурном и языковом пространстве [5, с. 2].

Под ЯИ понимаем тип речевого поведения, основанный на преднамеренном нарушении отношений языковой системы, с целью создания неканонических языковых форм/структур, которые в результате деструкции приобретают экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический, стилистический эффект [6, с. 657]. ЯИ реализуется на разных уровнях языковой системы, но мы в данной работе остановимся **на фонетической языковой игре**, которая основана на обыгрывании звукового состава слов и их созвучий [2, с. 19] и направлена на создание запоминающихся эмоциональных эффектов, на усиление воздействия текста на читателя, делая произведение ярким, легко узнаваемым. Фонетическая ЯИ представлена в сетературе целым рядом приемов, в т. ч. пародированием речи и звукоподражанием.

Материалом исследования послужили тексты жанров «пирожок» и «порошок», опубликованные в тематическом интернет-сообществе «Пирожки+» [4]. «Пирожок» представляет собой короткое стихотворение из четырех строк, написанное четырехстопным ямбом без рифмы, без знаков препинания и прописных букв. Жанру характерны бытовые зарисовки, парадоксальный юмор, абсурд и неожиданная концовка. «Порошок»

(производное от «пирожка») также четверостишие, но с рифмой во второй и четвертой строках и укороченной последней строкой (содержит неожиданную развязку).

Суть **пародирования речи** заключается в намеренном воспроизведении, утрировании характерных особенностей чужой манеры говорить [3, с. 24]. Зафиксированы следующие разновидности приема:

1) **пародирование сниженной речи**, например: *и разбувайтесь в калидоре / минкульт! вам здесь не вакзал!* (Анна К.) [4] – автор, отступая от норм литературного языка (*разбувайтесь* – вм. *разувайтесь*, *калидор* вм. *коридор*, *здесь* – вм. *здесь*), создает речевой портрет человека, культурный уровень которого, без сомнения, невысок. И эта безграмотность, категоричность обращена к *министерству культуры* – и возникает контраст: имитирующая просторечие фраза звучит как пародия на народное недовольство и порождает вопрос: «А что такой народ понимает в культуре?»;

2) **пародирование детской речи**, например: *я ничего не жду от жизни / пожадуй у меня есть все / а внутренний ребенок просит / есё* (iLTi) [4] – написание слова *есё* (вм. *еще*) отражает типичную особенность детского произношения, т. к. звук [ш'] является сложным для артикуляции и часто заменяется на более простой звук – на [с']. ИЯ формирует у читателя речевой образ: говорит человек взрослый, но еще не утративший непосредственности, способности мечтать, – и это вызывает улыбку;

3) **пародирование «нетрезвой» речи**, например: *для пьяной ольги очевидно / что вотпрямцаз ее звонка / ждут константин олег и петыр / и ей приходится звонить* (magenta) [4] – имитацию говорения пьяного человека создают несколько намеренных искажений. Во-первых, оформленное без пробелов *вотпрямцаз* (вм. *вот прямо сейчас*) воспроизводит невнятную, слитную речь, в которой слова набегают друг на друга и проглатываются. Во-вторых, антропоним *петыр* (вм. *Петр*) отражает характерное для речи человека подшофе произношение сложного сочетания согласных (*тр*). ИЯ создает узнаваемую речевую маску человека (*Ольги*), который не очень адекватно оценивает ситуацию, не обращает внимания ни на время на часах, ни на реальное отношение к нему «жертв» телефонного звонка;

4) **пародирование иноязычного акцента**, например: *джеки чан признался / лясса халяса / до сих пор мне сниса / лесапаляса* (Трехдьюмовочка) [4] – фонетическое искажение строится на намеренной замене шипящего [ш] и свистящего [ц] звуков на [с] в словах *лясса* (значение исходного слова не вполне ясно, но, судя по контексту, это существительное женского рода, возможно, английский вариант названия *России* – *Russia*, который звучит как [раша]), *халяса*, *сниса* (вм. *хороша*,

сни[ц]а); на замене [p] на [л'] (а также [л]) на [л']) в словах *лясса* (вм. [раша]), *халяса* (вм. *хороша*), *лесапаляса* (вм. *лесополоса*). Данные замены являются одной из характерных черт имитации речи носителей восточно-азиатских языков. Ассоциацию с последними закрепляет упоминание знаменитого китайского актера *Джеки Чана*;

5) **пародирование речи людей с особенностями развития**, например: *я мя мя мя мя мя мя мячик / вот вот вот вот за ко ле бал / паца ца цан своей ракеткой / по мне сту сту сту сту стучать* (the axu) [4] – имитация речи человека с логоневрозом (заиканием) создается через намеренное дробление слов на слоги и многократные повторы отдельных из них (*мя мя мя мя мя мя мячик, вот вот вот вот, паца ца цан, сту сту сту сту*), которые, думается, не только рисуют определенный речевой портрет, но и задают навязчивый, сбивчивый ритм, подражают ударам, которые получает герой произведения.

Звукоподражание устанавливает фонетически мотивированную связь между фонемами и звуковым признаком предмета или явления, которое этим словом обозначается [1, с. 165]. Отмечены разновидности приема:

1) **имитация звуков природы**, например: *одну лишь ноту знает осень / играя струнами дождей / все до до долбит по окошку / в тревожный погружая сон* [4] (Ольга С.) – звукоподражание создает навязчивый слуховой образ монотонного осеннего дождя. Автор прямо называет звуки капель музыкальным термином – повторяющимся *до*: данное слово-слог, усиленное троекратным повтором, не просто описывает дождь, а буквально воспроизводит в голове у читателя ритмичный стук по подоконнику;

2) **имитация голосов животных**, например: *не пойму ты кошка / или волкодав / утром мяу мяу / вечером гав гав* (Новый) [4] – благодаря сменяющимся звукоподражаниям автор строит «пирожок» на диссонансе. Персонаж (скорее всего, женского пола) в течение дня ведет себя по-разному, непредсказуемо: утром он мягкий и ласковый (*мяу мяу*), а вечером резкий и агрессивный (*гав гав*). Фонетическая ИЯ без лишних описаний передает характер одного героя и реакцию другого, а также настроение обоих и приправляет текст легкой иронией;

3) **имитация механических и бытовых шумов**, например: *найду ли я тебя не знаю / сказал дюймовочке мужик / трава растет и делать надо / вжи-и-к* (Павел Речицкий) [4] – звукоподражание появляется неожиданно и работает как резкий, хлесткий звук: протяжное *вжи-и-к* имитирует свист косы, срезающей траву. ИЯ подчеркивает контрастность текста: сначала идет лирическое, почти сказочное обращение к Дюймовочке, а затем – реальное, беспощадное действие *делать надо вжи-и-к*;

4) **звукоподражание эмоциональным реакциям человека**, например: *тут данко сердце вырывает / кричит во тьму ха ха ха ха / затем*

хо хо хо хо но тише / и падает в сугроб лицом (the axu) [4] – в тексте представлено два вида смеха: *ха ха ха ха* и *хо хо хо*. Данко громким, почти безумным хохотом (персонажа романтического произведения М. Горького «Старуха Изергиль», символа безграничной любви к людям, смелости, готовности к самопожертвованию) встречает тьму после того, как вырывает свое сердце. Второй смех звучит иначе: ниже тоном и, как указывает автор, *тише*. Смена звукоподражаний резко переключает эмоциональный настрой произведения; а несоответствие между героическим и трагическим образом персонажа Горького и бытовым финалом *падает в сугроб лицом* создает горько-ироничный эффект;

5) **имитация физиологических звуков**, например: *сердце в такт твоим шагам / пум-пум-пум* – как ответ на «я не знаю» / *пум-пум-пум* – и уже не нужен план / Просто рядом / Просто таем / Растворяемся / Гуляем (Мюнх Хаузен) [4] – звукоподражание *пум-пум-пум* имитирует ритмичный биение сердца. Это не просто описание чувства влюбленных, а его буквальное озвучивание. Сердечный стук подан также как прямой ответ на растерянное *я не знаю* (кстати, междометие-мем *пум-пум-пум / пу-пу-пу* имеет значение ‘задумчивость, мягкая самоирония’) Дальнейшие слова *Просто рядом / Просто таем / Растворяемся / Гуляем* ложатся на этот же ритм, и весь отрывок превращается в работу одного на двоих сердца.

Таким образом, рассмотренные приемы фонетической ИЯ делают тексты сетературы выразительными, запоминающимися, эмоционально насыщенными, задают нужный (преимущественно ироничный) настрой. Пародированное говорение «рисует» узнаваемую речевую маску, помогает снизить серьезность высказывания. Звукоподражание устанавливает фонетически мотивированную связь между акустическим обликом слова и называемым явлением, создает у читателя живой образ. Востребованность данных приемов, в целом ИЯ во многом объясняется жанровым своеобразием «пирожков» и «порошков»: их установка на лаконичность, ритмичность и лингвокреацию создают условия для концентрации фонетических приемов, которые в сжатом пространстве четверостишия работают максимально эффективно, мгновенно привлекая внимание.

Список использованной литературы

1. Большой энциклопедический словарь: Языкознание / под ред. В. Н. Ярцевой. – 2-е изд. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
2. Голикова, Ю. В. Языковая игра в англоязычных рекламных слоганах. Понятие «языковая игра» / Ю. В. Голикова // Идеи. Поиски. Решения : материалы VII Междунар. науч.-практич. конф. «Идеи. Поиски. Решения» (Минск, 25 нояб. 2014 г.) – Мн. : БГУ, 2015. – С. 19–24.
3. Гридина, Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1996. – 225 с.

4. Пирожки + : [тематическое сообщество] // ВКонтакте : [социальная сеть]. – URL: <https://vk.com/perawki> (дата обращения: 20.04.2026).

5. Попова, Д. А. Особенности функционирования языковой игры в Интернет-дискурсе / Д. А. Попова // Научный журнал. – 2016. – № 6. – С. 116–117.

6. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – 2-е изд., стереотип. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 696 с. – URL: <http://uchitelslovesnosti.ru/slovari/10.pdf> (дата обращения: 05.05.2026).

[К содержанию](#)

И. П. ШУЛЬГА

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. А. Ворон, канд. филол. наук, доцент

РЕИНТЕРПРТАЦИЯ ЧЕХОВСКОГО САДА В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ДРАМАТУРГИИ

Образ вишневого сада в пьесе А. П. Чехова 1903 г. давно перерос рамки конкретного сюжета, превратившись в метафизический маркер русской культуры. Чеховский сад – это хронотоп ускользающей красоты, дворянской Атлантиды, символ невозвратного прошлого и одновременно – трагического рубежа эпох. Сад у А. П. Чехова избыточен, он не приносит практической пользы (поскольку рецепт сушки вишни утерян), но оправдан своей чистой эстетикой.

В современной русской драматургии этот образ подвергается глубокой реинтерпретации в творчестве Л. Улицкой, А. Слаповского, Л. Петрушевской, Н. Коляды и др. Современные авторы не просто цитируют Чехова, они работают в ситуации «после конца», когда сад уже вырублен, а на его месте либо не построено ничего, либо возведены симулякры.

