

В. А. Кравченко
Науч. рук. **В. И. Коваль**,
д-р филол. наук, профессор

ФРАЗЕОЛОГИЗМ ПОКОЛЕНИЕ ПЕПСИ: СЕМАНТИКА И УПОТРЕБЛЕНИЕ

Устойчивое словосочетание *поколение пепси*, появившееся в 1984 году под влиянием рекламы напитка Pepsi Cola («Молодое поколение выбирает пепси»), используется для названия поколения молодых людей, живших в конце 80-х – 90-х годах прошлого века. Очевидно, что данное словосочетание, в котором употребляется номинация *пепси* как яркий символ западного образа жизни, изначально содержит характеристику молодежи, ориентирующейся на соответствующие материальные и морально-этические ценности. Сравн.: «*Ведь сколько бабушек из поколения «Лебединого озера» хранили русские традиции, а их внуки из поколения пепси интересуются только западной модой* (Н. Красников. Сенсационное открытие ученых: раскрыта тайна русского генофонда // Комсомольская правда, 18.03.2008)» [1].

Как свидетельствует обращение к ресурсам Национального корпуса русского языка, на основе этого оборота сформировался и активно функционирует фразеологизм *поколение пепси*, использующийся, в частности, для негативно-оценочной характеристики молодых людей по их интеллектуальным и духовным качествам: «*Вот и пришло в рекламный бизнес поколение пепси – тупое и циничное* (Е. Супрычева. Работники ЦУМа: Мы сами придумали эту талантливую рекламу! // Комсомольская правда, 15.08.2007)» [1]. Показательно также, что поколение пепси ассоциируется носителями традиционной культуры с юношами, чьи взгляды и поведение не соответствуют стереотипным представлениям о мужчинах: «*Этот инцидент поможет Алексею перестать быть мальчиком поколения «Пепси», он должен стать зрелым мужчиной, осознающим свои поступки* (А. Локалов. Ионову надо перерасти поколение «Пепси» // Советский спорт, 11.11.2011)» [1]; «*У нас появится шанс вырастить на смену поколению пепси, не способному служить в армии, нормальных защитников Отечества («М» и «Ж» // Известия, 15.08.2001)» [1]. Авторы ряда публицистических материалов отмечают важность воспитания у представителей поколения пепси чувства патриотизма и приверженности традиционным (в противовес западным) семейным ценностям: «*Подрастает вовсе не бездумное поколение пепси, которых надо учить, как Родину любить* (Я. Юферова. Срочно требуются патриоты // Труд-7, 15.03.2001)» [1]; «*Основной объект воспитания – поколение пепси, которое предполагается учить правильному репродуктивному поведению* (Г. Ильичев. Родина-мать зовет // Известия, 24.12.2007)» [1].*

Литература

1 Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/>. – Дата доступа: 15.06.2024.

М. В. Луцкович
Наук. кір. **В. А. Ляшчынская**
д-р філал. навук, прафесар

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ – СРОДКІ ХАРАКТЕРИСТЫКІ ПЕРСОНАЖАЎ ДРАМАТИЧНЫХ ТВОРАЎ КУПАЛЫ

Фразеологізмы – адзін з важных вобразна-выяўленчых сродкаў кожнай мовы, паколькі яны не толькі называюць, а найбольш служаць для вобразнай характарыстыкі, выражэння

адносін, выказвання ацэнкі. Менавіта гэтыя ўласцівасці фразеалагізмаў з’яўляюцца асновай іх шырокага выкарыстання ў мастацкай літаратуры ўвогуле і асабліва ў мове драматычных твораў у прыватнасці, дзе фразеалагізмы – адзін з самых дзейсных сродкаў вобразнасці, эмацыянальнасці, стварэння гумару і сатыры.

Аналіз мовы персанажаў камедыі “Паўлінка” і драмы “Раскіданае гняздо” Янкі Купалы [1] выразна даводзіць, як ужыванне фразеалагічных адзінак (ФА) у пэўнай колькасці, разнастайнасці, да месца ці не ў мове пэўнага персанажа ў пэўнай сітуацыі спрыяе яго характарыстыцы, дадае новыя нюансы ва ўспрыманні чытачом/слухачом таго ці іншага героя твора.

Так, у мове Паўлінкі, галоўнай гераіні камедыі, зафіксавана 65 ФА, і кожная з іх, а гэта ў большасці дзеяслоўныя і прыслоўныя ФА як вобразныя наменні дзеянняў чалавека, іх прыкмет, – сведчанне дасціпнасці, дакладнасці, трапнасці маўлення, адсутнасці паўтораў ФА (параўн. як у *Бога пад прыпечкам* і як у *Бога за плячыма*), выражэнне эмоцый маладой гераіні, адлюстраванне няўрымслівасці, кемлівасці як рыс яе характару. Ці ў мове Марылі з драмы Купалы, у мове якой налічваецца 57 ФА, якія вызначаюцца разнастайнасцю структуры, семантыкі, суадноснасці з рознымі часцінамі мовы і з дапамогай якіх гераіня па-народнаму вобразна называе і характарызуе іншых персанажаў драмы (*прыйсці ў галаву; плот гарадзіць; мазгі марочыць; не за гарой; уверх дном; паўтара людскога; не давядзі ты, Божанька!* і інш.). А ў выніку шырокае скарыстанне ФА ў мове Марылі выразна ілюструе ролю гэтых адзінак як характарыстычнага сродку самой гераіні, прадстаўніцы народа. І наадварот, усяго 8 ФА зафіксавана ў мове пана Быкоўскага, а іх месца і роля – сведчанне абмежаванасці разумовых здольнасцей і ілюстрацыя фанабэрлівасці, пыхі, паколькі ФА тыпу *между протчим; на самую шыю* закахацца; *клопату не рабіць; пахвалёны ў хату* і інш. не заўсёды да месца скарыстаны ці ўвогуле не адпавядаюць кантэксту.

Такім чынам, ФА ў мове твораў Купалы – гэта вобразныя сродкі характарыстыкі персанажаў у дадатак да іншых сродкаў выразнасці мастака і адначасова ілюстрацыя фразеалагічных запасаў мастака, творчых магчымасцей іх адбору і выкарыстання.

Літаратура

1 Купала, Я. Поўны збор твораў: у 9 т. / Я. Купала. Т. 7: Драматычныя паэмы і п’есы. – Мінск : Мастацкая літаратура, 2001. – 399 с.

А. И. Морозова

Науч. рук. **В. И. Коваль,**

д-р филол. наук, профессор

КОНЦЕПТ «ДАО» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Понятие «Дао», которое обычно трактуют как «путь вещей», занимает важное место в концептуальной картине мира китайцев. Основателем даосской философии и религиозного учения – даосизма – является Лао-цзы 老子. Согласно старейшему словарю «Шовэнь цзецзы» «说文解字» («Объяснение простых и толкование сложных знаков»), *dao* 道 означает ‘то, что следует выполнить’ (цит. по: [1, с. 54]). Сущность даосизма заключается в созерцательном отношении к жизни, которое согласуется с естественным ходом событий. Цель человеческой жизни понимается при этом как возвращение к самому себе, к собственным корням.

Обращение к ресурсам Национального корпуса русского языка [2] позволяет выявить многочисленные контексты, отображающие различные ассоциации, которые вызывает концепт «Дао» в русской лингвокультуре. В философском аспекте «Дао» воспринимается как нечто неделимое, монолитное: *«Как бы его ни называли – логос, вечно живой огонь, Дао, – говорили*