

в) негативные (19%)

5. Считаете ли Вы рекламу обманом покупателей (потребителей)?

а) иногда (41%)

б) нет, никогда (38%)

в) да, часто (21%)

По данным исследования, 92% опрошенных обращают внимание на рекламу, из них 74% делают это более часто, особенно в интернете, что подтверждает растущую роль и важность интернет-ресурсов для современного общества. Более 75% респондентов согласны с тем, что реклама влияет на их покупательский интерес, что подчеркивает важность рекламных стратегий.

Эмоциональная реакция на рекламу также имеет значение: 44% опрошенных положительно воспринимают рекламу, однако 19% отмечают, что она вызывает негативные эмоции. Этот аспект требует дополнительного исследования, чтобы понять, какие именно элементы рекламы способствуют формированию негативной реакции.

Заключение. Реклама оказывает значительное влияние на современное общество, формируя не только личные предпочтения, но и общественное сознание. Важно осознавать это воздействие – как положительное, так и отрицательное. Проведенное исследование показало существенное воздействие рекламы на потребительское поведение и выявило приоритетное ее влияние на пользователей глобальной сети Интернет.

1. Анисимова, Т.В. Фразеологические обороты как средство воздействия на адресата в дискурсе социальной рекламы // Т.В. Анисимова. – Филологический аспект. – 2022. № 7(87). – С. 7–18.

2. Горегляд, Е.Н. Языковые средства реализации директивности в рекламном тексте / Е.Н. Горегляд // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 73-й Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, науч. сотрудников и аспирантов, Витебск, 11 марта 2021 г. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2021. – С. 213–215. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/26946> (дата обращения: 13.03.2025).

3. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы: Учеб. пособие / Р.И. Мокшанцев. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2007. – 230 с.

4. Ромат, Е.В. Реклама: Учебник для вузов / Е.В. Ромат. – СПб.: Питер, 2008. – 512 с.

АДЛЮСТРАВАННЕ ЯКАСЦЕЙ ЧАЛАВЕКА Ў ФРАЗЕАЛАГІЧНЫХ АДЗІНКАХ З КАМΠΑНЕНТАМ БОГ

Кавалёва А.А.,

студэнтка 2 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Семянькова Г.К., канд. філал. навук, дацэнт

Фразеалогія з’яўляецца інструментам захавання і адлюстравання духоўнай культуры народа, яго традыцый і вобразу мыслення. Значную ролю ў фарміраванні светапогляду беларусаў адыгрываюць рэлігійныя ўяўленні і перакананні аб рэчаіснасці. Разуменне Бога як усемагутнай істоты, што стварыла свет і кіруе ўсімі яго законамі, абумовіла ўзнiкненне ў мове адносна вялікай колькасці фразеалагічных адзінак (далей ФА) з рэлігійным кампанентам, сярод якіх – ФА з кампанентам *Бог* з агульным значэннем ‘якасці чалавека’. Такія ўстойлівыя выразы ўвабралі ў сябе культурны патэнцыял беларускага этнасу. Іх вывучэнне дапамагае зразумець асаблівасці светаўспрымання народа, адметнасць яго ментальнасці, што робіць наша даследаванне актуальным.

Мэта даследавання – выяўленне асаблівасцей семантыкі ФА з кампанентам *Бог* з агульным значэннем ‘якасці чалавека’.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужылі ФА з кампанентам *Бог*, змешчаныя ў двухтомным “Фразеалагічным слоўніку беларускай мовы” І.Я. Лепшава [4; 5]. Падчас аналізу былі выкарыстаны метады назірання і апісання.

Вынікі і іх абмеркаванне. Прадстаўлены артыкул пабудаваны на аснове класіфікацыі, прапанаванай кандыдатам філалагічных навук Пак Сон Гу ў працы “Фразеорефлексы с компонентом *Бог* в русском языке” [6], у якой аўтар піша: “У рускай мове вялікая колькасць фразеалагізмаў, прыказак і прымавак, у якіх сэнсаўтваральным ядром з’яўляецца слова Бог і іншыя ўзвышаныя абазначэнні Бога. Толькі па нашых падліках фразеалагічных адзінак у рускай мове каля 220 [6].

Намі было выяўлена, што ў “Фразеалагічным слоўніку беларускай мовы” І.Я. Лепшава [4; 5] прадстаўлена 106 ФА з кампанентам *Бог*. Для даследавання намі была адабрана група фразеалагізмаў з агульным значэннем ‘якасці чалавека’, якая складаецца з 15 устойлівых выразаў.