Обращение к чеховской эстетике как к классическому наследию осуществляется современным театром не только опосредованно – через развитие-трансформацию формально-смысловых компонентов новой драмы XX – начала XXI в. и традиций эпического театра, – но и непосредственно – через варьирование элементами драматургического текста писателя и фактами его биографии. Проявление масштаба и силы влияния А. П. Чехова на современное культурное пространство особенно показательно и интересно в многочисленных опытах создания ремейков биографии драматурга. Обращение к классику, его тексту, метатексту и биографии выступает для современного автора, часто возможно, неосознанно, вопросом художественной самоидентификации.

Одним из первых опытов прямого диалога с чеховским текстом на новом историческом этапе стала пьеса Алексея Слаповского «Вишневый

садик» (1990-е гг.). Само уменьшительное существительное в названии задает вектор дегероизации и снижения масштаба топоса. Если у А. П. Чехова продажа сада – это общенациональная, почти космическая драма смены эпох, то у А. Слаповского конфликт редуцирован до коммунальной склоки эпохи дикого капитализма. Сад превращается в крошечный палисадник перед многоквартирной, который жильцы пытаются отстоять у коммерческих структур. Философский спор о судьбе России сжимается до примитивной борьбы за жилплощадь и парковочное место. Лопехин нового времени теряет былую трагическую глубину; утеряна и поэтическая меланхолия Раневской. Трагедия заменяется фарсом, фиксируя измельчание социального и духовного масштаба современного человека.

В пьесе Евгения Гришковца и Анны Матисон «Дом» (2009) реинтерпретация сада уходит в плоскость индивидуального эскапизма. Главный герой, успешный врач Игорь, загорается идеей купить старый загородный дом с садом. В отличие от Раневской, которая бежит от реальности в Париж, герой «Дома» пытается сбежать из мегаполиса назад, «к земле». Сад здесь – это не символ родового гнезда, а мечта о приватном пространстве безопасности. Однако покупка этого «сада» требует предательства дружбы и влезания в долги. Лопехинский мотив покупки недвижимости выворачивается наизнанку: теперь сам интеллигент пытается стать «помещиком», но обнаруживает, что современный мир (в лице его прагматичных друзей и родственников) не разделяет его романтического порыва.

Л. Петрушевскую критики неоднократно называли «Чеховым конца XX века». В ее пьесе «Три девушки в голубом» связь с классической традицией (прежде всего, с «Тремя сестрами») прослеживается уже на уровне заглавия и системы персонажей; образ сада здесь тоже возникает, но содержательное наполнение этого топоса претерпевает существенную деформацию. Особую роль в пьесе играет символика пространства, также наследующая смыслы чеховского «вишневого сада». Дача у Л. Петрушевской – это «сад», который уже не просто продается, а буквально гниет и разваливается. Если чеховские герои еще надеются на «новую жизнь», то героини «Трех девушек в голубом» осознают, что за пределами их дачного ада нет никакого «спасительного берега».

Понятие «дом» является центральным в пьесах А. Чехова. Дом часто оказывается под угрозой: в «Дяде Ване» его удастся спасти, в «Вишневом саду» он потерян. Независимо от исхода персонажи привязаны к дому, равнодушны к нему, и сам дом наполнен смыслом. В «Трех сестрах» дом, некогда гостеприимный, теплый и родной, с приходом Наташи меняет свой облик: становится холодным, чужим, мрачным, с мистическим гулом в трубе, предвещающим беду. Для сестер родной дом превращается

в пустоту. «Я в дом не хожу и не пойду» [1], – заявляет Маша. Но опустошение дома не ограничивается потерей строения. Для Чехова дом – это не только Россия, но и вся жизнь, которая без духовного содержания становится пустой. Маша говорит, что жизнь без веры «пуста, пуста». Так образ пустоты постепенно разрастается, расширяя свое влияние. Сначала это пустота дома Прозоровых: *Сегодня только полтора человека и тихо как в пустыне* [1], – объясняет Маша желание покинуть имение. К четвертому действию это уже пустота всего города, который покидают военные. *Опустеет город. Точно его колпаком накроют* [1], – произносит Андрей. Наконец, в словах Вершинина мотив пустоты получает завершенную форму: *Прежде человечество было занято войнами, заполняя все свое существование походами, набегами, победами, теперь же все это отжило, оставив после себя огромное пустое место, которое пока ничем заполнить...* [1].

В художественном мире Л. Петрушевской эта пустота обретает пугающую предметность. Это не отсутствие будущего, а отсутствие человечности в настоящем. У А. П. Чехова пустота физического пространства – дома и города – превращается в символ душевной опустошенности. Вырубленный сад, олицетворяющий Россию, становится образом русской души, лишенной всех нравственных опор, веры и духовных ценностей, которые были вырваны с корнем. На этом месте в будущем, как мечтала Наташа Прозорова, появится «окультуренный цветник» [1]. Пророчество А. П. Чехова, вложенное в уста Лопухина, о том, что «дачник размножится до необычайности» [2], сбылось. Потомки Прозоровых буквально борются за дачные участки, поскольку теперь считается нормой, что «лето нужно проводить на свежем воздухе». Родовой дом превратился в общую дачу, а значит – в ничью, поэтому он разрушается, в нем невозможно жить по-человечески. У Л. Петрушевской чеховский образ дома становится антидомом.

Реинтерпретация чеховского сада в современной русской драматургии отражает ментальный сдвиг общества конца XX – первой четверти XXI в. Произошел переход от трагедии утраты к драме непонимания, тотального отчуждения. Современная драматургия констатирует: сад не просто продан или вырублен – современный человек утратил ментальный орган, позволявший ему созерцать красоту этого сада и ухаживать за ним. Сад превратился либо в симулякр, либо в пугающий памятник великому прошлому, подчеркивающий сиротство человека сегодняшнего дня.

Список использованной литературы

1. Петрушевская, Л. Три девушки в голубом / Л. Петрушевская // Электронная библиотека ModernLib.Net. – URL: https://modernlib.net/books/lyudmila_petrushevskaya/tri_devushki_v_golubom/read (дата обращения: 16.04.2026).

2. Чехов, А. П. Вишневый сад / А. П. Чехов // Интернет-библиотека Алексея Комарова. – URL: <https://ilibrary.ru/text/472/p.1/index.html> (дата обращения: 16.04.2026).

[К содержанию](#)

ШЭНЬ ЦЗЯЧЭН

Гомель, ГГУ имени Ф. Скорины

Научный руководитель – В. И. Коваль, доктор филол. наук, проф.

О КИТАЙСКИХ ЗАКЛИНАНИЯХ УВЕЩЕВАТЕЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

Китайские заклинания *чжоу юй* 咒语 (букв. *заклинательная речь*) представляют собой вид магической речи, заключающейся в прямом обращении к объекту магического воздействия. Под магической речью понимается общение человека с невидимым миром, с высшими силами с помощью естественного языка. Говорящий (тот, кто произносит заклинание) при этом не видит собеседника, но верит в то, что собеседник его видит и слышит. Следовательно, заклинания основываются на вере в силу слова: человек верит в то, что если он что-то скажет, то это должно случиться или обязательно произойдет. В заклинаниях содержатся прямые обращения к объекту воздействия в императивной форме – требования, приказы, побуждения, просьбы, предупреждения, запрещения, угрозы. В традиционной культуре китайского народов заклинания использовались с различными целями: для защиты от злых духов, предотвращения стихийных бедствий, призывания божественных помощников, сохранения здоровья, вызывания дождя, повышения урожая, роста благосостояния и др.

В зависимости от целеполагания и объекта заклинания китайские заклинательные тексты могут быть разделены на несколько типов.

Наиболее древние заклинания, по свидетельству академика В. М. Алексеева, представляют собой лаконичные по форме и категоричные по содержанию конструкции, состоящие из трех элементов (субъект – предикат – объект), каждый из которых наполняется конкретным магическим содержанием и соответствующей функцией: 雷 斩 鬼! = *Гром убивает бесов!* [1, с. 2–3].

Заклинание может быть и менее категоричным по своему содержанию. В нем, с одной стороны, содержится угроза физического

уничтожения, исходящая от самого заклинателя, который действует от имени императора – сына Неба; с другой стороны, отправитель заклинания не исключает возможности подчинения злого духа императорскому указу: 幽魂幽魂, 何事奔忙。我奉帝令, 命安四方。如逆我行, 剑到立亡。= *Злой дух, злой дух, куда ты так спешишь? Я исполняю императорский указ: мне велено усмирить четыре стороны света. Если осмелишься мне перечить, меч мой мгновенно тебя уничтожит)* [6, с. 349].

В следующем случае исполнитель заклинания в еще большей степени понижает «градус напряженности», фактически предлагая злым духам альтернативу (выбор между удачей и несчастьем), одновременно угрожая им истреблением при неповиновении: 精灵精灵, 不知姓名。授尔五鬼, 到我坛庭。顺我者吉, 逆我者凶。辅我了道, 匡吾成真。逆我令者, 寸斩灰尘。*(Духи, духи, ваши имена мне неизвестны. Я дарую вам пятерых демонов-слуг, чтобы вы прибыли в мой алтарный двор. Тем, кто повинуется мне, будет удача, а тем, кто противится мне, будет несчастье. Помогите мне понять мой путь и достичь моих целей. Немедленно отправляйтесь в путь. Тот, кто ослушается моего приказа, будет изрублен на мелкие куски и превращен в пыль)* [6, с. 399].

К особому виду заклинаний относятся чжоуяй цюань 咒语劝 (букв. заклинание-убеждение, увещательное заклинание) – тексты, имеющие форму не категоричного приказа, а просьбы, увещания, с которыми заклинатель обращается к «сознательности», «стыду» и «совести» того или иного демонического персонажа. Как правило, в тексте подобных заклинаний ключевое место занимает вопросительное предложение риторического характера, обращенное к опасному демоническому персонажу, после чего он либо исчезает, либо погибает.

Так, в легенде, относящейся к периоду династии Тан (唐朝, 618–907 гг.), рассказывается о монахе, который произнес увещательное заклинание, направленное на защиту от огромной (более трех метров в длину и около полуметра в ширину) змеи, в результате чего она, словно пристыженная, погибла: «В период Тяньбао во времена династии Тан в городе Ло была огромная змея очень страшного вида – более десяти чи в длину и два или три чи в ширину. Она сворачивалась кольцами у подножия горы. Все люди города Ло видели это, они думали, что в будущем эта змея прорвется через воду и заблокирует город Ло. Ночью змея прилетела по воздуху, как будто готовая слушать. Странствующий монах подошел к змее и сказал: *Ты, змея, живешь в глубоких горах и довольна своим местом. Зачем ты хочешь распространять яд по миру? Уходи скорее, и людям не будет вреда.* Когда змея услышала это, она упала на землю, как будто пристыженная, и через мгновение умерла» [7, с. 138].

