

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

**МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

17–27 апреля 2020 года

В четырех частях

Часть третья

Минск МГЛУ
2020

УДК 800
ББК 81.2
МЗ4

Рекомендованы Редакционным советом МГЛУ

Редакционная коллегия: Н. П. Баранова (*ответственный редактор*), Л. А. Тарасевич (*зам. ответственного редактора*), Н. П. Баранов, Е. И. Будникова, А. Н. Гордей, Н. С. Евчик, Н. Т. Ерчак, В. А. Капранова, Т. П. Карпилович, И. Г. Колосовская, Н. Е. Лаптева, Л. М. Лещёва, С. Е. Олейник, В. А. Павловский, А. Л. Подгайский, О. А. Полетаева, Т. В. Поплавская, В. В. Яскевич

МЗ4 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 17–27 апр. 2020 г. : в 4 ч. Ч. 3 / отв. ред. Н. П. Баранова. – Минск : МГЛУ, 2020. – 244 с.
ISBN 978-985-460-987-4 (Ч. 3).
ISBN 978-985-460-982-9.

Третья часть издания содержит материалы выступлений участников 7 секций конференции – «Грамматика», «Фонетика», «Гісторыя і беларусазнаўства», «Праблемы беларускай мовы і літаратуры», «Философия и логика», «Политология и международные отношения», «Экономические науки», а также круглых столов «Исследование национально-культурного компонента в языке и речи», «Лексические единицы французского языка в дискурсивном пространстве», «Современные тенденции в испанистике».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-460-987-4 (Ч. 3)
ISBN 978-985-460-982-9

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2020

ГРАММАТИКА

А. Ахрамейко

СПОСОБЫ ОТРАЖЕНИЯ ДЕНОТАТИВНОЙ ОБЛАСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ И КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Для исследования способов отражения денотативной области приобретения в английском и корейском языках были рассмотрены предложения с английскими глаголами *give* и *get* и их наиболее частотными аналогами в корейском языке *주다* и *받다* соответственно. Анализ значений глаголов в толковых словарях и примеров предложений показал, что денотативная область приобретения как в английском, так и в корейском языке в основном состоит из четырех компонентов – субъект, предикат, адресат и объект. Несмотря на то, что в целом ситуация отражена примерно одинаково, можно наблюдать некоторые различия, в большинстве случаев определяемые различным грамматическим строем.

В английском языке характерной особенностью отражения ситуации с глаголом *get* является неполное отражение всего набора участников, то есть адресат обычно не реализуется на поверхностном уровне: *We got a letter*. В случае присутствия адресата он отражается при помощи предлога *from*: *He is unlikely to get much support from the governor*.

В корейском языке денотативная область приобретения представлена шире и включает такие специфические ситуации, как ‘оказывать (негативное) влияние’, ‘ставить укол или делать иглоукалывание’(*주다*). В большинстве случаев компоненты данной области отражены с помощью одних и тех же аффиксов: объект – с помощью аффикса винительного падежа *을/를*, субъект (с глаголом *받다* ‘получать’) – с помощью аффиксов *에게*, *부터* и специфического аффикса *에게서*, употребляющегося только для отображения адресата в денотативной области приобретения: *나는 부모님으로부터 용돈을 받는다*. – ‘Я от родителей карманные деньги получаю’. *우리는 의사에게 진료를 받다*. – ‘Мы от врача лечение получаем’. *구매자에게서 돈을 받았다*. – ‘От покупателя деньги получил’. Однако также были найдены примеры того, что в данной ситуации субъект может быть выражен не конкретным участником ситуации, а атрибутом с использованием притяжательного аффикса *의*: *종교재판소의 단죄를 받다*. ‘От святой инквизиции наказание получил’. Необходимо отметить, что из-за отсутствия зачастую подлежащего в корейских предложениях в ситуации с глаголом *받다* может отсутствовать адресат, с глаголом *주다* – субъект.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНСТИТУЕНТОВ
ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ СЛЕДСТВИЯ
В УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ
(на материале немецкого языка)