Прыняўшы пад увагу, якія характарыстыкі Бога ўлічваюцца ў семантыцы выяўленых намі ФА, мы падзялілі іх на дзве групы: 1) ФА, у якіх Бог разумеецца як істота, якой служаць і падпарадкоўваюцца; 2) ФА, у якіх Бог здольны надзяляць / абдзяляць людзей пэўнымі якасцямі.

У першую групу ўвайшлі наступныя фразеалагізмы:

божая авечка 1. ‘набожны, богабаязны чалавек’, 2. ‘вельмі ціхі, пакорлівы чалавек’ [4, с. 46];

не нашага бога чалавек, ірад і пад. ‘паганы, подлы, дрэнны’ [4, с. 108];

богу душой не вінават (не вінен) ‘зусім, абсалютна ні ў чым (не вінаваты)’ [4, с. 110];

божая кароўка ‘ціхі, бяскрыўдны чалавек, які не ўмее пастаяць за сябе’ [4, с. 494];

мець бога ў сэрцы ‘быць сумленным, спагадлівым, чулым да каго-н., шкадаваць каго-н.’ [5, с. 34];

раб божы ‘мужчына як істота, падуладная богу’ [5, с. 247];

раба божая ‘жанчына як істота, падуладная богу’ [5, с. 248];

у бога цяля (цялятка) украў (з’еў) ‘горшы за іншых, правінаваціўся ў чым-н.’ [5, с. 487].

Як бачым, у межах дадзенай групы большасць складаюць ФА са станоўчай ацэнкай (*божая авечка, богу душой не вінават (не вінен), божая кароўка, мець бога ў сэрцы, раб божы, раба божая*), што можа сведчыць пра добрасумленнасць і адказнасць беларусаў у адносінах да рэлігіі і ўспрыманне Бога як справядлівага творцы свету. Дзве ФА (*не нашага бога чалавек, ірад і пад., у бога цяля (цялятка) украў (з’еў)*) ужываюцца з адмоўнай ацэнкай. Бог успрымаецца нашымі продкамі як справядлівы творца свету, здольны пакараць за грахі.

У другую групу намі былі ўключаны наступныя фразеалагізмы:

бог не пакрыўдзіў (не абдзяліў) каго чым ‘хто-н. вельмі адораны якімі-н. якасцямі, здольнасцямі, уласцівасцямі’ [4, с. 101];

бог пакрыўдзіў каго чым, кім ‘хто-н. мае якія-н. заганы, недахопы, пазбаўлены каго-н., чаго-н.’ [4, с. 102];

ад бога ‘з нараджэння па прыродных уласцівасцях’ [4, с. 108];

з божай ласкі ‘прыроджаны, сапраўдны, таленавіты, з выключнымі здольнасцямі’ [4, с. 561];

божай міласцю ‘прыроджаны, сапраўдны, таленавіты, з выключнымі здольнасцямі’ [5, с. 39];

богам пакрыўджаны (-ая, -ае, -ыя) ‘няўдачлівы, нешчаслівы, абмежаваны, невялікага розуму’ [5, с. 143].

Прааналізаваўшы ФА другой групы, можна зрабіць вывад, што, згодна з уяўленнямі беларускага народа, Бог прадвызначае знешнія і ўнутраныя якасці людзей.

Па-за межамі класіфікацыі застаўся фразеалагізм *конь божы (Ісусаў)* ‘тупы, неразумны чалавек’. Тлумачыцца гэта тым, што, у адрозненне ад вышэйпрыведзеных ФА,

яго семантыку нельга выявіць без дадатковых этымалагічных звестак. У “Этымалагічным слоўніку фразеалагізмаў” І.Я. Лепешава знаходзім наступнае: “Паводле Евангелля, Ісус Хрыстос ездзіў па свеце на асле. Выраз узнік як перыфраза, як другая назва асла – пры адначасовым перанясенні назвы з зыходнага значэння слова *асёл* (‘жывёліна’) на другаснае, метафарычнае (‘тупы, неразумны чалавек’)” [7, с. 191].

Заклучэнне. Як відаць з прааналізаваных вышэй прыкладаў, рэлігія займае вельмі важную ролю ў жыцці нашых продкаў. Лічылася, што Бог – стваральнік усяго існуючага, ён мае планы на кожнага прадстаўніка чалавечства. Служэнне Богу – абавязак людзей, за невыкананне якога яны будуць пакараны. Даследаванні фразеалагічных адзінкі адлюстроўваюць духоўныя каштоўнасці беларускага этнасу і яго ўяўленні аб акаляючай рэальнасці, падкрэсліваюць непазбежнасць існавання чалавека ў цеснай сувязі з Богам.