В следующем случае буддийский монах обращается к демону – источнику болезни, обвиняя его в том, что он нарушает Дао, то есть естественный ход событий, и вредит людям. После такого увещевания демон как будто прозревает, «одумывается» (он даже, чувствуя свою вину, рыдает) и после этого, признавая свое бессилие перед божественной властью, погибает: «Буддийский монах Чжу Яо узнал заклятье, обладавшее божественной силой, которое давало ему полную власть над демонами. Демон наслал болезнь на незамужнюю дочь принца Гуанлина, и Яо пришел в дом принца, чтобы вылечить ее. С закрытыми глазами он бормотал заклинания, укоряя злого духа: *Эй, ты, старый демон! По какому праву ты забываешь, что́ значит вести себя в соответствии с Дао, и осмеливаешься вредить людям?* Демон сказал: *Теперь пришел мой последний час.* Потом он разразился вздохами и рыданиями и произнес: *Против божественной власти я бессилён.* После этого он превратился в старого крокодила, который выполз во двор. Чжу Яо приказал убить его» [2, с. 14].

В одной из новелл Пу Сунлина 蒲松齡 (1640–1715 гг.) рассказывается о лисе, которая, обернувшись красивой женщиной, стала сожительствовать с крестьянином Юем. Тот сразу разбогател, у него появилось золото и дорогие одежды. Когда Юй умер, лиса-оборотень по-прежнему приходила в дом Юя, но все золото и все одежды стали исчезать. Сын Юя, обратившись к лисе и рассчитывая на ее сочувствие, сказал: *Раз отец наш умер, то мы, его дети, должны бы и вам быть детьми. Если вам не угодно даже пожалеть и приласкать нас, все же как можете вы так спокойно допустить нас до разорения?* Женщина-лиса ушла и более не приходила [4, с. 46].

Согласно древнекитайскому мифу, у легендарного императора Хуанди 黃帝 (2717–2597 гг. до н.э.) – предка всех китайцев – была дочь, богиня засухи Хань-ба 旱魃, которая своим существованием приносила людям множество бед. «Устроив рвы и арыки, чтобы воды было достаточно, люди обратились к Хань-ба с заклинанием, от которого, как говорится в мифе, ей стало совестно, хотя увещевание было очень кратким, лаконичным: *Богиня! Уходи к себе домой на север от Красной реки.* Говорят, от таких заклинаний ей в конце концов стало совестно, и она вернулась в свой дом, да так и умерла там» [5, с. 99].

Таким образом, увещательные заклинания составляют отдельный и весьма специфический вид заклинаний в китайской культуре, отражая архаичное мировоззрение китайского народа. Можно предположить, что в содержании заклинаний увещательного типа могла найти отражение одна из основных категорий даосизма – у вэй 无为, понимаемая как созерцательная пассивность, отсутствие целенаправленной деятельности. Вместе с тем, «у вэй предполагает специфическую (спонтанную) активность в виде “осуществления недеяния”» [3, с. 450]. Очевидно, что «недеяние»

даосов-заклинателей в данном случае проявлялось через побуждение опасных демонических существ к совершению таких «деяний», которые нейтрализуют или вообще ликвидируют их самих.

Список использованной литературы

1. Алексеев, В. М. О некоторых главных типах китайских заклинательных изображений по народным картинам и амулетам / В. М. Алексеев // Записки восточного отделения Императорского русского археологического общества. – Т. 20. 1910. – С.-Пб. : Тип. Император. акад. наук, 1912. – С. 1–76.
2. Гроот, Я. Я. М. де. Демонология древнего Китая / Я. Я. М. де Гроот. – Лейде, 1907. – 207 с.
3. Кобзев, А. И. У вэй / А. И. Кобзев // Духовная культура Китая : энциклоп. : в 5 т. / гл. ред. М. Л. Титаренко. – Т. 1 : Философия. – М. : Вост. лит., 2006. – с. 450–451.
4. Пу, Сунлин. Рассказы Ляо Чжэя о необычайном / Пу Сунлин ; пер. с кит. В. М. Алексеева. – М. : Худож. лит., 1988. – 558 с.
5. Юань, Кэ. Мифы древнего Китая / Юань Кэ ; пер. с кит., послесловие Б. Л. Рифтина. – М. : Наука, 1987. – 527 с.
6. 道教符咒大观 / 张振国 吴忠正 编著。 – 北京：宗教文化出版社、2014年。 425 页。 = Большое собрание даосских заклинаний / сост. Чжан Чжэньго, У Чжучжэн. – Пекин : Изд-во религиозной культуры, 2014. – 425 с.
7. 黄阳兴。咒语、图象与法术。密教与中晚唐文学。 – 上海：复旦大学、2008。 – 348 页。 = Хуан, Янсин. Заклинания, образы и магия. Эзотеризм и литература среднего и позднего периода династии Тан / Хуан Янсин. – Шанхай : Ун-т Фудань, 2008. – 348 с.

[К содержанию](#)

Э. Н. ЮРЧИК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

НАИМЕНОВАНИЯ ЛИЦ ЖЕНСКОГО ПОЛА В РАССКАЗАХ А. П. ЧЕХОВА

Гендерная лингвистика – относительно новое направление исследований, объединяющее две области знаний: лингвистику и гендерные исследования. Она занимается изучением взаимосвязи между языком и полом, т. е. изучает, как язык формирует и поддерживает гендерные стереотипы, роли и отношения. Гендер – это социокультурная структура, которая определяет ожидания, роли и поведение, связанные с мужским и женским полом. Гендерные различия между мужчинами и женщинами являются результатом социальных влияний и культурных норм, а не биологической предрасположенностью. Гендерные стереотипы являются предвзя-

тыми представлениями о мужчинах и женщинах, которые могут быть закреплены в языке. Например, существуют стереотипы о том, что мужчины активны, сильны и амбициозны, а женщины пассивны, слабы и заботливы. Эти стереотипы могут быть отражены в выборе лексики, грамматики и синтаксиса. Гендерная лингвистика имеет также прямое отношение к социальным проблемам. Язык играет важную роль в формировании и поддержании социальных неравенств и дискриминации.

Цель нашего исследования – установить роль номинаций лиц женского пола в идиостиле А. П. Чехова. Материалом для исследования послужили 4918 словоупотреблений 77 номинаций лиц женского пола, извлеченные методом сплошной выборки из рассказов А. П. Чехова, входящих в Национальный корпус русского языка [4].

Типология нарицательных наименований лиц является очень разветвленной. Основанием именования могут быть отношения семейного родства; возраста; номинации, характеризующие отношения между людьми (например, дружеские или враждебные) и т. п. По социальной роли в обществе функционируют группы именований сословных различий, профессий, иерархических отношений в составе определенных коллективов (например, *начальник – подчиненный*). Номинации могут базироваться также на признаках «сфера общественной деятельности», «политические и религиозные убеждения», «гражданство», «место жительства» и т. п. [3].

Феминитивы – это наименования лиц женского пола, альтернативные номинациям мужского рода [2]. Обычно они связаны с профессиями, социальным статусом, местом жительства. Появление и дальнейшее развитие феминитивов обусловлено внеязыковыми факторами и связано с новейшей историей современного мира. Получив определенные политические свободы и законодательные права, женщины смогли получать высшее образование и работать, что изменило представление о роли женщины в современном обществе, а также оказало влияние на женское самосознание [1]. Исторически в русском языке преобладали наименования лиц мужского пола из-за невозможности женщин попасть во многие области деятельности, закрытые для них. Женские формы для названий профессий в прошлом обозначали не занятие самой женщины, а факт ее замужества за человеком этой профессии (*генеральша – жена генерала*).

Произведения А. П. Чехова показывают все стороны жизни современной ему России. Поэтому количество действующих лиц в рассказах писателя очень велико. В рассказах А. П. Чехова встречается много различных номинаций людей и наименования лиц женского пола представляют обширную группу лексических единиц.

Ряд номинаций указывают на **возраст** (8 слов встретились 659 раз): существительное *женщина* употребляется в рассказах А. П. Чехова 87 раз,

девица – 91 раз, слово *девушка* употребляется в рассказах А. П. Чехова гораздо чаще – 168 раз, еще чаще встречается номинация *девочка* – 176 раз. Диминутив *девчонка* употребляется А. П. Чеховым в рассказах 16 раз, имеет отрицательную коннотацию и часто встречается в репликах персонажей: *Нынче, батенька, двенадцатилетняя девчонка норовит уже иметь любовника...* [4, «В усадьбе»]. Имя существительное *старуха* характеризуется высокой частотностью (178 раз), тогда как *старушка* с уменьшительно-ласкательным суффиксом употреблено в рассказах А. П. Чехова всего 28 раз; слово *старушеница* с уничижительной коннотацией встретилось только дважды, в обоих случаях это слово используют персонажи: *Теперь же это была худосочная, болтливая старушеница с кислыми глазами и желтыми зубами...* [4, «Открытие»].

Обилие слов тематической группы «родственные связи» (19 слов, 3323 употребления) позволяет разделить ее на три подгруппы: близкие родственные связи, дальние родственные связи, «претенденты на родственную связь». Имя существительное *жена* употребляется А. П. Чеховым в рассказах 989 раз, его синоним *супруга* встречается гораздо реже – 78 раз. В репликах персонажей встречаются диминутив *женушка* (единично) и просторечное существительное *женка*. Имя существительное *мать* употреблено в рассказах 690 раз, слово *мама* – 156 раз, главным образом в репликах персонажей, при этом в репликах довольно часто встречается диминутив *мамаша* – 131 раз (во времена А. П. Чехова это слово еще не имело такой явной фамильярной коннотации). Несколько реже, но регулярно писатель употребляет диминутивы *матушка* (84 раза) и *маменька* (54 раза). Имя существительное *дочь* встретилось 275 раз, слово *сестра* – 423 раза, номинация *бабушка* – 165 раз, разговорное сниженное *бабка* – 53 раза. На более дальнее родство указывают слова *тетя* (52 раза) и чуть более частое *тетка* (54 раза). Диминутив *тетенька* встретился 25 раз. Другие названия неблизких родственников малочастотны: *племянница* (7 раз) и *родственница* (3 раза). Номинации *любовница* (78 раз) и *наследница* (4 раза) мы отнесли к подгруппе «претенденты на родственную связь».

Встретилось 23 номинации лиц женского пола по профессии или роду занятий (в сумме 413 раз), причем 70 % словоупотреблений (290) относится к словам, называющим прислугу и гувернанток: *кухарка* (103 раза), *горничная* (81 раз), *нянька* (65 раз), *нянюшка* (3 раза), *гувернантка* (38 раз). Гораздо реже встречаются другие наименования по роду занятий: *актриса* (45 раз) и уничижительное *актерка* (2 раза), *учительница* (20 раз), *прачка* (13 раз), *купчиха* (12 раз), *проститутка* (7 раз), *швейка* (3 раза), *повитуха* (2 раза), *лавочница*, *знахарка* и *повивальная бабка* употреблены однократно. Не на профессию, а на временное занятие указывают слова *гимназистка* (9 раз) и *послушница* (1 раз). К наименованиям лиц женского пола

по профессии или роду занятий примыкают слова, характеризующие женщин по одиночному или нерегулярно повторяющемуся действию: *пассажирка* (2 раза), *преступница* и *утопленница* (по 1 разу).

