

Каляды ‘народнае зімовае свята дахрысціянскага паходжання – з 6 студзеня па 21 студзеня’. Гэтыя святы рэлігійнага календара заўсёды былі важнымі для беларусаў і мелі сакральнае значэнне. Яны не толькі адлюстроўваюць асаблівасці ладу жыцця нашых продкаў, але і асаблівасці іх менталітэту: беларусы заўсёды з павагай ставіліся да сваіх продкаў, ушаноўваючы памяць пра іх найперш на Дзяды і Радаўніцу.

Свет нацыянальнага ў даследаваным мастэцкім творы раскрываецца не толькі праз лексічныя адзінкі, але і праз парэміялагічныя (7 моўных адзінак). Шырокаўжывальнымі ў мове тэксту з’яўляюцца трапныя народныя выслоўі, у якіх ужываюцца структурныя кампаненты з нацыянальна-культурнай семантыкай. Напрыклад, пісьменнік ужывае наступныя выразы: “Жыў я добра – што клёцка ў масле” [2], дзе клёцка ‘страва з мучнога цеста або дранай бульбы ў выглядзе галачак, звараных у супе, малацэ ці вадзе’; “Кубліцкі набраў козыраў, што жаба мулу” [2] – дзе абл. мул ‘глей’ і інш.

Акрамя таго, аўтар шырока выкарыстоўвае такія моўныя адзінкі ўстойлівага тыпу, як праклёны і зламысныя пажаданні са значэннем маўленчых паводзін. Праклёны нашыя продкі, як правіла, выкарыстоўвалі тады, калі траплялі ў складаныя ўмовы і непрыемныя сітуацыі. Напрыклад, у даследаванай аповесці П. Васючэнкі Ахрэм абураецца непаважлівым стаўленнем паноў да яго, а таму і гаворыць: “Каб іх віхор падхانیў ды панёс” [1]. А пан Заблоцкі звяртаецца да праклёнаў падчас гневу на цмока: “Каб яна табе калом у горле стала, каб яна табе бокам вылезла, каб жыватом качаўся!” [2] і інш.

Заклучэнне. Як сведчыць даследаваны моўны матэрыял, у дзіцячым мастацкім творы Пятра Васючэнкі “Жылі-былі паны Кубліцкі ды Заблоцкі” этнакультурная прастора мадэлюецца найперш праз лексічныя адзінкі, якія называюць розныя нацыянальна-культурныя рэаліі, якія ўжываюцца ў паўсядзённым жыцці беларусаў, а таксама праз парэміялагічныя адзінкі з ярка выражаным лінгвакраізнаўчым кампанентам.

Вынікі навуковай працы могуць знайсці прымяненне ў этналінгвістыцы і этналітаратуразнаўстве пры разглядзе нацыянальна-культурнай спецыфікі аўтарскай казкі.

1. Дзядова, А.С. Мастацкі тэкст як крыніца лінгвакраізнаўчай інфармацыі : манаграфія / А.С. Дзядова. – Віцебск : ВДУ імя П.М. Машэрава, 2022. – 155 с. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/32640> (дата обращения: 12.03.2024).

2. Васючэнка, П. Жылі-былі паны Кубліцкі і Заблоцкі [Электронный рэсэрс] / П. Васючэнка. – Рэжым доступу : <https://coollib.com/b/370590/rea>. – Дата доступу 13.03.2024.

РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ ВОБРАЗА ЦМОКА Ў ФАНТАСТЫЧНАЙ АПОВЕСЦІ “ПАСЛАНЦЫ ЦМОКА” МАРЫІ ШАБАНЕЦ

Вялічка К.Э.,

студэнтка 3 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Падстаўленка В.Ф., канд. філал. навук, дацэнт

Айчынная аксіялогія часткова фарміравалася на аснове міфалагічных уяўленняў беларусаў. Паколькі яны абнаўляліся на працягу гістарычнага развіцця, разглядаючы айчынны аксіялагічны фонд, можна выявіць супярэчлівасці ў адлюстраванні некаторых міфалагічных персанажаў. Напрыклад, вядомы літаратуразнавец Т.І. Шамякіна ў сваёй кнізе “Міфалогія і літаратура” адзначае наступнае: “У найбольш архаічных міфах змеі, драконы, цмокi – яшчэ амбівалентныя” [1, с. 144]. Маецца на ўвазе, што яны могуць выступаць не толькі ў якасці адмоўных, але і станоўчых герояў. Неадназначна рэпрэзентуюцца вобразы названых персанажаў і ў мастацкай літаратуры.

