

и самой любви как чувства. Китайские идиомы с компонентом «любовь» могут выражать различные чувства, не относящиеся к семантике опорной лексемы. Это связано с тем, что в китайском языке активны фразеологизмы, основанные на древних китайских обычаях и традициях.

1. Воробьев, В.В. Лингвокультурология : монография / В.В. Воробьев. – М. : РУДН, 2008. – 366 с.
2. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / Отв. ред. доктор филол. наук В.Н. Телия. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2017. – 784 с.
3. Телия, В.Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке / В.Н. Телия; Отв. ред. А.А. Уфимцева; Акад. наук СССР, Ин-т языкознания. – М. : Наука, 1981. – 268 с.
4. Федоров, А.И. Сибирская диалектная фразеология. / А.И. Федоров. – Новосибирск : Наука, 1980. – 171 с.
5. Телия, В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва: Языки русской культуры, 1996. – С. 214.
6. Маслова, В.А. Культурно-национальная специфика русской фразеологии // Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 69–76.
7. Готлиб, О.М. Китайско-русский фразеологический словарь / О. М. Готлиб, Му Хуанин. – 2-е изд., стереотип. – Иркутск: изд-во ИГУ, 2019. – 596 с.
8. 王涛。中国成语大辞典。/ 王涛。 – 上海, 书出版社, 2008。 – 1640 页。
9. 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. – 4-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1986. – 543 с.
10. Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей / Сост. Л.А. Войнова, В.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Федоров; Под ред. А.И. Молоткова. – 3-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1978. – 543 с.
11. Большой китайско-русский словарь : [сайт]. – Пекин, 2004–2025. – URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения: 09.01.2025).

ПАРЭМІЯЛАГІЧНЫЯ КАНСТРУКЦЫІ Ў ЗАГАЛОЎКАХ АРТЫКУЛАЎ ГАЗЕТЫ «ЗВЯЗДА»

Петрачэнка Ю.Д.,

*студэнтка 3 курса ВДУ імя П.М. Маішэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – Гарагляд А.М., канд. філал. навук, дацэнт*

Ключавыя словы: прэцэдэнтнасць, заглавак, прыказка, прымаўка, парэміі, СМІ, трансфармацыя.

Эфектыўнасць газетнага тэксту ў многім вызначаецца яго заглаўкам, бо ён нясе пэўную інфармацыю пра змест артыкула. Такім чынам, каб зацікавіць ці нават заінтрыгаваць чытача, заглавак павінен быць максімальна прыкметным і запамінальным. Жаданне пісаць артыкулы для вялікай колькасці спажывцоў інфармацыі прыводзіць да таго, што сучасныя журналісты шукаюць найбольш яскравыя і цікавыя варыянты

назваў. Адным з самых распаўсюджаных прыёмаў становіцца выкарыстанне прэцэдэнтных адзінак.

У загалоўках публіцыстычных тэкстаў даволі часта можна сустрэць крылатыя выразы, фразеалагічныя адзінкі, прыказкі і прымаўкі, бо яны «ствараюць выключную магчымасць пранікнуць ва ўнутраны свет чалавека» [1, с. 17] і тым самым прыцягваюць увагу чытачоў. Ужытая ў загалоўку прыказка або прымаўка служыць асновай для стварэння асацыятыўнай структуры тэксту, а менавіта не прама, а ўскосна стварае базу для цэласнага ўспрымання інфармацыі.

Аktуальнасць даследавання абумоўлена неабходнасцю вывучэння праблемы ўжывання прэцэдэнтных феноменаў на фоне іх шырокага выкарыстання ў загалоначных канструкцыях сучаснага публіцыстычнага тэксту.

Мэта даследавання – аналіз функцыянавання парэміялагічных адзінак у загалоначных канструкцыях сучасных СМІ.

Матэрыял і метады. Матэрыялам для даследавання паслужылі загалоўкі артыкулаў газеты «Звязда» за 2024 год. У якасці асноўных выкарыстаны лінгвастылістычны метады, метады кампанентнага і кантэкстнага аналізу, метады назірання.

