

*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 желает 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».

Целью данной работы является анализ образов мира жизни и мира смерти в романе Гайто Газданова «Призрак Александра Вольфа».

**Материал и методы.** Материалом исследования стал текст романа Гайто Газданова «Призрак Александра Вольфа». Методы исследования – сравнительно-сопоставительный, описательный.

**Результаты и их обсуждение.** Образы мира жизни и мира смерти в романе «Призрак Александра Вольфа» встречаются на протяжении всего повествования и тесно связаны друг с другом. Они раскрываются с помощью слов, указывающих на тот или иной мир. Слова, указывающие на **мир жизни**, упоминаются 354 раза. Мы разделили их на 5 групп на основе их семантического [4] и контекстуального сходства.

1. Непосредственные обозначения жизни и её протекания: жизнь (жить) (упоминается 162 раза), биография (4), бессмертие (2). Группа является самой многочисленной.

2. Обозначения ощущений, связанных с жизнью: чувство (чувствовать) (94), любовь (любить) (41), вздох (вздыхнуть) (6). Именно чувства становятся источником новой и лучшей жизни для главных героев романа, избавляя их от гнёта прошлого [5]. Вздыхают персонажи романа, когда находятся под воздействием приятных для них чувств.

3. Контекстуальные характеристики жизни, в отличие от смерти: движение (18), тепло (тёплый) (10), горячий (2), стремительный (3), быстрый (2), бурный (1), резвый (1). Слова употребляются в эпизодах, где объясняется понятие жизни через призму авторского восприятия. В моментах, где их значение отходит от подобного контекста, они не фиксировались.

4. Устойчивые словосочетания, связанные с жизнью: возвращение сознания (1), прийти в себя (1).

5. Слова, связанные с появлением жизни: родился (3), происхождение (2), распустившиеся (листья) (1).

Слова, указывающие на **мир смерти**, упоминаются 260 раз. Они делятся на 8 семантических групп.

1. Обозначения смерти и её протекания: смерть (умереть) (93), гибнуть (8), небытие (4), отравилась (3), утонуть (2), увядает (1).

2. Обозначения ощущений, связанных со смертью, и их физических следствий: бледный (10), равнодушие (2).

3. Контекстуальные характеристики смерти, в отличие от черт жизни: неподвижность (19), холод (14), медлительность (7), прекращение ритма (4), перерыв (3), тёмное пространство (2). Слова употребляются в эпизодах, где объясняется понятие смерти через призму авторского восприятия. В моментах, где их значение отходит от подобного контекста, они не фиксировались.

4. Устойчивые словосочетания, связанные со смертью: потеря сознания (2), прочие фразеологизмы, каждый из которых упоминается единожды (8).

5. Обозначения насильственных действий, ведущих к смерти: убийство (убить) (31), пробить (3), пристрелить (2); убитый (8), разрезанная (женщина) (4), повешенный (1).

6. Обозначения глобальных повреждений без возможности восстановления, уничтожение, крах: апокалипсис (4), катастрофа (4), сломанное (навсегда) (2), крушение (1).

7. Обозначения мёртвого тела: труп (9), догнивающее (тело) (1).

8. Обозначения деятельности, осуществляемой человеком и так или иначе связанной со смертью, или плоды этой деятельности: некролог (7), панихида (1).

В романе также есть слова, которые могут относиться сразу к обоим мирам. Так, временные характеристики глаз (например, закрытые или открытые) метафорично указывают на мир, в котором в данный момент происходит действие, а постоянные признаки (например, серые или спокойные) – на причастность героев романа к одному из этих миров. Таким образом, можно понять, что Александр Вольф напрямую связан с миром смерти: «У него была очень белая кожа и неподвижные **серые глаза**» [6, с. 244]. Подобные маркеры упоминаются в тексте 44 раза. К этой категории также относится слово «призрак» (11 раз).

**Заключение.** Образы мира жизни в романе Гайто Газданова «Призрак Александра Вольфа» упоминаются чаще, чем образы смерти. Главные герои рассуждают, что собой

представляет понятие жизнь. В книге звучит мысль о том, что жизнь – это хаотичное, но взаимосвязанное движение всего существующего. Пока человек – часть этого движения, он живёт. Несмотря на то, что образы мира смерти упоминаются несколько реже, раскрываются они через более разнообразное употребление слов. Смерть в произведении Г. Газданова (так же, как и жизнь) – явление, которое непременно нужно осмыслить, понять. Герои его романа не страшатся смерти, они рассуждают о ней как о понятии постепенном, неизбежном, но неясном. Как правило, центральные персонажи не видят в смерти единственный выход, а лишь отмечают ее неминуемость. Они продолжают движение по пути жизни. Гибель у Г. Газданова – прекращение этого движения. Образы жизни и смерти позволяют сопоставить позиции и характеры действующих лиц относительно друг друга, создают нужный эмоциональный фон повествования.

1 Образ человека в художественном осмыслении писателей «серебряного века»: [сайт]. – URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=31923>.

2 Тема смерти в русской литературе конца XIX – начала XX века: [сайт]. – URL: [https://elib.utmn.ru/jspui/bitstream/ru-tsu/20688/1/pikis2014\\_103\\_106.pdf](https://elib.utmn.ru/jspui/bitstream/ru-tsu/20688/1/pikis2014_103_106.pdf).

3 Семенова, С. Экзистенциальное сознание в прозе русского зарубежья (Гайто Газданов и Борис Поплавский) / С. Семенова // Вопросы литературы. – 2000 - №3. – С. 67–106

4 Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. Под общ. ред. Н. Ю. Шведовой.

5 Кибальник, С. А. Гайто Газданов и экзистенциальная традиция в русской литературе / Кибальник С. А. – СПб. : ИД «Петрополис», 2011. – 412 с.

6 Газданов, Г. И. Вечер у Клэр / Г. И. Газданов. – Москва : Эксмо, 2025. – 288 с.

## **ЯЗЫК НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ (НА РЕГИОНАЛЬНОМ МАТЕРИАЛЕ)**

***Пригожая М.О.,***

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

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

Рекламный текст представляет собой уникальное явление в языке, объединяющее элементы информативности и эмоционального воздействия. В его основе лежат специфические лингвистические особенности, которые обуславливают способность рекламы не просто сообщать информацию, но и побуждать к действию. Изучение этих особенностей позволяет понять, каким образом язык рекламы формирует отношение потребителей к товару, услуге или идее. Одной из характерных черт рекламного языка является использование эмоционально окрашенной лексики. Эффективность рекламного текста во многом зависит от того, насколько успешно лингвистические инструменты сочетаются для создания многогранного и целенаправленного воздействия.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что позволяет увидеть, как лексемы становятся инструментом привлечения внимания, формирования позитивных ассоциаций и стимулирования поведения, что подтверждает важность комплексного изучения языка в рекламной коммуникации. Слова и выражения в рекламном тексте подбираются так, чтобы вызвать у адресата определённые чувства – радость, уверенность, желание или даже тревогу о возможной потере. Благодаря разнообразным лексическим средствам рекламный текст приобретает особую выразительность и привлекательность.

Целью настоящего исследования является выявление основных средств создания эффективности текстов наружной рекламы города Витебска.

**Материал и методы.** Материалом для исследования послужили тексты, выявленные в рекламном пространстве города Витебска. Для достижения поставленных целей были использованы дескриптивный метод (наблюдение и описание языковых явлений в рекламных текстах), метод лингвостилистического анализа. При отборе фактического материала использовался метод дефиниционного анализа.