Наименования лиц женского пола по социальному положению или по супругу встречаются реже, чем наименования по роду занятий (10 слов, 274 употребления): *барыня* (124 раза), *графиня* (87 раз), *помещица* (2 раза), *крестьянка* (3 раза). Значение ‘жена человека, названного мотивирующим словом’ имеют существительное *дьячиха* (36 раз), *солдатка* (6 раз), *попадья* (5 раз), *чиновница* (5 раз), *генеральша* (2 раза), *советница* (2 раза), словосочетание *губернская секретарша* (2 раза). Часть наименований указывают на положение женщины после смерти близкого человека (2 слова, 57 употреблений): существительное *вдова* (46 раз), *сирота* (11 раз).

Очень редко А. П. Чехов использует наименования лиц женского пола, характеризующие их внешность (4 слова, 89 употреблений): *блондинка* (35 раз), *брюнетка* (28 раз), *шатенка* (19 раз), *красавица* (7 раз).

Еще реже употребляется группа слов, называющих национальность или территориальное происхождение женщины (9 слов, 47 употреблений): *цыганка* (16 раз), *англичанка* (13 раз), *немка* (12 раз), единично встретились номинации *еврейка*, *татарка*, *полька*, *французженка*, *армянка*, *иностранка*.

Часть наименований лиц женского пола указывают на различные несемейные взаимоотношения между людьми (6 слов, встретились 56 раз): *подруга* (27 раз), *соседка* (14 раз), *помощница* (6 раз), *спутница* (5 раз), *незнакомка* и *поклонница* (по 2 раза).

Таким образом, рассказы А. П. Чехова ярко демонстрируют положение женщины в российском обществе начала XX в. Наименования по родственным связям составляют львиную долю номинаций лиц женского пола, тогда как наименования по профессии или роду занятий составляют всего десятую часть. В то же время можно отметить, что существительные со значением ‘жена человека, названного мотивирующим словом’ встречаются очень редко, что демонстрирует некоторую степень эмансипации.

Список использованной литературы

1. Вульф, Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / Н. Вульф. – М. : Альпина нон-фикшн, 2016. – 445 с.
2. Гузаерова, Р. Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве / Р. Гузаерова, В. Косова // Филология и культура. – 2017. – № 4 (50). – С. 11–15.
3. Жарникова, А. В. Гендерные стереотипы в рекламном дискурсе (на материале английского языка) / А. В. Жарникова // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. – 2016. – № 2. – С. 84–89.
4. Национальный корпус русского языка : [сайт]. – URL: <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 10.04.2025).

[К содержанию](#)

С. В. ЮХИМУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Фелькина, канд. филол. наук, доцент

ИМЕНА СВЯТЫХ И БИБЛЕЙСКИХ ПЕРСОНАЖЕЙ В ПОЭЗИИ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА

Последние десятилетия отмечены активизацией лингвистического исследования религиозной сферы как особой ценностной системы. В связи с изменениями в идеологии использование некоторых пластов лексики в определенное время искусственно приостанавливалось. В большой степени это касается религиозной лексики, сфера употребления которой значительно сузилась в XX в. Как пишет С. И. Ожегов в своем труде «К вопросу об изменениях словарного состава русского языка в советскую эпоху» [3, с. 19], ранее «широко употребительными и понятными были слова, называвшие те явления, предметы церковного обихода и тех лиц, с которыми народу приходилось непосредственно сталкиваться при исполнении обрядов: *молебен, обедня, исповедь, говеть, поститься, отпевание, причастие, обручение, венчание, венчаться* (идти под венец), *наперть, хоругвь, евангелие, ряса, подрясник, приход, прихожанин* и т. д.». Данные лексические единицы из активного запаса языка перешли в пассивный, «сейчас молодежь уже не представляет ясно, какие значения скрываются за этими словами, а люди старшего поколения часто пользуются ими для шутливого обозначения явлений из совсем других областей, например: *поститься* («сидеть на диете»), *испортить всю обедню* и т. п.».

Постсоветский период характеризуется тенденцией к возобновлению использования некоторых историзмов, архаизмов, и в целом устаревших слов. В этот же процесс оказалась вовлечена и религиозная лексика. Тенденция по возрождению и возвращению в активное употребление устаревших слов была отмечена многими исследователями. Например, А. Д. Дуличенко еще в начале 90-ых гг. обнаруживает активизацию слов с корнем *благ-*: *благородство, благотворительность* и т. д. [1, с. 35].

Особый интерес вызывает религиозная лексика в языковой картине мира писателей Серебряного века, ознаменованного христианской философией, рассматривавшей тайны бытия не столько критически и рационалистически, сколько мистически.

Серебряный век можно охарактеризовать не только рождением *нового религиозного сознания*, но и возникновением *нового языка*: данная культурная эпоха, обусловленная влиянием Ницше, потребовала революции в сфере философских и богословских терминов. Таким образом, религиозная лексика подверглась культурному переосмыслению.

В произведениях писателей Серебряного века (И. Анненского, А. Ахматовой, А. Блока, С. Есенина, М. Кузмина, О. Мандельштама, В. Маяковского, Б. Пастернака, В. Хлебникова, М. Цветаевой) широко представлены библейские образы, имена библейских персонажей и библейская топонимика, разнообразна лексика, называющая здания для богослужения, предметы культа и т. п.

Материалом для исследования послужили имена библейских персонажей, использованные перечисленными писателями и извлеченные методом сплошной выборки из поэтического подкорпуса Национального корпуса русского языка [2] и «Словаря языка русской поэзии XX в.» [4].

В поэтических произведениях встречаются имена следующих библейских персонажей:

– *Иуда* (3 примера из М. Цветаевой, 3 примера из А. Блока, 2 примера из С. Есенина, по одному примеру из О. Мандельштама и Б. Пастернака). В 4 случаях (по одному у А. Блока и Б. Пастернака, 2 у С. Есенина) это слово использовано как имя евангельского персонажа, например: *А я, ничтожный смертный прах, / У ног твоих смятенно буду / Искать в глубоких небесах Христа, учителя Иуды.* АБ899 (I/424.1). У А. Блока встретилось и прозвище *Искарот*: *Владыки, полные заботы, / Послали весть во все концы, / И на губах Искариота / Улыбку видели гонцы.* АБ902 (I,222). В остальных примерах имя *Иуда* имеет символическое значение: *Умри, Флоренция, Иуда, / Исчезни в сумрак вековой!* АБ909 (III,106); *Только выкрестами жива! / Иудами вер!* Цв924 (III,47); *И все растет вопрос: куда они, откуда, / И не ползет ли медленно по ним / Тот, о котором мы во сне кричим, – / Народов будущих Иуда?* ОМ937 (232.1); *Зарычит антихрист земным гудом: / «А и сроку тебе, царь, даю четыреста лет! / Как пойдет на Москву заморский Иуда, / Тут тебе с Новгородом и сладу нет!»* РП Ес914 (I,310).

– *Георгий* (в значении военного ордена Св. Великомученика и Победоносца Георгия: *Все Георгии на стройном мундире И на перевязи черной – рука.* Цв915 (I,242.1); *По пыльной мостовой идут; / Их лица строги, груди серы, / Блестит Георгий там и тут,* АБ919 (III,306); данная лексема встречается в поэтических текстах В. Маяковского, М. Цветаевой и А. Блока (по одному примеру);

– *Иоанн* – это имя используется в четырех разных значениях. 1) Как имя св. Иоанна Крестителя, пророка, предвестника Иисуса Христа, казненного царем Иродом Филиппом I, слово единично встречается у М. Цветаевой, А. Ахматовой, М. Кузмина, С. Есенина и Б. Пастернака (в сумме 5 раз): *Уже встал Иоанн, / Изможденный от ран, / Поднял с земли Отрубленную голову,* Ес917 (I,268); *Йони-голубки, Ионины недра, / О, Иоанн Иорданских струй!* Куз922 (273). 2) Второй святой – Иоанн Богослов, один из 12 апостолов, евангелист – упоминается 8 раз (1 пример из А. Ахматовой,

2 примера из А. Блока, 5 примеров из М. Цветаевой): *Слышала я, как она [сестра] шептала: / «Плащ Богородицы будет синим... / Боже, апостолу Иоанну / Жемчужин для слез достать мне негде...» РП Ахм914 (265); Как жизнь уже давным-давно нам – Сукно игорное: – vivat! За Иоанном – в рай, за доном Жуаном – в ад. Цв914 (III,7). 3) Как название праздника слово дважды использует М. Цветаева: *Спорили сотни / Колоколов. / День был субботний: / Иоанн Богослов. Цв916 (I,273.2). 4) Она же употребляет имя как название одной из частей Евангелия: В любом из вас, – хоть в том, что при огарке / Считает золотые в узелке – / Христос слышнее говорит, чем в Марке, / Матвее, Иоанне и Луке. Цв916 (I,322); ИОАНН Загл. Цв917 (I,357.2). Отметим, что имена других евангелистов, кроме приведенного контекста, встречаются только в названии собора Св. Марка в Венеции (А. Блок) и праздника (М. Кузмин).**

– *Борис и Глеб* (по одному примеру из М. Цветаевой и Б. Пастернака): *Мы сойдемся в Страстной Четверг / Над церковкой Бориса – и – Глеба. Цв918 (I,396.1); Город. Зимнее небо. / Тьма. Пролеты ворот. / У Бориса и Глеба / Свет, и служба идет. П957 (II,112);*

– *Ной* (патриарх, праведник, построивший ковчег и спасшийся в нем от потопа, 1 пример из Б. Пастернака): *Она [душа] уходит в перегной Потопа, как при Ное, И ей не боязно одной Бездонною весною. П931 (I,422);*

– *Ева* (по одному примеру из А. Ахматовой и Б. Пастернака, по два из В. Маяковского и М. Кузмина, 4 примера из М. Цветаевой): *О первая ревность, о первый яд / Змеинный – под грудью левой! / В высокое небо вперенный взгляд: / Адам, проглядевший Еву! Цв921 (II,20.1); От друзей – тебе, подноготную / Тайну Евы от древа – вот: / Я не более чем животное, / Кем-то раненное в живот. Цв924 (III,41);*

– *Суламифь* (2 примера из М. Цветаевой, 1 пример из Б. Пастернака): *И небо рыдало над морем <...> Вся соль его славит, кипя, Суламифь. П917 (I,515); Нет, руки за голову заломив, – Глоткою соловьиной! – Не о сокровищнице – Суламифь: Горсточке красной глины! Цв922 (II,122.1).*

Для сравнения относительной частоты использования религиозной лексики писателями Серебряного века данные были обобщены в таблице 1.