Вынікі і іх абмеркаванне. На сённяшні дзень праблема выкарыстання парэмій у загалоначных комплексах газетных тэкстаў вывучана недастаткова, але дадзеная тэма з’яўляецца актуальнай, бо выкарыстанне прэцэдэнтных адзінак, менавіта прыказак і прымавак, у загалоўках публіцыстычных артыкулаў становіцца ўсё больш шырокім. Гэта звязана з тым, што парэміі – адзінкі сціслыя, але змяшчаюць у сабе шмат сэнсу, які напоўнены рознымі адценнямі разумення для кожнага асобнага чалавека. Таму парэміялагічныя загалоўкі з’яўляюцца вельмі ўдалымі адзінкамі для выкарыстання ў публіцыстычных артыкулах. Падобныя загалоўкі, змешчаныя ў газетах, на падсвядомым узроўні выклікаюць цікавасць чытачоў да асноўнага тэксту публікацыі, бо прыказкі і прымаўкі – гэта звычайна шырокавыкарыстальныя адзінкі, вядомыя значнаму колу людзей.

Многія лінгвісты, даследуючы спецыфіку сучасных газетных тэкстаў (В. Кастамараў, Г. Салганік і іншыя), адзначаюць вялікі ўплыў на характар загалоўкаў элементаў «моўнай гульні». Парэміі, у сваю чаргу, і ствараюць такую гульню. Сваёй прыгажосцю і выразнасцю парэміі, адлюстраваныя ў загалоўках, выклікаюць цёплыя пачуцці, цікавасць і, такім чынам, прыцягваюць увагу.

Прааналізаваўшы шэраг газетных артыкулаў, мы ўстанавілі, што ў дзяржаўнай рэспубліканскай газеце «Звязда» даволі шырока выкарыстоўваюцца загалоўкі, у склад якіх уваходзяць парэміі. Мы знайшлі 20 такіх загалоўкаў у выпусках газеты за 2024 год (9 з іх ужыты ў нязмененым варыянце, 11 – у трансфарміраваным).

Увосень работ восем (№ 197 ад 09.10.2024). У «Тлумачальным слоўніку прыказак» І.Я. Лепешава і М.А. Якалцэвіч падаецца наступнае тлумачэнне дадзенай прымаўкі: «На восень у сельскай гаспадарцы прыпадае вельмі многа рознай работы» [2, с.512].

Людзей слухай, але і свой розум май (№ 52 ад 14.03.2024). Прыказка змяшчае ў сабе наступны сэнс: «Хоць чыя-небудзь парада і не зашкодзіць, але трэба трымацца сваіх поглядаў, быць самастойным у сваіх дзеяннях, учынках» [2, с. 310–311].

Любіш катацца – любі і... сані цягнуць (№ 7 ад 11.01.2024). «Непазбежна прыходзіцца расплачвацца за тое, што было зроблена з ахвотай, з задавальненнем. Гаворыцца, калі ўзнікаюць непрыемнасці, выкліканыя чыімі-небудзь ранейшымі дзеяннямі» [2, с.310].

Вышэй прыведзены варыянты загалоўкаў з нетрансфарміраванымі парэміямі, ужытымі ў арыгінальным варыянце. Яны з’яўляюцца больш прыкметнымі, чым загалоўкі, якія не змяшчаюць у сваёй структуры прэцэдэнтных адзінак, але чытач (у большасці выпадкаў) адразу не зможа зразумець, пра што пойдзе гаворка ў артыкуле.

У некаторых выпадках, ствараючы загалолак, журналісты падвяргаюць фразеалагізмы трансфармацыі, што абумоўліваецца шэрагам прычын [3]. Трансфарміраваныя парэмічныя загалоўкі уключаюць у сябе канатацыю, з дапамогай якой чытач зможа ўявіць, пра што будзе напісана ў тэксце артыкула:

Лёс – не лес, на кані не аб’едзеш (№ 153 ад 08.08.2024). Трансфармацыя прыказкі *Што каму суджана, таго не абойдзеш і з канём не аб’едзеш*. Тлумачыцца прыказка наступным чынам: «Таго, што наканавана лёсам, ніяк не абмінеш» [2, с.496]. Тут трансфармацыя адбываецца з дапамогай скарачэння прыказкі і далучэння дадатковых слоў-кампанентаў, якія не змяняюць сэнсу парэміі, але дадаюць цікавасці загалоўку падобным гучаннем слоў «лёс» і «лес», адбываецца так званая «моўная гульня». Такім чынам, загалолак прыцягвае да сябе максімальную колькасць увагі і павышае верагоднасць далейшага прачытання тэксту ўсяго артыкула.