Мэта даследавання – выявіць асаблівасці рэпрэзентацыі вобраза цмока ў фантастычнай аповесці “Пасланцы цмока” Марыі Шабанец, раскрыць праявы міфалагічнай

асновы ў творы і элементы аўтарскага вымыслу. Актуальнасць даследавання заключаецца ў тым, што мы разглядаем абсалютна новы прыклад сучаснай беларускай прозы, які яшчэ не стаў аб'ектам навуковага пазнання. Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны на факультатыўных занятках па беларускай літаратуры, славянскай міфалогіі.

Матэрыял і метады. Матэрыялам для вывучэння паслужыла казачная апавесць Марыі Шабанец “Пасланцы цмока”. Даследаванне праведзена з дапамогай канкрэтна-аналітычнага метада.

Вынікі і іх абмеркаванне. Міфалагема цмока, уведзеная ў мастацкую літаратуру яшчэ ў XIX ст. Янам Баршчэўскім, актыўна асэнсоўваецца сучаснымі беларускімі пісьменнікамі: Людмілай Рублеўскай, Пятром Васючэнкам, Марыяй Шабанец і інш. Кожны з мастакоў слова рэпрэзентуе вобраз названнага міфалагічнага персанажа па-свойму, але нязменным пакідае той факт, што цмок – “адмена лятучага змея” [2, с. 543].

У сучасным мастацкім адлюстраванні цмока назіраецца сутнасная амбівалентнасць. У творах Людмілы Рублеўскай і Пятра Васючэнкі гэты вобраз надзелены адмоўнай сэнсавай канатацыяй, а ў кнізе Марыі Шабанец – гэта станоўчы персанаж. У фантастычнай апавесці “Пасланцы Цмока” сюжэт разгортваецца вакол змагання Уладара і яго пасланцаў з Хваробай. Такім чынам, можна меркаваць, што аўтар стварае вобраз цмока з арыентацыяй на міфалагічныя ўяўленні дахрысціянскай пары, калі ён бачыўся амбівалентным і не ўспрымаўся як нячысік.

Тым не менш, хоць пісьменніца і асэнсоўвае цмока як станоўчы вобраз, у яго выгледзе заўважаюцца рысы, характэрныя традыцыйнаму (хтанічнаму) апісанню міфалагічнага персанажа. Адзначаецца вялікі памер цмока, а таксама тое, што ён пакрыты лускай. Аднак пісьменніца “змякчае” вобраз, параўноўваючы свайго героя з катом і адзначаючы яго клапатлівасць адносна нашчадка: “Цмок ляжаў на цёплым золаце, скруціўшыся вакол яйка, нібы пакрыты лускай велізарны кот” [3, с. 104]. У кнізе Марыі Шабанец цмок паказаны звышмоцным. Для раскрыцця гэтай рысы характару пісьменніца выкарыстоўвае гіпербалу, што характэрна і для большасці народных казак, напрыклад, “Ад рову цмока задрыжалі сцены” [3, с. 93].

Цмок у апавесці мае крылы і здольны да палёту. Да таго ж адзначаецца, што “адсутнасць святла Цмоку не перашкаджала. Гэтаксама як і змеі, ён мог адчуваць абрысы сцен” [3, с. 182-183]. Такім чынам, паколькі персанаж выдатна навоабмацк арыентуецца ў падземеллі, ён непасрэдна звязаны са стыхіяй зямлі. Асноўнай зброяй цмока з’яўляецца яго здольнасць выдыхаць агонь: “Тучна выдыхнуў і пячора асвятлілася агнём” [3, с. 205]. Адзначым, што цмокаў агонь суправаджаецца эпітэтам *жыватворны*, а ў гэтым падкрэсліваецца станоўчая канатацыя вобраза. На падставе таго факта, што глыток вады з раўка дапамагае Уладару ўзнавіць свае сілы, мы можам меркаваць пра яго выключную сувязь з воднай стыхіяй. Такім чынам, цмок, як і ў міфалагічнай традыцыі, звязаны з усімі чатырма стыхіямі.

Пісьменніца надзяляе персанажа і нехарактэрнымі для фальклорнай і міфалагічнай традыцыі рысамі. Цмок у апавесці паказаны разумным, што супярэчыць народна-паэтычнай традыцыі. Тут варта згадаць, што ў казках герой-змееборац часта перамагае менавіта дзякуючы сваёй кемлівасці і хітрасці. Таксама асаблівацю аўтарскага пераасэнсавання міфалагічнага вобраза з’яўляецца той факт, што Уладар выяўляе адносна іншых выхаванасць і клапатлівасць. Такім чынам, пры стварэнні персанажа былі сінтэзаваныя ўласнаміфалагічныя рэшткі і элементы аўтарскага вымыслу.