Таблица 1 – Количество именовании святых и библейских персонажей

Слово	Анн	М	Ахм	Цв	АБ	ОМ	П	Куз.	Ес	Хл.	Сумма
Борис и Глеб	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
Георгий	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	3
Ева	0	2	1	4	0	0	1	2	0	0	10
Иоанн	0	0	2	9	2	0	1	1	1	0	16
Иуда	0	0	0	3	3	1	1	0	2	0	10
Ной	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Суламифь	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	3

Из таблицы видно, что М. Цветаева чаще других использует именованя святых и библейских персонажей (20 употреблений), у других авторов можно найти не более 7 примеров. Стоит также отметить, что лексема *Ной* встречается единожды у Б. Пастернака. Самым частотным словом оказалось *Иоанн*, поскольку это имя относится к двум разным святым и используется также как название праздника и части Евангелия. Чаще всего упоминаются *Ева* и *Иуда* (по 10 примеров). На первый взгляд, они ничем не похожи: Ева из Ветхого Завета, Иуда из Нового. Но ведь именно Ева первой нарушила божественный запрет и оказалась виновницей изгнания из рая, а Иуда предал Христа, так что эти фигуры символизируют самые непростительные грехи.

Список использованной литературы

1. Дуличенко, А. Д. Русский язык конца XX столетия / А. Д. Дуличенко. – München: Otto Sagner, 1994. – 347 с.
2. Национальный корпус русского языка : [сайт]. – URL: <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 10.04.2026).
3. Ожегов, С. И. К вопросу об изменении словарного состава русского языка в советскую эпоху / С. И. Ожегов // Вопросы языкознания. – 1953. – № 2. – С. 17–28.
4. Словарь языка русской поэзии XX в. / А. В. Гик [и др.]; отв. ред. В. П. Григорьев, Л. Л. Шестакова. – URL: https://ruslang.ru/doc/group_dict_poetry/foreword.pdf (дата обращения: 30.04.2026).

[К содержанию](#)

С. В. ЮШКО

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. С. Клундук, канд. филол. наук, доцент

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК

В современной маркетинговой системе социальная сеть ТикТок превратилась из развлекательного приложения в многофункциональную платформу для продвижения брендов. Ее рекомендательный алгоритм «Для вас» (For You Page, FYP), ориентированный на гиперперсонализацию и вирусное распространение контента, создает уникальные возможности для быстрого охвата аудитории даже при небольшом количестве подписчиков [1, с. 38]. Для белорусских компаний, работающих в условиях ограниченного внутреннего рынка, эффективное использование потенциала ТикТок становится стратегическим фактором укрепления конкурентных позиций как внутри страны, так и за ее пределами.

Целью данной статьи является определение ключевых инструментов продвижения белорусских брендов в социальной сети ТикТок на основе анализа успешных практических кейсов компаний. Эмпирическую базу исследования составил контент официальных страниц в социальной сети ТикТок Министерства по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь (МЧС, @mchs112.by), кондитерской фабрики «Слодыч» (@slodych.by), бренда безалкогольных напитков «Бела Кола» (@bela_cola_official) и косметического бренда «Relouis» (@relouis.by) за период 2025–2026 гг.

Специфика продвижения в ТикТок, как отмечают исследователи, определяется сочетанием нескольких факторов. Во-первых, это культура аутентичности («неотполированности»): пользователи отдают предпочтение живому, снятому на смартфон контенту, а не глянцевой корпоративной рекламе. Во-вторых, решающее значение приобретают глубинные метрики вовлеченности – время просмотра, коэффициент завершения видео, количество комментариев, дуэтов, ститчей и сохранений – в противовес традиционным охватам и лайкам. В-третьих, эффективная стратегия строится на формате эдьютейнмента (обучение через развлечение) и постоянной работе с трендами (популярные звуки, мелодии, мемы, челленджи) [1; 2; 3; 4]. Как показывает практика, для белорусских компаний наиболее перспективна гибридная стратегия: создание сильного органического контента в сочетании с точечным использованием платных инструментов и коллаборациями с локальными микроинфлюенсерами.

Аккаунт МЧС Беларуси в ТикТок (@mchs112.by, более 287 тыс. подписчиков, свыше 10 млн лайков на май 2026 г.) демонстрирует эффективное использование эдьютейнмента в государственном секторе. Правила пожарной безопасности и поведения при чрезвычайных ситуациях подаются через популярные мемы, трендовые звуки и игровые сюжеты. Например, в посте от 03.05.2026 правила эвакуации при пожаре в торговом центре объяснялись через сюжет игрового мема с выбором правильной двери. Активно используются отрывки из кинофильмов («Терминатор», пост от 02.02.2026; «Форсаж. Токийский дрифт», пост от 26.02.2026) и трендовые музыкальные композиции (песня «Феникс» в исполнении Bearwolf, пост от 09.04.2026). Особую роль играет формат «закулисье» (behind the scenes), который представлен видео, например, о быте спасателей, приготовлении обеда в полевых условиях, отдыхе после вызова (пост от 30.04.2026). Такие инструменты «очеловечивают» образ ведомства и повышают доверие и лояльность аудитории. Самый вирусный ролик – эстетичный монтаж под песню «Ghostbusters» (пост от 16.10.2025) – набрал 3,2 млн просмотров, 490 тыс. лайков и 47 тыс. сохранений. Таким образом, МЧС Беларуси (@mchs112.by) удалось органично вписаться в специфику платформы ТикТок, сочетая социально значимую миссию с вирусными техниками.

Кондитерская фабрика «Слодыч» (@slodych.by, 72 тыс. подписчиков, 2,6 млн лайков) демонстрирует в ТикТок принципиально иной подход: ставку на дерзкий юмор, жанровые эксперименты и мемную культуру. Бренд сознательно уходит от традиционной «сладкой» рекламы в пользу абсурда, самоиронии и неожиданных визуальных решений. Видео «Ночная экскурсия по цеху» в жанре хоррор (пост от 31.10.2025) набрало 5,8 млн просмотров и 712 тыс. лайков, вызвав резонанс за пределами социальной сети ТикТок. Компанией активно используются пародии на популярные фильмы и телешоу: «Гарри Поттер и философский Слодыч» (пост от 17.02.2025), пародия на «Битву экстрасенсов» (пост от 28.03.2026), отсылки к мелодраме «Сумерки» (пост от 16.02.2026) и фантастическому сериалу «Очень странные дела» (пост от 27.11.2025).

Особого внимания заслуживает оперативная реакция компании «Слодыч» на пользовательский контент (UGC). Так, например, после выложенного одним из пользователей видео, в котором показано, как отец читает дочке вымышленную «инструкцию» с пачки печенья (в ролике родитель объясняет, что вскрывать упаковку можно только после того, как будет съедена капуста с мясом), «Слодыч» создал мемный ответ (пост от 13.02.2026), обновил упаковку печенья по мотивам вирусного видео (видео набрало миллионы просмотров), выпустил мерч с дизайном пачки и разыграл его среди подписчиков. Такой подход превращает бренд из производителя сладостей в полноценного участника мемного поля, что обеспечивает высокую лояльность не только подписчиков, но и в целом многих потребителей продукции фабрики.

Бренд «Бела Кола» (@bela_cola_official, 172 тыс. подписчиков, 3,6 млн лайков) выстраивает коммуникацию вокруг постоянного харизматичного героя – сотрудницы завода Оксаны, которая фактически стала «лицом» компании в цифровом пространстве. Оксана, живая, естественная, с ироничной манерой подачи, участвует в большинстве видео, танцует под трендовые звуки (Beyonce – «Diva», пост от 06.11.2025), снимается в дуэтах с мужем (пост от 19.03.2026), участвует в коллаборациях, например, с брендом «Люксвизаж» (пост от 05.01.2026). Важным элементом коммуникативной стратегии бренда является вовлечение сотрудников завода в создание контента: танец коллектива под трек Мэйби Бэйби «Силиконовый гном» (пост от 24.07.2025) набрал 7,1 млн просмотров. Кроме того, «Бела Кола» активно использует интерактивные механики. Так, новогодняя кампания 2025 г. позволила подписчикам голосовать за вкус, дизайн упаковки и цвет крышечки лимитированной колы, превратив потребителей в соавторов продукта. Такие инструменты укрепляют эмоциональную связь «бренд – потребитель» и формируют у людей восприятие белорусского напитка как «своего».

Косметический бренд «Relouis» (@relouis.by, 34 тыс. подписчиков, 795 тыс. лайков) занимает в ТикТок нишевую позицию, ориентируясь не на массовую вирусность, а на глубокое вовлечение целевой аудитории (в основном девушек 18–35 лет). Превалирующий инструмент компании в социальной сети – создание образовательного контента: представление tutorиалов от профессиональных визажистов (пост от 29.04.2026), тестирование лайфхаков с продукцией бренда (пост от 26.04.2026) и др.

Высокую эффективность демонстрирует формат живого общения, который представлен, например, выходом на улицу с вопросом «Что вам не нравится в женском макияже?» (пост от 12.09.2025), челленджами с прохожими – отжаться за адвент-календарь (пост от 22.12.2025, 1,3 млн просмотров), заданием сказать 15 комплиментов за 30 секунд (пост от 13.02.2025, 1,7 млн просмотров). Бренд также использует формат «закулисье» (например, видео о производстве пудры, пост от 17.02.2026) и размещает регулярные рубрики о скидках. Опыт «Relouis» доказывает, что в бьюти-сегменте эффективнее работает не погоня за виральностью, а стабильное, полезное и аутентичное взаимодействие с целевой аудиторией.

Анализ рассмотренных кейсов компаний в сравнительном аспекте позволяет выделить несколько универсальных инструментов продвижения белорусских брендов в ТикТок. Во-первых, это эдьютейнмент – сочетание развлечения и обучения, которое эффективно используют МЧС (правила безопасности через мемы) и «Relouis» (тutorиалы). Во-вторых, формат «закулисье» (behind the scenes), демонстрирующий производственные процессы и реальных сотрудников; наиболее ярко этот инструмент представлен у «Бела Колы». В-третьих, создание постоянных героев (Оксана у «Бела Колы») и серийных рубрик, что формирует привычку возвращаться к аккаунту. В-четвертых, активная работа с мемной культурой и трендовыми звуками; этот инструмент в наибольшей степени характерен для «Слодыча» и МЧС. В-пятых, стимулирование пользовательского контента (UGC) и оперативная реакция на него (кейс «Слодыча» с инструкцией на пачке печенья). Наконец, интерактивные техники (голосования, челленджи) и гибридное сочетание органических публикаций с платными инструментами (Spark Ads).