Анализ функционирования конstituентов функционально-семантического поля следствия в устной и письменной речи основан на классификации, предложенной немецкими грамматистами во главе с Й. Буша. В структуре поля выделяются два микрополя – микрополе реализованного следствия и микрополе нереализованного следствия. Средства выражения семантической категории следствия относятся к разным языковым уровням: грамматическому и лексическому. Выборка материала для сравнительного анализа представлена газетными статьями политической и экономической тематики, а также корпусами разговорной речи. Объем выборки для каждого стиля составил 90 000 словоформ, суммарная выборка по двум стилям – 180 000 словоформ.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что наиболее употребительным средством выражения реализованного следствия в статьях политической и экономической тематики является сложносочиненное предложение с союзным наречием *deshalb* (34,01 %). Сложноподчиненное предложение с союзом *dass*, сложносочиненное предложение с союзными наречиями *so*, *also* и глаголы с семантикой следствия встречаются примерно с одинаковой частотой (14,28–17,006 %). Что касается средств выражения нереализованного следствия, то наиболее употребительна инфинитивная конструкция *ohne...zu*. Одинаково представлены сложноподчиненные предложения с союзом *als dass* и инфинитивная конструкция *um...zu*. Лексические средства в текстовой выборке не представлены.

Анализ корпусов разговорной речи позволяет сделать вывод, что наиболее употребительным средством выражения реализованного следствия является сложносочиненное предложение с союзным наречием *deshalb* (43 %). Следующими по частотности оказались сложносочиненные предложения с союзным наречием *also* (8 случаев употребления из 14). Глаголы и существительные с семантикой следствия встречаются редко.

Сопоставительный анализ представленности конstituентов функционально-семантического поля следствия в двух стилях позволяет сделать следующие выводы:

- 1) наиболее частотны в двух стилях грамматические средства, а именно сложносочиненные предложения (50,33 % и 53,8 % соответственно);
- 2) лексические средства оказались характерными для газетных текстов (19,72 %);
- 3) средства выражения нереализованного следствия в корпусах разговорных текстов не представлены.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ
ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ ПРИЧИНЫ
В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ

Функционально-семантическое поле каузальности в немецком языке является группировкой разноуровневых единиц языка, объединенных на базе инвариантной семантической категории каузальности.

Анализ функционирования конstituентов функционально-семантического поля каузальности основан на классификации, предложенной немецкими грамматистами во главе с Й. Буша. Автор выделяет в немецком языке три вида логических причинно-следственных отношений: 1) Realgrund (реальная причина); 2) Beweggrund (мотив); 3) Erkenntnisgrund (познавательная причина). При этом они могут быть маркированы с помощью одинаковых языковых средств, а именно такими союзами, как *weil* и *denn*.

Текстовую базу для анализа составили две немецкоязычные научные монографии, из которых методом сплошной выборки было отобрано 142 микроконтекста, содержащих конstituенты функционально-семантического поля каузальности. Проведенный анализ показал, что в текстовой выборке присутствуют средства выражения семантической категории причины, относящиеся к разным языковым уровням – грамматическому и лексическому. Наиболее употребительным средством выражения причины в научных текстах является сложноподчиненное предложение с союзом *da* (38,02 %):

Kognitive Modelle haben für die Bewältigung komplexer Gegenstände eine wichtige Funktion, da sie diese auf ihre wesentlichen Eigenschaften reduzieren.

Сложноподчиненное предложение с союзом *weil* составляют всего 7 %:

Eine Kommunikative Situation ist immer subjektiv, weil sie spezifisch ist für einen bestimmten Kommunikationspartner und sich nie vollständig mit der Situation der anderen Kommunikationszentren deckt.

Предложные конструкции с предлогами *wegen* и *aufgrund* составляют в общей сложности 19 % (*aufgrund* 11,26 % и *wegen* 7,74 %):

Aufgrund der bis jetzt vorliegenden Untersuchung zur individuell verschiedenen Kapazität des Arbeitsgedächtnisses ist zu vermuten, dass in diesem einerseits eine sehr selektive Auswahl der bereits verarbeiteten Textinformationen stattfindet und andererseits etwa zwei Sätze der neuen Information sowohl wörtlich als auch bereits wenigstens zum Teil propositional verbreitet zur Verfügung stehen.

