

В. В. Дорохов
Науч. рук. **И. В. Черепанова**,
канд. психол. наук, доцент

ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ШКОЛЬНИКОВ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА СО СКОЛИОЗОМ

Увеличение количества детей подросткового возраста, страдающих от последствий прогрессирования сколиоза, является одной из насущных проблем не только медицины, но также педагогической психологии. Потенциально неблагоприятное следствие прогресса сколиотической патологии связано с уменьшением функциональных возможностей организма, высоким уровнем утомляемости и деформацией фигуры, что приводит к появлению у подростков психологических и социальных проблем [1, с. 27]. Они проявляются как в детском периоде развития (неудовлетворенность своим внешним обликом, социальная изоляция), так и во взрослой жизни (препятствия в профессиональном выборе, сложности в создании семьи).

Фактически сама постановка диагноза «сколиотическая болезнь», становится травмирующей новостью не только для подростка, но и для его семьи. У ребенка возникает стигматизирующий эффект, формирующий у него выраженное чувство различия с другими, обостряемое в этом возрасте возникающей потребностью в утверждении собственной значимости и необходимостью признания референтной группой сверстников. Причиной затруднений процесса общения со сверстниками видится одна единственная: «Я не такой как они», «Я дефектный» [2].

Негативное самопринятие распространяется на окружающих подростка людей, и создается замкнутый круг изоляции [3, с. 116]. На психологическую устойчивость школьников подросткового возраста со сколиотической болезнью негативно воздействуют психогенные факторы, такие как: эмоциональные, сенсорные и социальные ограничения, недружественная окружающая обстановка, порождающая постоянную психогенную травматизацию, из-за физической неполноценности. Результатом является развитие таких черт, как замкнутость, эмоционально-волевой инфантилизм, эгоцентризм.

Литература

- 1 Красикова, И. С. Сколиоз. Профилактика и лечение / И. С. Красикова. – Санкт-Петербург : Корона-принт, 2008. – 192 с.
- 2 Коррекционно-педагогическая работа в школе для детей с нарушениями опорно-двигательного аппарата ; под ред. И. А. Смирновой. – Санкт-Петербург : ИСПиП, 2000. – 99 с.
- 3 Никольская, И. М. Психологическая защита у детей / И. М. Никольская. – Санкт-Петербург : Речь, 2001. – 507 с.

Ю. А. Доўгая
Навуц. кiр. **Я. Я. Іваноў**,
канд. фiлал. навук, дацэнт

ПРА ЯШЧЭ АДЗІН СПАСАБ ВЫЗНАЧЭННЯ ПРЫКАЗКАВАГА МІНІМУМУ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ*

Вызначэнне прыказкавага мінімуму з'яўляецца адной з актуальных праблем сучаснай парэміялогі як асобнай галіны мовазнаўства [2], [3]. Методыка вызначэння

* Вынікі даследавання атрыманы пры выкананні задання 6.1.04 ДПНД «Грамадства і гуманітарная бяспека беларускай дзяржавы».

прыказкавага мінімуму традыцыйна абмяжоўваецца правядзеннем сацыялінгвістычных эксперыментаў у розных формах і з розным па аб'ёме і якасным складзе ахопам інфармантаў. Так, эксперыментальным шляхам вызначаўся і прыказкавы мінімум беларускай мовы [1], [4]. Аднак традыцыйны (эксперыментальны) шлях вызначэння прыказкавага мінімуму далёка не заўсёды дае дастаткова рэпрэзентатыўныя вынікі. Мэта даследавання – вызначыць і разгледзець іншыя шляхі вызначэння прыказкавага мінімуму на матэрыяле беларускай мовы.

У выніку даследавання ўстаноўлена, што вызначыць найбольш вядомыя і шырока ўжывальныя ў маўленні прыказкі можна не толькі шляхам правядзення сацыялінгвістычных эксперыментаў. Так, вельмі прадуктыўны спосаб – гэта ўлік такіх перафразаванняў прыказак у маўленні, якія з'яўляюцца парадыйнымі і жартаўлівымі варыянтамі прыказак. Аўтар мадыфікацыі зыходнай прыказкі мяркуе, што гэтая прыказка вядома адрасату, інакш мадыфікацыя як прыём (стылістычны, рытарычны і г. д.) не дасягне сваёй мэты – мадыфікаваная форма не будзе адэкватна ўспрынятая, калі адрасат не распазнае ў ёй (не зможа рэканструяваць у сваёй свядомасці) зыходнай прыказкі. У тых выпадках, калі мадыфікацыя прыказкі адбываецца ў тэкстах, якія разлічаны на масавага адрасата (напрыклад, у мове СМІ), зыходная прыказка павінна быць агульнавядомай, г. зн. павінна ўваходзіць у прыказкавы мінімум мовы. Менавіта такі падыход дазволіць аб'ектыўна вызначыць аб'ём і склад прыказкавага мінімуму, паколькі не залежыць ад суб'ектыўных фактараў эксперыменту. Зразумела, што не кожны носьбіт мовы будзе ведаць усе прататыпы антыпрыказак (як і не кожны носьбіт мовы ведае ўсе словы ці фразеалагізмы, што шырока ўжываюцца ў маўленні). Аднак само па сабе з'яўленне антыпрыказкі, калі яна разлічана на масавае ўспрыняцце (у мове СМІ або ў мове мастацкай літаратуры), яскрава сведчыць аб тым, што тая прыказка, ад якой утворана дадзеная антыпрыказка, з'яўляецца шырока вядомай і масава ўжываецца ў маўленні. А гэта значыць, што антыпрыказкі можна лічыць надзейным паказчыкам агульнай вядомасці і шырокай ужывальнасці прыказкавых адзнак, якія з'яўляюцца прататыпамі антыпрыказак.

Літаратура

- 1 Котова, М. Ю. Очерки по славянской паремиологии / М. Ю. Котова. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2003. – 230 с.
- 2 Паремиология без границ : монография / под ред. М. А. Бредиса, О. В. Ломакиной. – Москва : РУДН, 2020. – 244 с.
- 3 Паремиология в дискурсе : монография / В. М. Мокиенко, Т. Г. Бочина, Е. Е. Иванов [и др.] ; под ред. О. В. Ломакиной. – Москва : URSS : Ленанд, 2015. – 294 с.
- 4 Ivanov, B. Paremiological Minimum and Basic Paremiological Stock (Belarusian and Russian) / B. Ivanov. – Prague : RSS, 2002. – 136 p.

Ю. И. Дуда

*Науч. рук. Е. В. Рубанова,
канд. филол. наук, доцент*

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ТОВАРА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ СПОРТИВНЫХ БРЕНДОВ

Спортивная реклама представляет собой вербально-визуальный текст, главной целью которого является убеждение адресата в необходимости приобретения тех или иных спортивных товаров и услуг. Метафоры в рекламе используются для создания