1. Дзядова, А.С. Чалавек у лустэрку беларускай фразеалогіі і парэміялогіі: манаграфія / А.С. Дзядова. – Тэкст: электронны // Рэпозіторый ВДУ імя П.М. Машэрава. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/3208> (дата звароту: 03.03.2025). – Электрон. копія друк. выд.: Віцебск: ВДУ імя П.М. Машэрава, 2013. 161 с.

2. Рэгіянальны слоўнік Віцебшчыны: у 2 ч. / Л.І. Злобін (рэд.) [і інш.]. – Тэкст: электронны // Рэпозіторый ВДУ імя П.М. Машэрава. – URL: <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/14704/1/ГотовоеЧ.1.pdf> (дата звароту: 03.03.2025). – Электрон. копія друк. выд.: Віцебск: ВДУ імя П.М. Машэрава, 2012. Ч. 1. 304 с.

3. Рэгіянальны слоўнік Віцебшчыны: у 2 ч. / склад.: Г.К. Семянкова, Т.А. Грачыха, А.С. Дзядова [і інш.]; пад рэд. А.С. Дзядовой. – Тэкст: электронны // Рэпозіторый ВДУ імя П.М. Машэрава. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/14042> (дата звароту: 03.03.2025). – Электрон. копія друк. выд.: Віцебск: ВДУ імя П.М. Машэрава, 2014. Ч. 2. 358 с.

4. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы: у 2 т. / І.Я. Лепешаў. – Мінск: БелЭН. – Т. 1: А – Л. – 1993. – 590 с.

5. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы: у 2 т. / І.Я. Лепешаў. – Мінск: БелЭН. – Т. 2: М – Я. – 1993. – 607 с.

6. Пак Сон Гу Фразеорефлексі с компонентом Бог в русском языке / Пак Сон Гу // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. / Диалог-МГУ; редкол. В.В. Красных, А.И. Изотов. – Москва: Московский государственный университет, 1999. – Вып. 10. – С. 35–40.

7. Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І. Я. Лепешаў. – Мінск: БелЭН. – 2004. – 448 с.

АДЛЮСТРАВАННЕ ХАТЫНСКАЙ ТРАГЕДЫІ Ў КНІЗЕ А. АДАМОВІЧА, Я. БРЫЛЯ І У. КАЛЕСНІКА “Я З ВОГНЕННАЙ ВЁСКІ”

Карповіч Д.У.,

студэнтка 4 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Гладкова Г.А., канд. філал. навук, дацэнт

“Я з вогненнай вёскі” – дакументальны зборнік ўспамінаў пра знішчэнне фашыстамі беларускіх вёсак і пра партызан Вялікай Айчыннай вайны, які сабраны і складзены беларускімі пісьменнікамі Алесем Адамовічам, Уладзімірам Калеснікам і Янкам Брылём. У кнігу ўвайшлі сведчанні тых людзей, якія асабіста перажылі трагедыю спаленых вёсак, забойствы родных і аднавяскоўцаў.

Мэта даследавання – выявіць спецыфіку адлюстравання хатынскай трагедыі ў дакументальнай кнізе А. Адамовіча, Я. Брыля і У. Калесніка “Я з вогненнай вёскі”.

Актуальнасць даследавання заключаецца ў тым, што твор з’яўляецца запатрабаваным на сучасным этапе: ён прысвечаны трагедыі Хатыні і трагедыі іншых вёсак, якія пацярпелі ў перыяд Вялікай Айчыннай вайны, памяць пра якія складае частку нацыянальнай гістарычнай памяці.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужыла кніга “Я з вогненнай вёскі” А. Адамовіча, Я. Брыля і У. Калесніка. Даследаванне праведзена з выкарыстаннем канкрэтна-гістарычнага і метада сістэмнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. Дакументальны зборнік успамінаў “Я з вогненнай вёскі” не мае традыцыйнага паслядоўнага развіцця сюжэту. Ён пабудаваны як чаргаванне кароткіх эпізодаў (успамінаў), якія не звязаны паміж сабой. Кожная трагедыя складае адзіны сюжэт і рэпрэзентуе задуму аўтараў: праўдзіва паказаць “*невыносную тэмпературу чалавечага болю*”, здзіўлення, гневу, якія засталіся не толькі ў словах, але і ў голасе, у вачах, у памяці.