У сучаснай беларускай прозе асаблівацю мастацкага асэнсавання міфалагемы цмока з’яўляецца і тое, што пісьменнікі ствараюць яго жаночы варыянт. Марыя Шабанец услед за Пятром Васючэнкам выкарыстала гэты прыём. Адзін з вобразаў цмока, апісаных у фантастычнай апавесці, жаночы. Пісьменніца наступным чынам характарызуе персанажа: “Што ж вы, не бачыце, якая яна тонкая і гнуткая, не чуеце яе аксамітны голас?”

Вядома, гэта Цмок-дзяўчына” [3, с. 249]. У аўтарскім уяўленні цмок-дзяўчына мае больш эстэтычны выгляд, чым падкрэсліваецца і становіцца канатацыя персанажа.

Марыя Шабанец на аснове ўласнага вымыслу апісала нетыповы спосаб нараджэння гэтых незвычайных істот: “Цмокі жывуць доўга, але не вечна. І калі ў скарбніцы з’яўляецца залатое яйка, гэта значыць, што наш час хутка прыйдзе” [3, с. 246]. Згодна з аповесцю, новыя стварэнні нараджаюцца толькі тады, калі ўзнікае неабходнасць абнаўлення роду.

Заклучэнне. Такім чынам, прааналізаваўшы вобразы цмока ў фантастычным творы “Пасланцы Цмока”, мы выявілі, што пісьменніца апелюе да міфалагічных крыніц дахрысціянскай пары. Пра гэта сведчыць той факт, што вобраз цмока тут надзелены становішчам канатацыі. Як і ў міфалагічнай традыцыі, у аповесці ён звязаны з усімі чатырма стихіямі. У кнізе цмок мае вялікі памер, цела пакрытае лускай і крылы. Яго моц гіпербалізуецца, як і ў народных казках. Персанаж здольны выдыхаць агонь, што дапамагае ў змаганні з Паморкам. Асаблівасцю аўтарскага асэнсавання з’яўляецца тое, што тут прэзентуецца і жаночы варыянт цмока, вобраз з больш эстэтычным выглядам. Своеасабліва апісаны і спосаб нараджэння міфалагічнай істоты: яйка з’яўляецца на свет пры неабходнасці абнаўлення роду.

1. Шамякіна, Т. І., Міфалогія і беларуская літаратура. – Мінск: Мастацкая літаратура, 2008. – 285 с.
 2. Васілевіч, У. Беларуская міфалогія: Энцыклапед. слоўн. / Т. Валодзіна, У. Васілевіч, С. Санько і інш. – Мінск: Беларусь, 2004. – 592 с.
 3. Шабанец, М. Р. Пасланцы Цмока : фантастычная аповесць / М. Р. Шабанец. – Мінск: Мастацкая літаратура, 2023. – 256 с.
- Бароўка, В. Ю. Мастацкае народнаўства ў беларускай літаратуры XX стагоддзя (на матэрыяле прозы) : манаграфія / В. Ю. Бароўка. – Віцебск: ВДУ імя П.М. Машэрава, 2009. – 211 с. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/23682> (дата абрашчнення: 10.03.2024).

КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЕ

Воронович Е.И.,

студентка 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Бартош Ю.В., канд. филол. наук, доцент

В современном мире интернет прочно вошел в нашу жизнь как одно из ведущих коммуникативных пространств. Неотъемлемой его частью является интернет-реклама, оказывающая особое влияние на человека «цифрового общества». С каждым годом её количество увеличивается, конкуренция возрастает и создателям рекламы приходится придумывать новые идеи для привлечения внимания именно к своей продукции. При создании рекламных текстов часто используют разноплановые знаковые системы, что делает эти тексты креолизированными. Поэтому важно научиться не только выявлять, но и различать основные способы креолизации рекламного текста. В этом состоит актуальность данной работы.

Цель исследования – изучить основные параграфемные составляющие текстов русскоязычной баннерной рекламы.

Материал и методы. Материалом данного исследования послужили креолизованные тексты современной русскоязычной баннерной рекламы.

При работе были использованы теоретические методы исследования: анализ, сопоставление и систематизация, а также метод сплошной выборки.

Результаты и их обсуждение. Согласно концепции символических смыслов французского семиотика Р. Барта, или так называемому «эффекту реальности», в тексте существуют два вида означающих: реальные предметы (их можно отнести к денотативному виду информации) и предметы-идеи (они относятся к коннотативному виду).