Таким образом, проведенное исследование подтверждает, что ТикТок является эффективной площадкой для продвижения белорусских брендов. Каждый из рассмотренных кейсов демонстрирует уникальную стратегию, однако всех их объединяет понимание культурного кода платформы, готовность к экспериментам и ориентация на аутентичное взаимодействие с аудиторией. Перспективы использования белорусскими брендами социальной сети ТикТок оцениваются как весьма благоприятные. При грамот-

ном, системном подходе социальная сеть ТикТок может стать мощным инструментом укрепления конкурентных позиций белорусских компаний как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Список использованной литературы

1. Гришин, К. Ю. Алгоритмы рекомендационных систем социальных сетей: кейс TikTok / К. Ю. Гришин // Цифровая социология. – 2020. – Т. 3. – № 2. – С. 34–45.
2. Короткевич, А. А. Особенности медиапотребления в Республике Беларусь: переход к цифровым платформам / А. А. Короткевич // Социологический альманах. – 2021. – № 12. – С. 154–165.
3. Лаптенко, А. С. Развитие электронной коммерции в Беларуси: возможности для национальных брендов / А. С. Лаптенко // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2022. – № 11. – С. 45–52.
4. Соколова, Е. В. SMM: продвижение в социальных сетях / Е. В. Соколова. – СПб. : Питер, 2020. – 320 с.

[К содержанию](#)

Н. В. ЯНМИНЧЕВА-МАРКОВА

Шумен, ШУ имени еп. К. Преславского

Научный руководитель – Е. В. Стоянова, доктор филологии, проф.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ФОН РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Взаимосвязь языка и культуры приводит к формированию междисциплинарного направления лингвокультурологии, где культурная коннотация выступает механизмом, превращающим языковой знак в носителя национального культурного кода. Она аккумулирует образно-ассоциативный опыт этноса, доказывая несовпадение языковых картин мира. В основе трансляции этих скрытых смыслов лежит фразеология, так как фразеологизмы служат наиболее концентрированными экспонентами эталонных оценок и ассоциаций. «Двойная обусловленность» фразеологизмов, то есть их связь с языковой системой и культурным контекстом – определяет их роль в языке как средств номинации и трансляторов культурно значимых смыслов [4, с. 251].

Целью статьи является рассмотрение русских и английских фразеологических единиц с историко-культурным фоном. Исследование осуществляется на материале, извлеченном из фразеологических словарей русского и английского языков.

Устойчивые выражения, транслирующие информацию об исторических событиях, связаны с наиболее значимыми периодами русской

и английской истории. Фразеологизмы с историко-культурным фоном являются отражением историко-культурного развития народов. Данная группа включает фразеологизмы, связанные с историческими событиями и известными историческими личностями.

Историческая память о масштабных потрясениях и опустошительных набегах татаро-монгол XIV в. кристаллизировались в ФЕ *как Мамай прошел* ‘полнейший беспорядок, разгром, опустошение где-либо’, где имя татарского хана Мамай, разгромленного на Куликовом поле, стало нарицательным символом тотального разорения [1, с. 365].

Иногда ФЕ проносят культурную память сквозь года и эпохи, полностью теряя связь с прототипической ситуацией. Например, ФЕ *на лбу написано*: по указу императрицы Елизаветы Петровны на лбу преступника ставили клеймо, и по лбу было видно, кто преступник [1, с. 344]. ФЕ *Крепкий орешек* ‘о трудной, неразрешимой задаче, труднодоступной цели, о несговорчивом человеке’ связана со взятием Петром I шведской крепости Нотебург, в прошлом, русский город Орешек. Сообщая в Москву о взятии крепости, Петр I писал: «Правда, что зело крепок сей орех был, однако ж, слава Богу, счастливо разгрызен...» [1, с. 423]. ФЕ *Адмиральский час* ‘полдень, время завтрака или раннего обеда с выпивкой’. Происхождение выражения связано с обычаем Петра I в 11 часов делать в работе перерыв на обед. Для оповещения времени обеда в Петербурге стали давать залп из пушки Петропавловской крепости. Обычай сохранялся до 1938 г. Сейчас выстрел пушки в 12 часов как дань традиции свидетельствует о том, что в городе все спокойно [1, с. 614].

ФЕ *General Winter, General Frost, General February* (ср. *General Winter* [6], *Генерал Мороз* [1, с.108]), выполняют роль культурных прецедентов и легко переходят в другие языки при наличии общего исторического контекста.

ФЕ *to turn a blind eye* употребляется как сокращенный вариант выражения *to turn a deaf ear and a blind eye* в значении ‘преднамеренно игнорировать что-то, особенно если это неправильно или незаконно’ [5]. Полный вариант фразеологизма *to turn a deaf ear and a blind eye* подчеркивает полное игнорирование как визуальной, так и аудиальной информации. Происхождение фразеологизма связывают с именем английского флотоводца, контр-адмирала и национального героя Англии Горацио Нельсона, ставшего символом военно-морской мощи Англии. Бытует мнение или анекдот, что во время Копенгагенского сражения в 1801 г. он проигнорировал сигнал своего начальника, адмирала Хайда Паркера, к отступлению. Находясь в выгодной позиции и видя, что датчане бегут, Нельсон поднес подзорную трубу к «слепому» глазу, чтобы проигнорировать приказ отступить, и провел атаку, которая завершилась победой.

Источником фразеологизации нередко становятся высказывания известных исторических личностей. Крылатой после сражения при Ватерлоо становится фраза, произнесенная командующим английской частью союзной армии Веллингтон (1769–1852), который в критический момент сражения 18 июня 1815 г. обратился к послу Испании при гаагском дворе, генералу Алава: «*Теперь или никогда*». ФЕ употребляется в значении ‘о чем-либо, требующем безотлагательного решения’ [1, с. 567].

Лингвокультурные контакты России и Англии способствуют взаимопроникновению фразеологии в национальные языки, как происходит, например, с ФЕ *потемкинские деревни* / англ. *Potemkin villages* ‘книжн. неодобр. показное, мнимое благополучие, показной блеск, очковтирательство’. Выражение связано с именем князя Г. А. Потемкина, государственного деятеля времен Екатерины II. Императрица после присоединения Крыма к России совершила в 1787 г. поездку по Новороссии. По рассказам иностранцев, чтобы показать ей процветание доверенного ему края, Потемкин приказал построить на пути следования Екатерины II в Крыму бутафорские, показные селения с расписными избами. Эти деревни и получили название «потемкинских». Забвение первичной мотивировки приводит к искаженному переосмыслению оборота в речи: он ассоциируется с потемками, т. е. с невежеством, незнанием [1, с. 156]. С другой стороны, бытует другая точка зрения акад. А. Панченко, что скепсис «гостей» был скорее маской, за которой «скрывался страх, что Россия сумеет осуществить свои грандиозные планы» и, что Григорий Потемкин задумал феерию с развлекательным характером, а театрализованные декорации были согласованы с Екатериной II [2, с. 474].

В англоязычном пространстве фразеологическая единица *потемкинские деревни* стала популярной и за именем *Потемкин* закрепился образ, связанный с очковтирательством. *Potemkin Court* (синоним ФЕ *kangaroo court*). Более того, компонент – антропоним часто употребляется самостоятельно для создания новообразований со значением «обман, фикция»: *Potemkin City, Potemkinville, Potemkin Fleet, Potemkin presidency, Potemkin advance team* и т. п. [3]. В данном случае антропоним утрачивает индивидуальную референцию и функционирует как культурный знак с обобщенным негативно-оценочным значением.

Несмотря на различия культурных моделей, английская и русская фразеологии обнаруживает ряд общих черт, обусловленных универсальными когнитивными механизмами и общим европейским культурным наследием. К таким точкам соприкосновения относятся сходные метафорические модели, основанные на телесном опыте, природных явлениях и пространственных оппозициях (верх – низ, свет – тьма). А также калькирование устойчивых выражений, при котором сохраняется образная

структура при частичной трансформации языковой формы. Эти элементы обеспечивают потенциальную взаимопонимаемость и облегчают интерпретацию фразеологических единиц в межкультурной коммуникации.

Сходство проявляется в активных процессах калькирования, при котором сохраняется образная основа фразеологизма при формальном или частичном структурном совпадении (*hands off* – *руки прочь*, *tuch ado about nothing* – *много шума из ничего*). Это свидетельствует о высокой степени интеркультурной проницаемости фразеологического уровня языка.

Наряду со сходством, английская и русская фразеологии демонстрируют ярко выраженные различия, связанные с культурной асимметрией источников заимствования и оценочной направленностью. В английском языке фразеологизмы, связанные с русскими реалиями, нередко приобретают оценочно-иронический или критический характер. Существенные различия между английской и русской фразеологией проявляются, прежде всего, в прагматике употребления. В английском дискурсе фразеологизмы часто выполняют регулятивную функцию, смягчая высказывание и поддерживая социальную дистанцию. В русском дискурсе они нередко используются как средство экспрессивного усиления и эмоционального воздействия. Кроме того, английская фразеология тяготеет к эвфемистичности и иронии, тогда как русская допускает прямоту, гиперболизацию и драматизацию. Эти различия отражают культурные различия в способах выражения оценки, эмоций и отношения к собеседнику.

В процессе межкультурного взаимодействия наблюдаются явления калькирования, заимствования и семантической адаптации фразеологизмов. Так, устойчивые выражения, возникшие в одном культурно-историческом контексте, переходят в другие языки, сохраняя базовый образ, но приобретая новые прагматические и оценочные оттенки или сохраняя полную эквивалентность *черный ящик*, *желтая пресса* и др.

Таким образом, культурная коннотация фразеологических единиц выступает важным инструментом трансляции культурных смыслов через язык и является «хранилищем коллективной памяти» лингвокультурной общности.

Список использованной литературы

1. Бирих, А. К. Словарь русской фразеологии : историко-этимологический словарь : около 6000 фразеологизмов / А. К. Бирих, В. М. Мокиенко, Л. И. Степанова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Астрель, 2005. – 926 с.
2. Панченко, А. М. «Потемкинские деревни» как культурный миф / А. М. Панченко // Русская история и культура : работы разных лет / А. М. Панченко. – СПб. : Юна, 1999. – С. 462–475.
3. Рыжкина, Е. В. Фразеология как оружие информационной войны / Е. В. Рыжкина // Язык, культура, профессиональная коммуникация в современном

обществе : материалы междунар. интернет-конф. (Тамбов, 20 мая 2014 г.). – URL: https://www.tsutmb.ru/nayk/nauchnyie_meropriyatiya/int_konf/mezhdunarodnyie/konkurs_inicziativnyix_nauchnyix_proektov_2014_goda%2C_vyipolnyaemyix_molodyimi_uchenyi/s_ektsiya_2_kulturnye_kontsepty_v_sovremennom_mediadiskurse/frazeologiya-kak-oruzhie-informatsionnoy-voyny (дата обращения: 08.12.25).

4. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Яз. рус. культуры, 1996. – 288 с.

5. Cambridge English Dictionary. Cambridge University Press & Assessment 2025. / https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/turn-a-blind-eye?utm_source=chatgpt.com

6. Oxford English Dictionary : The historical English dictionary : [site]. – URL: <https://www.oed.com/search/advanced/Quotations?textTermText0=General+Winter&textTermOpt0=QuotText> (date of access: 08.12.25).

[К содержанию](#)

Д. С. ЯРМОЛЬЧЫК

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік – В. М. Касцючык, канд. філал. навук, дацэнт

ДЫЯЛЕКТЫЗМЫ Ў РАМАНЕ ГЕОРГІЯ МАРЧУКА «КВЕТКІ ПРАВІНЦЫ»

Дыялектная лексіка – невычэрпнае багацце народа. Яркія дыялектныя словы надзвычай трапна перадаюць найтанчэйшыя адценні думак, пачуццяў, перажыванняў чалавека, дакладна характарызуюць дзейнасць людзей у розных сферах жыцця.