Beide können sich wegen der unterschiedlichen sozialen Systeme, in die sie eingebettet sind, erheblich voneinander unterscheiden.

Средства выражения, относящиеся к лексическому уровню, оказались в научных текстах наименее употребительными:

Der Grund für diese Abkehr von der Theorie der Geschichtengrammatik liegt primär in ihrem Versuch, die Textverarbeitung in ein formales Korsett zu pressen.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОСТПОЗИТИВНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В данной работе рассмотрено функционирование постпозитивных определений в информационном поле художественного текста и новостной статьи.

В тексте из романа В. С. Моэма “The Painted Veil” объемом 1761 печатный знак было обнаружено 37 постпозитивных определений разной структуры. Наиболее развернутыми являются придаточные предложения (18), из которых 7 ограничивают референцию определяемого слова, обозначающего уникальный объект (*the steamer **that took them up the Western River***), 8 уточняют особенности референта, относящегося к классу однородных объектов (*a trick **which accorded very well with his sardonic humour***), 3 интерпретируют содержание обобщенного абстрактного понятия (*the sensation **that someone hidden among them was watching her as she passed***). Почти так же часто встречаются предложные словосочетания (15), среди которых преобладают словосочетания с предлогом *of* (11). Большинство из предложных словосочетаний (12) уточняют референцию определяемого слова (*the foot **of the hill**, the light **on his face***) и лишь 3 расширяют информацию об объекте, детализируя его описание (*a look **of physical distaste**, a memorial **in compliment of a fortunate scholar or a virtuous widow***). Также отмечены 4 обособленных определения: 3 – выраженных прилагательными (*her bearers, **long silent**, began to speak*), и одно – причастным оборотом (*this one, **silhouetted against the westering sun**, was more fantastic and beautiful*), которые добавляют новую информацию об определяемых объектах.

В тексте новостной статьи объемом 2209 знаков было обнаружено 29 постпозитивных определений. Больше всего отмечено определений, выраженных именным словосочетанием с предлогом (13), среди которых, как и в художественном тексте, преобладают определения, уточняющие референцию определяемого слова (11). В отличие от художественного текста, отмечено всего 6 придаточных определительных предложений: 3 ограничивают референцию определяемого слова и тесно с ним связаны и 3 содержат дополнительную информацию, что делает описание объекта более объемным и многосторонним (*Van Gogh, **who was born on March 30, 1853**, moved to Paris...*). Выявлена такая характерная особенность новостной статьи, как заметное использование обособленных определений (10). Большинство из них (6) выражены приложениями (*Arthur Brand, **a Dutch art detective**, estimated...*), а 4 – причастными оборотами (*the man **now known the world over as a towering genius brought low by penury and psychosis** found some peace*). Постпозитивные определения развивают тематическую структуру текста в дополнительных направлениях, придавая ему информационную насыщенность и объемность и обеспечивая сжатость и краткость изложения.

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЮЗОВ
СО ЗНАЧЕНИЕМ ПРИЧИНЫ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ
(на материале художественных текстов)

Одной из центральных проблем языкознания является изучение особенностей семантики и функционирования различных частей речи, в том числе служебных, к которым относятся союзы. Актуальность исследования данного класса слов обусловлена их недостаточной изученностью, особенно в сопоставительном аспекте.

Цель настоящего исследования – установление семантических особенностей союзов причины в немецком и русском языках на основании анализа параллельного немецко-русского корпуса текстов.

В результате анализа контекстов с союзом *weil* ‘потому что’, ‘так как’ было выявлено, что в 73 % случаях союз переводился при помощи переводных эквивалентов, указанных в переводных словарях. В остальных случаях данный союз переводился при помощи иных лексических единиц, в частности *ведь*, который характеризуется функциональным разнообразием и может выступать как в роли частицы, так и в союзной функции; при помощи союза *раз*, который занимает промежуточное положение между причинными и условными союзами, который в русском языке не закреплён за каким-то одним семантическим классом; при помощи союза цели *для того чтобы*; а также при помощи наречия *и вдобавок* и устойчивого выражения *по той причине, что*. В остальных случаях переводчики использовали прием переосмысления высказывания или синтаксической трансформации.