Век жыві – век вучыся таму, як належала б жыць (№ 30 ад 13.02.2024). І.Я. Лепешаў падае такое значэнне: «Гаворыцца як парада пастаянна вучыцца, а таксама тады, калі даведваюцца пра што-небудзь новае, раней невядомае» [2, с. 113]. У дадзеным выпадку таксама адбываецца трансфармацыя: парэмія «Век жыві – век вучыся» ўдакладняецца дадатковымі словамі, што робіць загалолак больш поўным. Пашырэнне меж дадзенай прыказкі стварае такі загалолак, прачытаўшы які чытач зможа поўна ўявіць, аб чым пойдзе гаворка ў тэксце артыкула, пры гэтым не абапіраючыся на асноўны тэкст.

Калі топішся, то і за трэску хопішся (№ 109 ад 06.06.2024). Трасфарміраваная прыказка *Калі топішся, дык за брытву ўхопішся*. Прымяняюць прыказку «ў бязвыхадным становішчы, калі няма выбару, звяртаецца нават да безнадзейнага сродку» [2, с.261]. Трансфармацыя тут

зключаецца ў замене аднаго лексічнага кампаненту «брытва» на варыянт «трэска» дзеля таго, каб удасканаліць назву, бо заглавак павінен адлюстроўваць сутнасць артыкула.

Трансфармацыя ў прыведзеных вышэй парэмічных адзінках выклікана неабходнасцю найбольш поўнага, зразумелага тлумачэння сэнсу загатоўкаў, а значыць, і тлумачэння сэнсу артыкула.

Заклучэнне. Усе прыведзеныя вышэй прыклады ўключэння частак або поўнага выкарыстання прыказак і прымавак у газетных загатоўках і прааналізаваны матэрыял паказваюць, што і трансфарміраваныя, і нетрансфарміраваныя парэміі вельмі ўдала падыходзяць для такой часткі публіцыстычнага тэксту, як заглавак. Выкарыстанне журналістамі парэмічных загатоўкаў у артыкулах дапамагае дасягнуць вельмі важнай мэты – уздзеяння на падсвядомасць чытача.

Праведзенае даследаванне дае нам падставу сцвярджаць, што для газеты «Звязда» ўласціва актыўнае выкарыстанне парэмій у заглавачных комплексах. Лаканічны, цікавы і запамінальны заглавак удала ствараецца пры дапамозе выкарыстання парэмій, таму такое частае іх ужыванне ў сучасных беларускамоўных СМІ не павінна ўраджаць.

1. Дзядова, А.С. Чалавек у люстэрку беларускай фразеалогіі і парэміялогіі : манаграфія / А.С. Дзядова ; М-ва адукацыі РБ, Установа адукацыі «Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П.М. Машэрава», Каф. беларус. мовазнаўства. — Віцебск : ВДУ імя П.М. Машэрава, 2013. — 161 с. — URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/3208> (дата звароту: 10.01.2025).

2. Тлумачальны слоўнік прыказак / І.Я. Лепешаў, М.А. Якалцэвіч. — Гродна : ГрДУ, 2011. — 695 с.

3. Горегляд, Е.Н. Авторские преобразования устойчивых выражений в публицистическом тексте (на материале русскоязычной периодической печати Беларуси) / Е.Н. Горегляд // Студзеньскія рэспубліканскія навуковыя чытанні «Жыццё, аддае слову» (памяці кандыдата філалагічных навук дацэнта Г.А. Арцямёнка) : матэрыялы рэспубліканскай навуковай канферэнцыі, Віцебск, 26 студзеня 2022 г. — Віцебск : ВДУ імя П.М. Машэрава, 2022. — С. 178–182. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/32570> (дата звароту: 16.01.2025).

КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

Петрушенко А.С.,

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Вардомацкий Л.М., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: коммуникация, деловая сфера, деловая переписка, переговоры, телефонный разговор.

На протяжении всей исторической, социальной и экономической эволюции человечества члены различных языковых сообществ испытывали потребность в общении, и благодаря потоку людей и информации разные языки вступали в контакт друг с другом. Таким образом, даже сегодня,