Як вядома, дыялектнымі называюцца словы, якія ўжываюцца ў адной гаворцы, групе гаворак ці дыялекце і не ўжываюцца ў літаратурнай мове або адрозніваюцца ад літаратурных значэннем, фанетычнымі ці граматычнымі асаблівасцямі.

Беларуская літаратура багатая на імёны шматлікіх аўтараў, якія вельмі ўдала выкарыстоўвалі дыялектную лексіку ў сваіх творах. Плённа карыстаўся гэтым моўным скарбам свайго народа і творча апрацоўваў іх, уводзіў у літаратурны ўжытак Георгій Марчук. Пісьменнік выкарыстоўваў дыялектныя словы ў сваіх творах, каб паказаць мясцовы каларыт, быт і адносіны герояў паміж сабой.

Дыялектызмы сталі неад’емнай часткай сродкаў выразнасці ў творчасці Георгія Марчука. У рамане пісьменніка «Кветкі правінцыі» дыялектныя словы выкарыстоўваюцца як асноўны сродак стварэння непаўторнага палескага каларыту і моўнай індывідуалізацыі герояў. Гэтыя моўныя адзінкі можна падзяліць на некалькі груп: граматычныя (назвы, якія адрозніваюцца ад літаратурных слоў асобнымі граматычнымі значэннямі

ці їх сродкамі выражэння), уласналексічныя (мясцовыя назвы з'яў і прадметаў, для абазначэння якіх у літаратурнай мове ўжываюцца словы з іншай асновай), фанетычныя (супадаюць па значэнні з адпаведнымі ім літаратурнымі словамі, але адрозніваюцца ад іх па форме), словаўтваральныя (у параўнанні з літаратурнымі адпаведнікамі маюць іншыя словаўтваральныя сродкі). Ніжэй прыведзены прыклады розных тыпаў дыялектызмаў, якія арганічна ўплецены ў мастацкую тканіну рамана і дапамагаюць глыбей адчуць дух правінцыйнага жыцця.

Граматычныя дыялектызмы найчасцей ужываюцца ў творы Георгія Марчука. Такія дыялектныя словы передаюць граматычныя асаблівасці дыялекту. Яны могуць адрознівацца ад агульналітаратурных слоў канчаткамі. Так, для дзеясловаў характэрны разыходжанні са словамі літаратурнай мовы, выяўленымі: а) у форме 1 асобы множнага ліку цяперашняга часу: **чуемо** (чуем): – *Бач ты, халера, другі раз чуемо. Ля нашай хаты на слупе плакалася, а зараз тут* [с. 9]; **жымо** (жывём): – *Якая ў нас работа... Нідзе. З хазяйства жымо, як усе* [с. 28]; **паспеемо** (паспеем): – *Прадаці паспеемо. Няхай стаіць. Падрасце Адасік, ажэніцца, дабудуе, дык будзе дзе жыці. З голаду не памром, – направила дзеда Насця* [с. 42]; **косімо** (косім): *Пайшлі на сенажаць. Косімо* [с. 87]; **прывозімо** (прывозім): *Жывуць людзі, шчэ й вам у гарадок тое-сёе прывозімо* [с. 87]; б) у форме 1 асобы множнага ліку будучага часу: **жыцьмо** (будзем жыць): *«Як далей жыцьмо? Як дзяцей паставіць на ногі? Ці выдадуць новыя патэнты, ці адбяруць старыя?»* [с. 33]; в) у форме загаднага ладу: **хадземо** (хадзем): – *Ой, хадземо. Пашкадуй дзіця* [с. 8].

Уласна лексічныя дыялектызмы – словы, якія не ўжываюцца ў літаратурнай мове. У параўнанні з агульнавядомымі адпаведнікамі яны маюць іншыя лексічныя асновы. Да ўласналексічных дыялектных слоўназоўнікаў з твора Г. Марчука адносяцца: **краскі** (кветкі): – *І зараблю. Паеду на вэсну, прадам краскі – будзе заробак* [с. 9]; **урлёп** (адпачынак): *Можна пабегчы да любай стрыечнай сястры Зосі, яна толькі ўчора прыехала на ўрлёп з Польшчы* [с. 11]; **скляп** (труна): *Справа ў тым, што стары Юрко (яго хата стаяла насупраць нашай) рабіў скляпы і гатовыя (а іх было заўсёды тры-чатыры штукі) складаў пад павець якраз перад нашымі вокнамі* [с. 65]; **вэрхнік** (тоўстая пуховая коўдра): *Гарадчукі будавалі хаты, крылі іх чаротам, саломай, дранкай, масцілі гаткамі берагі бурлівай і часам неспакойнай Гарыні, рэзалі з золата завушніцы, выпільвалі пярсцёнкі, рабілі лодкі, дзяўблі чоўны, падкоўвалі коней, набівалі падушкі і вэрхнікі, малявалі іконы* [с. 30]; **лёды** (замарожаная салодкая ежа ў выглядзе лёду): *Варылі на святы цукровую вату і лёды, пяклі абаранкі і смачныя пернікі, булчкі з ваніллю* [с. 30].

У мастацкіх кантэкстах Георгія Марчука звяртаюць на сябе ўвагу таксама ўласналексічныя дыялектызмы-дзеясловы: **дыбнуць** (штурхнуць, стукнуць): *Бывала, паспяваў дыбнуць далонню ёй у плечы* [с. 89]; **штубнуць** (штурхнуць): – *Калі так, дык і я не застануся ў гэтай яме. Здавай, што рот адкрыў? Твая чарга, – штубнуў мяне ў плячо Доўнар?* [с. 94]; **прагундосіць** (невывразна прамовіць): – *Бяры грошы... Заснуў, ці што? – прагундосіў злы ад нервовай работы касір, прасунуўшы сваю лысую галаву ў акенца* [с. 96]; **совесціць** (сарамаціць): «*Толькі вучыся добра, каб не совесцілі*» [13, с. 40].

Фанетычныя дыялектызмы адрозніваюцца ад літаратурных адпаведнікаў па форме, бо перадаюць гукавыя асаблівасці народных гаворак. Такія дыялектныя словы таксама сустракаюцца ў творы Г. Марчука: **вон** (вунь): – *Вон, мо, халера, будзе да цябе падлашчвацца, дык бяжы дахаты, не стой, не загавары з ім* [с. 44]; **млячарня** (малачарня): *Калі прыедзе з часам яго дачка ці сын сябра настаўнікам сюды, не сорам будзе сказаць, што гэтую школу збудаваў пры Крутаяраве, і гэтую царкву ўзялі пад ахову дзяржавы пры ім, і гэтую млячарню пачаў будаваць* [с. 99]; **трэбо** (трэба): – *От трэбо матор купіць. Шух – і на Прыпяці* [с. 9]; **што** (што): – *Шчо, рыбак, дзіравыя штаны, мо возьмеш вясло да паможаш цётцы? – адганяючы сумны настрой, казаў дзядзька* [с. 8]; **мамо** (форма клічнага склону): – *Мамо, хадзем хутчэй, людзі ж будуць чакаць, – прыспешваў бабу Насцю Міхалка, – памянем грэшную душу* [с. 17]; **бабо** (форма клічнага склону): – *З-за каго, бабо? – папытаў* [с. 18]; **мула** (мыла): *Купіла мула, алей, яшчэ нейкую халеру, сядзіць, чакае машыну* [с. 87]; **усэ** (усё): *На рэдкі самалёт, які пралятаў у небе над мястэчкам, казалі: «О, усэ па бібліі. Там сказана, што будуць лётаць стальных птушкі»* [с. 31]; **цяпера** (цяпер): *А цяпера вада як нарабіла, смецце наўкол, пластмаса, бочкі ржавыя, смала* [с. 47]; **нашчо** (нашто): *Кошачку не вярнуць, а нашчо сварыцца* [с. 67]; **няхораішэ** (няхораша): – *Казаў я старому: не будуй адну хату на дзве сям'і. Addзяляй іх. Кожнаму волі хочацца і незалежнасці. Ат, няхораішэ* [с. 68]; **му** (мы): – *Насця, грошы прах, былі і няма. Addасі, калі Цімох заробіць. Коб му жывы булі* [с. 103].

У творы маюць месца яшчэ і словаўтваральныя дыялектныя словы, якія адрозніваюцца ад адпаведных літаратурных намінацый словаўтваральнымі сродкамі: **калісь** (калісьці): *Кажуць, што прадзеда майго бацькі калясь трымалі млын, з таго і жылі* [с. 20]; **раньш** (раней): – *Мы пабяжым з табой туды раньш* [с. 51]; **адселя** (адсюль): – *Давай шуруй адселя, пакуль цэлы* [с. 80].

Відавочна, розныя віды дыялектныя слоў у мастацкіх кантэкстах Георгія Марчука выступаюць яркімі моўнымі сродкамі, якія адлюстроўваюць асаблівасці маўлення персанажаў-вяскоўцаў. Гэтыя моўныя адзінкі

надзвычай важныя і ў апісанні жыцця літаратурных герояў, у наданні мастацкаму твору мясцовага каларыту.

У рамане Георгія Марчука «Кветкі правінцыі» асаблівае значэнне маюць таксама антрапонімы. Пісьменнік ужывае іх для стварэння непаўторнага каларыту палескага мястэчка, прататыпам якога з'яўляецца Давыд-Гарадок. Пры гэтым імёны і іх формы служаць паказчыкам рэгіянальнай ідэнтычнасці персанажаў.

У рамане пісьменнік свядома адыходзіць ад афіцыйных правільных формаў, выкарыстоўваючы фанетычныя і марфалагічныя варыянты імёнаў, уласцівыя жывой народнай гаворцы. Гэтыя формы сведчаць пра захаванне архаічных мадэляў наймення, дзе імя адаптуецца да мясцовага маўленчага асяроддзя. У такіх формах закансервавана народная культура зносін, якая пазбягае афіцыйнасці і падкрэслівае блізкасць людзей у межах адной лакальнай супольнасці.