Аналогично союзу *weil* также и союз *da* в большинстве случаев (64 %) переводился при помощи переводных эквивалентов, указанных в переводных словарях. В иных случаях использовались союз условия *коль* (являющийся устаревшим), союз *раз*, а также *ведь*, который не указан в качестве союза ни в одном проанализированном источнике. Возможная причина этого в том, что *ведь* по своим свойствам сближается с частицей, а не с союзом. В целом ряде случаев (24 %) переводчики также использовали прием переосмысления высказывания или синтаксической трансформации вместо прямой или узуальной подстановки.

Схожим образом выглядит ситуация и с иными союзами причины. Анализ контекстов и их переводов, в которых встречаются союзы причины, показал, что в 50–75 % случаев союзы переводились при помощи переводных эквивалентов, указанных в двуязычных словарях. В остальных же случаях переводчики прибегали к замене союзов на местоименные наречия в комбинации с союзом, использовали союз другого семантического типа, трансформировали сложноподчиненное предложение в несколько простых.

Наблюдаемые различия в количестве союзов для обозначения одних и тех же отношений между частями предложений в русском и немецком

языках заставляют задуматься о факторах возникновения асимметрии. Ее возможной причиной может являться недостаточная изученность семантики союзов, которая неполным образом отражена в переводных словарях, а также иные, прагматические, факторы, влияющие на способ перевода.

В. Климова

ЗАИМСТВОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СИСТЕМЕ АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

Фразеологические единицы (ФЕ) отличаются от других лексических единиц идиоматичностью, устойчивостью, эквивалентностью слову, отдельно-оформленностью и воспроизводимостью.

Большая часть фразеологизмов английского языка – исконно английские. Их источники – народ (*be in clover* ‘как сыр в масле кататься’), литература (*give somebody taste of one’s quality* ‘проявить, показать себя’ – У. Шекспир), обычаи английского народа (*an old cup of tea* ‘старушка’). Меньшая часть ФЕ заимствована из Библии (*beam in one’s eye* ‘бревно в глазу’), мифологии (*the web of life* ‘нить жизни, судьба человека’).

В испанском языке выделяют национальные, исконные и заимствованные ФЕ. Заимствования по большей части интернационального типа: кальки с древнегреческого – мифологизмы (*nudo gordiano* ‘гордиев узел’), латинского, а также из восточных языков, в том числе библеизмы (*llevar su cruz* ‘нести свой крест’).

Мифологизмы в английской и испанской фразеологии по большей части являются глагольными (*cut the Gordian knot* (англ.) – *cortar el nudo gordiano* (исп.) ‘разрубить гордиев узел’) либо именными (*a labour of Sisyphus* (англ.) – *trabajo de Sísifo* (исп.) – ‘Сизифов труд’). Характерная черта именных фразеологизмов – наличие ономастических компонентов – онимов (*Ariadne’s thread* (англ.) – *el hilo de Ariadna* (исп.) ‘нить Ариадны’), а глагольных – топонимов (*cross the Rubicon* (англ.) – *pasar el Rubicón* (исп.) ‘перейти Рубикон’). Фразеологизмы, заимствованные из античной мифологии, в обоих языках формируют тематические группы, объединенные единым смысловым компонентом: работа (*a labour of Sisyphus* (англ.) – *trabajo de Sísifo* (исп.) ‘сизифов труд’), богатство (*the horn of plenty* (англ.) – *cuerno de (la) abundancia* (исп.) ‘рог изобилия’), а также целой группы мифологизмов, характеризующих качества личности (*hounds of Hell* (англ.) – *el perro del infierno* (исп.) ‘свирепый и бдительный страж’). Эти тематические группы характеризуют типичные бытовые проблемы, с которыми сталкиваются народы Англии и Испании. При этом в обоих языках компоненты мифологизмов совпадают.

Сопоставление библеизмов в английском и испанском языках показывает, что библеизмы представляют собой выдержки из библейского и кальки, созданные на основе библейского сюжета. Во фразеологии обоих

языков проявляется межъязыковой параллелизм текста (*a wolf in sheep's clothing* (англ.) – *lobo con piel de cordero* (исп.) ‘волк в овечьей шкуре’), обусловленный общностью мышления носителей разных языков и национально-культурной спецификой языковой картины мира. Несмотря на это, параллельные библеизмы имеют ряд семантических, лексических и структурно-грамматических отличий.

Значительное число библеизмов представлено безэквивалентными единичными выражениями: *lafe mueve montañas* (исп.) ‘вера горами двигает’, *the brand/ mark of Cain* (англ.) ‘каинова печать’.

Л. Ковалёва

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ БЕССОЮЗНЫХ СЛОЖНОСОСТАВНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Семантический анализ бессоюзных сложных предложений (БСП), извлеченных методом сплошной выборки из романов Н. Дитинич «Тайна великого живописца», М. Степновой «Безбожный переулочек», N. Kermani «Sozusagen Paris» и S. Link «Die Entscheidung», позволяет выделить следующие семантические типы БСП в русском и немецком языках:

1) подлежащные БСП – *Неточка забыла о нем в ту же секунду – это было ясно* (М. Степнова); *François war einsam, das war eine Tatsache* (S. Link);

2) предикативные БСП – *Главное – все живы* (М. Степнова); *Hauptsache, du nennst mich nicht wieder Jutta* (N. Kermani);

3) объектные БСП – *Я тебе давно говорил: нужно бежать из страны, здесь нет свободы...* (Н. Дитинич); *Er hoffte, er würde den Freund daheim antreffen* (S. Link);

4) атрибутивные БСП – *Но внезапно его гневный взгляд наткнулся на молодую девушку в очках и с русой косой, она стояла на крылечке банка* (Н. Дитинич); *Er sagt immer, dass er von vornherein das Gefühl hatte, ich war die richtige Frau für ihn* (N. Kermani);

5) темпоральные БСП – *Голова прошла, она покормила собачку и, взяв планшетник, погрузилась в виртуальное пространство* (Н. Дитинич); *Er passte, die Tür ging auf* (S. Link);

6) противительные БСП – *В одном углу – гири, в другом – письменный стол, совершенно пустой* (М. Степнова); *Du bleibst auf der Erde, ich schwebe im Himmel!* (N. Kermani);

7) условные БСП – *Нашлась бы Вишневская, на многое бы свет пролила...* (Н. Дитинич); *Hätte es nicht zwischendurch so schöne Momente gegeben, hätte Christina längst alles hingeschmissen* (S. Link);

8) уступительные БСП – *Уже темнеет, свет включать не будем, вдруг твой убийца где-нибудь засел неподалеку и следит за домом* (Н. Дитинич); *... mag sie selbst oft das Gegenteil fühlen, sie liebt ihn...* (N. Kermani);

9) причинно-следственные БСП – *Курили всякую дрянь – достать “Приму” считалось большой удачей* (М. Степнова); *Jérôme hatte weiß Gott genug Probleme am Hals, er musste nicht noch ein Kapitalverbrechen hinzufügen* (S. Link);

10) БСП с отношениями образа действия – *Он уничтожил мою жизнь, он убил Генку...* (Н. Дитинич); *Wir helfen der Liebe nach, wir fälschen sie durch Erinnerungen, durch Suggestionen* (N. Kermani);

11) БСП с пояснительными отношениями – *Осталось дело за малым: открыть его* (Н. Дитинич); *So war es zu der Schieflage gekommen: Er kannte Kristinas Umfeld und Kristinas Umfeld kannte ihn.* (S. Link);

12) БСП с присоединительными отношениями – *... к нему записывались чуть ли не на год вперед, такая была очередь* (Н. Дитинич); *Kein Sperling fällt vom Dache ohne den Willen eures Vaters – so bin ich erzogen worden...* (N. Kermani).

Ю. Ковальская

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ СЛЕНГИЗМОВ-НАИМЕНОВАНИЙ ЛИЦ В НЕМЕЦКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЯЗЫКЕ

На протяжении нескольких десятилетий не ослабевает интерес к молодежному сленгу. Об этом можно судить по значительному количеству работ, посвященных ему. