

2) сфера распределения и обслуживания (10 единиц): *ability to effectively stimulate demand* 'способность эффективно стимулировать спрос', *accumulated deficit* 'накопленный дефицит', *shortages* 'недостаток' и т.д.;

3) отношения между группами (3 единицы): *change a supplier* 'изменить поставщика', *consolidation within a particular industry* 'консолидация в рамках определенной отрасли', *imitate* 'имитировать'.

Вместе с тем, предлагаемые ученым для классификации тематические сферы нами дополнены следующими группами:

1) бухгалтерский учет и оценка активов (11 единиц): *write-down* 'уменьшение стоимости', *writeoff* 'списание', *unrealized losses* 'нереализованные убытки' и др.;

2) корпоративные стратегии и управление (8 единиц): *Share Repurchase Program* 'Программа выкупа акций', *Capital Return Program* 'Программа возврата капитала', *Resulted in changes to the Company's business practices* 'Привели к изменениям в деловой практике компании' и др.;

3) налоговые и юридические споры (2 единицы): *unrecognized tax benefits* 'непризнанные налоговые обязательства', *remain subject to examination* 'остаются предметом проверки', *funded into escrow* 'переведены на условный депозитный счет' и др.;

4) универсальные эвфемизмы для сокрытия деталей (4 единицы): *other* 'прочее', *issues* 'проблемы', *challenges* 'вызовы', *barriers* 'барьеры'.

**Заключение.** Таким образом, анализ тематических групп эвфемизмов, использованных в ежегодном отчете компании Apple Inc., выявил их широкое распространение и многообразие. Наиболее многочисленной оказалась категория дипломатических эвфемизмов, что свидетельствует о особой важности этого аспекта в корпоративной коммуникации. Использование эвфемизмов помогает создавать более позитивное и управляемое восприятие в условиях экономической нестабильности, что подтверждает их стратегическую значимость. Таким образом, полученные результаты демонстрируют, что эвфемизмизация является важным инструментом современной корпоративной коммуникации, при этом её активное применение отражает практики адаптации информации для сохранения доверия инвесторов и общественности.

1 Apple Inc. Annual report (Form 10-K) for the fiscal year ended September 24, 2022 / Apple Inc. – 2022. – URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/320193/000032019322000108/aapl-20220924.htm> (date of access: 11.11.2025).

2 Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1978. – Т. 29 : Чаган – Экс-ле-Бен. – 697 с.

3 Эвфемизм // Малый академический словарь [Электронный словарь]. – URL: <https://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/30/ma474605.htm> (дата обращения: 06.03.2026).

4 Эвфемизм // Лингвистический энциклопедический словарь / Ин-т языкознания АН СССР; Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 592.

5 Рубникович, А. А. К проблеме определения понятия «эвфемизм» / Рубникович А. А. ; науч. рук. Шеверина О. В. // На пороге открытий : материалы IV Международной научно-практической конференции высокомотивированных и одаренных студентов и учащихся, Витебск, 27 февраля 2025 г. : текстовое электронное издание. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2025. – С. 243-247. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/46677> (дата обращения: 06.03.2026).

6 Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. – Берлин, 1994. – № 1/2. – С. 28–49.

## ПРЭЦЭДЭНТНЫЯ ФЭНОМЕНЫ ЯК СРОДАК ПРЫЦЯГНЕННЯ ЎВАГІ Ў ЗАГАЛОЎКАХ СУЧАСНЫХ СМІ

*Петрачэнка Ю.Д.,*

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

*Навуковы кіраўнік – Бабіч Ю.М., канд. філал. навук, дацэнт*

Не сакрэт, што поспех журналісцкай публікацыі шмат у чым залежыць ад яе заглаўка, бо назва з'яўляецца злучальным звяном паміж суб'ектам (СМІ) і аб'ектам (аўдыторыяй). У свеце адбываецца імклівае павелічэнне інфармацыйнага патоку, а таксама змянам падвяргаюцца патрабаванні чытачоў да публікацый сучасных СМІ. Менавіта гэта прымушае многія друкаваныя выданні ствараць электронныя варыянты і эксперыменталь-

ваць з формай і структурай загалюўкаў. На дадзеным этапе падобнымі канструкцыямі з’яўляюцца прэцэдэнтныя тэксты, якія, акрамя непасрэдна моўнай функцыі, нясуць у сабе гістарычныя, навуковыя і культурныя веды пра навакольную рэчаіснасьць. Выкарыстанне прэцэдэнтаў у загалюўках дазваляе дасягнуць інфарматыўнасці і эмацыйнасці ў абмежаванай колькасці слоў, актывізуючы ў памяці чытача пэўныя асацыяцыі і канатацыі, выклікаючы цікавасць да далейшага прачытання. Менавіта таму мы лічым цікавым звярнуцца да прэцэдэнтных загалюўкаў і разгледзець іх як тэндэнцыю, якая свядома фарміруецца і ўсё хутчэй развіваецца ў сучаснай моўнай прасторы.

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

*Мэта* даследавання – выявіць характар функцыянавання прэцэдэнтных адзінак у загаловачных канструкцыях і іх ролю ў сучасных СМІ.

**Матэрыял і метады.** Матэрыялам для даследавання паслужылі загалюўкі артыкулаў газеты “Звязда” за 2025 год. У якасці асноўных выкарыстаны апісальна-аналітычны метады, метады кампанентнага і кантэкстнага аналізу.

**Вынікі і іх абмеркаванне.** Прааналізаваўшы шэраг газетных артыкулаў, мы ўстанавілі, што ў рэспубліканскай газеце “Звязда” даволі шырока рэпрэзентаваная з’ява прэцэдэнтнасці, менавіта 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. Падобныя загалюўкі, змешчаныя ў газеце, на падсвядомым узроўні выклікаюць цікавасць рэцыпіента да асноўнага тэксту публікацыі, бо парэміі і фразеалагізмы – гэта звычайна частотнавыкарыстальныя адзінкі, вядомыя значна шырокаму колу людзей. Усяго мы зафіксавалі 48 такіх загалюўкаў у выпусках газеты за 2025 год. Варта адзначыць, што большасць з іх (30 адзінак, або 61,2% з агульнай колькасці) ужытыя ў нязмененым выглядзе, 19 адзінак (38,8%) – у трансфармаваным варыянце. Звернемся да нетрансфармаваных адзінак:

*На чужы каравай вачэй не парывай* (ад 25.10) – пра галоднага грузчыка ў краме, які вырашыў, што ніхто не заўважыць з’едзеных ім некалькі каўбас. Паводле І. Я. Лепешава ‘гаворыцца таму, хто хоча атрымаць тое, што яму не належыць’ [2, с. 353].

*Якое дрэва, такі і клін, які бацька, такі і сын?* (ад 10.04). Дададзены фразеалагізм ужыты ў першапачатковым варыянце са значэннем ‘у дзецях паўтараюцца недахопы ці станоўчыя рысы бацькоў’ [2, с. 625]. Тут пабудова сказа ў форме пытання надае яшчэ большую яскравасць загалюўку і выклікае дастатковую цікавасць да зместу артыкула.

Галоўная перавага такіх загалюўкаў – іх выразная распазнавальнасць. Чытачу не патрабуецца дадатковых намаганняў для дэкадавання сэнсу, бо ён ужо знаёмы з выказаннем. Гэта забяспечвае высокую хуткасць успрымання, апрацоўкі інфармацыі, што крытычна важна ў дынамічнай медыяпрасторы.

Больш пільнай увагі заслугоўваюць загалюўкі з трансфармаванымі прэцэдэнтнымі тэкстамі, бо трансфармацыя робіць стандартную маўленчую формулу экспрэсіўнай, стварае эфект навізны, дазваляе надаць назве дадатковы сэнс:

*Вада, агонь і ... адчыненыя вокны* (ад 16.07) – пра правілы бяспекі школьнікаў падчас канікулаў. Арыгінальны фразеалагізм – “Прайсці ваду, агонь і медныя трубы” ўжываецца са значэннем ‘зведаць, перанесці шмат чаго ў жыцці’ [3, с. 301]. Гэта самы распаўсюджаны від трансфармацыі зыходнай адзінкі – лексічная рэканструкцыя, пры якой адбываецца замена асобных лексем, аднак капіраванне граматычных форм слоў і марфалага-сінтаксічных уласцівасцей крыніцы прэцэдэнтнасці садзейнічае фарміраванню чытацкай асацыяцыі.

*З кім жыць, таго не гнявіць...* І на таго не крыўдзіцца (ад 18.06) – пра зносіны паміж мужчынам і жанчынай. Першапачатковы варыянт – “З кім жыць, таго не гнявіць” са значэннем ‘нельга крыўдзіць таго, з кім разам жывеш ці жыв’ [2, с. 221]. Пашырэнне межаў прэцэдэнтнай адзінкі робіць заглавак аўтасемантычным, гэта значыць зразумелым без апоры на тэкст артыкула.

*Першая жонка – ад бога... Муж – таксама?* (ад 05.04) – пра мужа, які аказаўся зусім не “ад бога”. Поўны варыянт – “Першая жонка ад бога, другая ад людзей, а трэцяя ад чорта”. Такім чынам, у дадзеным прыкладзе назіраецца і ўсячэнне кампанентаў арыгінальнай канструкцыі, і пашырэнне яе межаў дзеля таго, каб загаловак адлюстроўваў сутнасць артыкула.

Таксама даволі паказальным варыянтам трансфармацыі ў выпадку пашырэння межаў прэцэдэнтных тэкстаў з’яўляецца ўтварэнне далучальнай канструкцыі:

*Жэніцца – пераменіцца, або Сорам не дым – у вочы не лезе* (ад 21.05) – пра мужчыну, з якім не ўжылася жонка і сышла, і яго любоў да выпіўкі і палення пад сігналамі татараў. Значэнне адпаведнае: ‘гаворыцца са спадзяваннем, што хто–небудзь, ажаніўшыся, перастане быць легкадумным, ветраным і пад.’ [2, с. 550], ‘сорам можна сцяраць’ [2, с. 489].

Усячэнне кампанентаў прэцэдэнтнай адзінкі звычайна выкарыстоўваецца дзеля эканоміі моўных сродкаў. Але такая трансфармацыя не заўсёды з’яўляецца паспяховай, бо выкарыстанне ўсячэння патрабуе ад аўтара ўпэўненасці ў тым, што мэтавая аўдыторыя валодае дастатковай лінгвакультурнай кампетэнцыяй для распазнавання і завяршэння прэцэдэнтнага выразу:

*Платон мне сябар, але...* (ад 06.03) – пра старых знаёмых, адзін з якіх цяпер начальнік, другі – падначалены. Арыгінал – “Платон мне сябар, але праўда даражэйшая” са значэннем ‘усё павінна рабіцца і гаварыцца не па абавязку сяброўства, знаёмства, аўтарытэтнасці, а ў поўнай згодзе з праўдай’ [21, с. 438].

**Заклучэнне.** Такім чынам, намі выяўлена, што фразеалагізмы і парэміі актыўна ўжываюцца журналістамі ў прэцэдэнтных загатоўках дзеля прыцягнення ўвагі аўдыторыі. Варта адзначыць, што ў назвах артыкулаў актыўна выкарыстоўваюцца не толькі даслоўныя, але і змененыя ўстойлівыя выразы. Найчасцей намі фіксуецца трансфармаваныя загатоўкі з пашырэннем межаў прэцэдэнтнага тэксту.

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 : 03.03.2026).

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

3 Этымалагічны слоўнік фразеалагізмаў / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Беларуская Энцыклапедыя, 2004. – 448 с.

## **ОБРАЗЫ МИРА ЖИЗНИ И МИРА СМЕРТИ В РОМАНЕ ГАЙТО ГАЗДАНОВА «ПРИЗРАК АЛЕКСАНДРА ВОЛЬФА»**

***Потенченкова Д.Ю.,***

*студентка 1 курса ОГБПОУ «Смоленский педагогический колледж»,*

*г. Смоленск, Российская Федерация*

Научный руководитель – Соловьёва Н.С., преподаватель

Рассуждения на тему жизни и смерти интересуют человечество долгие годы. Анализ образов жизни и смерти в художественных произведениях является актуальной темой литературоведческих исследований.

В произведениях писателей 20 века эти образы остаются важнейшими. К примеру, Л. Андреев видел жизнь как средоточие могущественных сил, неподвластных человеку. В его произведениях повторяется мысль о сходстве человеческих судеб, изначально predeterminedенных и бессмысленных. Для Л. Андреева жизнь – «круг железного предназначения» [1].

Образы смерти у писателей 20 века связаны со страхом людей перед ней, непониманием её причин. Человек, оказавшись в шаге от смерти, сетует на обстоятельства судьбы, приведшие его в такое положение, не желая мириться со своей участью [2].

Рассмотрим, в чём своеобразие образов мира жизни и мира смерти у Гайто Газданова.

В произведениях Г. Газданова прослеживается философия экзистенциализма, персонажи его романов всегда чутки к вопросам существования [3]. В романах Газданова гибель часто стоит рядом с самой жизнью. Это соприкосновение жизни и смерти раскрывается в романе «Призрак Александра Вольфа».