Асаблівую ролю ў рамане адыгрываюць дыялектныя размоўныя і дэмінутыўныя формы імён персанажаў. Праз іх ужыванне пісьменнік перадае натуральную атмасферу душэўнасці, сямейнай цеплыні: *Сястра **Олена** хварэе, чалавек яе, **Якаў**, на калгасным полі* [с. 11]; *Можна зайсці да сяброўкі **Гэлі**, жонкі сваяка **Глеба Іванавіча*** [с. 11]; *Ззаду мяне не пераставала прычытаць баба **Лісавета**: «Гэта ж трыццаць тры гадоўкі, людцы мае... **Манечка**, а што ж ты нарабіла?»* [с. 17]; *Ёлкі-палкі, як любіць казаць дзядзька **Міхалка**, і тут не шанцуе* [с. 23]; *Праз месяц пасля пахавання мы: **Ванька** Гасцюшкін, **Толік** Бабёр, **Васько** Кіцель – сядзелі на калодах ля цёткі **Сарокі*** [с. 40]; – ***Насцё**, калі памру, ты пойдзеш дажываць век, як пайшла да **Мірона Гуня** на **Прасарэдзі**? – напаяўжартам, але вельмі насцярожана папытаў дзед* [с. 151]; – *Прадаці паспеемо. Няхай стаіць. Падрасце **Адасік**, ажэніцца, дабудуе, дык будзе дзе жыці. З голаду не памром, – напавіла дзеда **Насця*** [с. 42]; *Стары **Юрко** нічога не казаў, толькі пазатыкаў вату сабе ў вушы і габляваў, часта адпачываючы, дошкі на труну* [с. 57]; – *Шчо Бог дасць, **Якаўко**, што Бог дасць, – адказвала наранейшаму баба **Насця*** [с. 155].

У рамане Георгія Марчука «Кветкі правінцыі» не толькі сістэма ўласных імёнаў, але і мянушкі – гэта не проста спосаб назваць персанажа, а магутны мастацкі сродак, які нясе ў сабе глыбокі этнакультурны код беларускага Палесся. Дзякуючы сваёй вобразнасці і сувязі з народнай мовай, мянушкі становяцца важным стылістычным сродкам, які надае твору пісьменніка самабытнасць і мастацкую пераканаўчасць: *Цётка **Сарока** паціху крала ва ўсіх дварах дроты* [с. 121]; *Бондар **Біржа** біў сваіх сыноў штодзённа, а тыя гарлапанілі ў адказ: «Не буду, не хачу. Навошто вучыцца, калі можна бочку купіць у магазіне»* [с. 32]; *Чаму яго прызвалі **Воўкам**, цяпер ніхто ўжо не ведаў, як не ведалі давыд-гарадчукі, чаму іх па-вулічнаму,*

здавён, клікалі мянушкамі: *«Біржа, Манах, Свістун, Паяечко»* [с. 63]; *Сусед Ткач выкапаў глыбокі-глыбокі калодзеж у сваім двары, а ўсё ж вада ў ім нясмачная* [с. 11]; – *Барадулька, маё шанаванне. Ужо кніжкамі не таргуеш?* – з уздыхам сустрэў яго бацька [с. 209].

Прыведзеныя прыклады пераканаўча дэманструюць, што беларускія народныя імёны і мянушкі выяўляюць у рамане Георгія Марчука «Кветкі правінцыі» высокі этнакультурны патэнцыял, выступаючы паказчыкамі рэгіянальнай ідэнтычнасці і жывой народнай гаворкі. Твор пісьменніка глыбока пагружаны ў атмасферу беларускага Палесся, і таму яго дыялектызмы, уключаючы асабовыя імёны, прозвішчы і асабліва мянушкі, становіцца люстэркам, якое рознабакова перадае культурныя, сацыяльныя і моўныя асаблівасці рэгіёна.

Спіс выкарыстанай літаратуры

1. Марчук, Г. В. Раман. Навелы. Каноны / Георгій Марчук. – Мн. : Маст. літ., 2023. – 479 с.

[К содержанию](#)

З. В. ЯРМОЛЮК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Н. Е. Никитина, канд. филол. наук, доцент

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ КАК МАРКЕРЫ ИСТОРИЧЕСКОЙ ДОСТОВЕРНОСТИ В РОМАНЕ Г. ЯХИНОЙ «ЭШЕЛОН НА САМАРКАНД»

Художественное пространство исторического романа формируется в том числе посредством ономастического пространства, создаваемого автором произведения. С древнейших времен человек, осваивая окружающий мир, наделял именами предметы, явления и объекты действительности. В художественном тексте они выполняют ряд важных функций, одной из которых является формирование историко-культурного пространства произведения [2]. Особую роль в этом процессе играют антропонимы – «любое собственное имя, которое может иметь человек (или группа людей) в т. ч. личное имя, отчество, фамилия, прозвище, псевдоним, криптоним, кличка» [4, с. 30-31], прежде всего имена персонажей. Антропонимы в историческом романе выступают носителями культурной памяти и позволяют актуализировать исторический контекст произведения [5].

При выборе имен героев – как главных, так и эпизодических – писатель учитывает реалии изображаемой эпохи. На характер номинации

вливают социальное положение персонажа, его происхождение, национальная принадлежность и культурная среда, а также историческое время, в котором разворачиваются события произведения [1].

В литературной ономастике антропонимы рассматриваются не только как средство номинации персонажей, но и как важный элемент художественной репрезентации эпохи [3]. По мнению исследователей, имена собственные обладают способностью аккумулировать историческую, социальную и культурную информацию, благодаря чему становятся своеобразными маркерами времени. В историческом романе антропонимы выполняют документализирующую функцию: они соотносят художественный мир произведения с конкретными историческими реалиями, создавая у читателя эффект достоверности изображаемых событий [6]. Следовательно, анализ антропонимической системы позволяет выявить механизмы формирования исторического колорита произведения и способы авторской реконструкции прошлого. В данной статье рассматривается система антропонимов романа Г. Яхиной «Эшелон на Самарканд».

Исторически маркированные антропонимы в романе можно разделить на две группы: 1) имена реальных политических и общественных деятелей (Ленин, Троцкий, Дзержинский, Калинин, Крупская, Нансен), выполняющие документализирующую функцию; 2) прецедентные антропонимы (Чарли Чаплин, Бастер Китон, Вера Холодная, Зигмунд Фрейд и др.), формирующие культурно-исторический фон эпохи. Первая группа способствует созданию эффекта исторической достоверности, тогда как вторая позволяет реконструировать культурную атмосферу начала 1920-х гг.

Одним из наиболее значимых исторически маркированных антропонимов в романе является имя В. И. Ленина: «Печальный слух – о смерти Ленина – вызовет немало слез, особенно у девочек» [7, с. 104]. Данный антропоним выполняет не столько характерологическую, сколько историко-маркирующую функцию: он выступает символом новой государственной власти и позволяет соотнести художественное время произведения с конкретным этапом становления советского государства.

Не менее важным маркером эпохи является антропоним Троцкий: «Охраняют тот гроб, сменяя друг друга, товарищи Троцкий, Калинин и Дзержинский, а верная Крупская сама вставляет каждому караульному в уши пропитанную воском вату, чтобы не оглохли от звона курантов» [7, с. 104]. Особый интерес представляет тот факт, что Г. Яхина использует не только фамилию политического деятеля, но и исторически точное обозначение его должности – «народный комиссар по военным и морским делам». Благодаря этому создается эффект документальной достоверности, а художественное повествование соотносится с реальной системой государственного управления начала 1920-х гг.

Особое место среди антропонимов реальных исторических лиц занимает имя Ф. Э. Дзержинского. Именно его деятельность в начале 1920-х гг. была связана с организацией борьбы с детской беспризорностью и помощью голодающим детям. Включение данного антропонима позволяет соотнести сюжет романа с конкретными историческими мероприятиями советской власти. Благодаря этому художественное повествование приобретает документальную основу, а образ спасения детей воспринимается не как авторский вымысел, а как отражение реальных событий эпохи.

Сходную роль играет упоминание Н. К. Крупской, деятельность которой была тесно связана с вопросами народного образования и воспитания подрастающего поколения. Включение данного антропонима усиливает историческую достоверность повествования и вводит в текст дополнительные реалии социальной политики первых послереволюционных лет.

Особого внимания заслуживает антропоним Нансен: «То Деев – это сам Фритъоф Нансен, который привез в голодающую Россию миллион пудов еды, выучил здесь русский язык...» [7, с. 105]. Обращение к имени известного норвежского полярного исследователя и общественного деятеля Фритъофа Нансена свидетельствует о стремлении автора опереться на реальные факты международной гуманитарной помощи голодающим регионам Советской России. В результате расширяются исторические границы повествования, а описываемые события приобретают международный масштаб.

Особый интерес представляет упоминание фамилий Шапиро и Давыдова, которые отсылают читателя к реальной исторической личности – Асе Давыдовне Калининой (в девичестве Шапиро), известной своей деятельностью по спасению голодающих и беспризорных детей. В данном случае автор использует не прямое введение исторического персонажа, а механизм скрытой исторической отсылки. Такой прием позволяет соединить художественный вымысел с документальной основой произведения. Для читателя, знакомого с историей борьбы с детской беспризорностью, данные антропонимы становятся дополнительным подтверждением исторической достоверности изображаемых событий. [7, с. 500].

Культурно-исторический фон романа создается также посредством прецедентных антропонимов. Так, среди прозвищ детей можно встретить имена героев произведений мировой классики (Митя *Майн-Рид*, Дикий *Диккенс*, Ватный *Ватсон*, *Арамис* Помоечник, Нонка *Бовари*, *Козетта* Кокс, *Офелия* со стрюжкой); имена актеров кино (*Бастер Китон*, *Чарли Чаплин*), а также имена деятелей науки и культуры (Федя *Фрейд*, *Гюго Безбровый*). Особенность данной группы антропонимов заключается в том, что они отражают культурный кругозор детей начала XX в. В прозвищах беспризорников находят отражение популярная литература, кинематограф

и научные идеи эпохи. Подобные номинации свидетельствуют о проникновении массовой культуры в повседневную жизнь и позволяют реконструировать культурное пространство рассматриваемого исторического периода. Таким образом, прецедентные антропонимы выполняют не только хронологическую, но и культурно-историческую функцию.

Анализ антропонимической системы романа показал, что историческая достоверность произведения создается не только посредством упоминания реальных исторических деятелей, но и через включение прецедентных имен, а также антропонимических отсылок к историческим прототипам. В результате формируется многоуровневое ономастическое пространство, которое служит важным средством реконструкции социальной, политической и культурной реальности России начала 1920-х гг.

Список использованной литературы

1. Зиннатулина, Г. Х. Ономастическое пространство художественных текстов / Г. Х. Зиннатулина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 3. – С. 84–87.
2. Косиченко, Е.Ф. Роль онимов в организации художественного пространства / Е. Ф. Косиченко // Языковое бытие человека и этноса. – 2017. – № 19. – С. 127–133.
3. Ономастика литературного текста. Субъективный лингвистический анализ (на примере произведений Ги Де Мопассана) / С. В. Савельев, А. Б. Суркова // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. – № 5. – С. 1–6.
4. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 199 с.
5. Робустова, В. В. Кодирующая функция имен собственных в худ. тексте (на примере романа Льва Кассиля «Будьте готовы, Ваше Высочество») / В. В. Робустова // Вестник Московского университета. – 2021. – №2. – С. 165–175.
6. Сайдулаева, Р. И. Ономастика в художественной литературе: эволюция и социокультурная характеристика персонажей / Р. И. Сацдулаева // International Multidisciplinary Research in Academic Science (IMRAS). – 2023. – № 8. – С. 289–296.
7. Яхина, Г. Эшелон на Самарканд / Г. Яхина. – М. : АСТ, 2022. – 507 с.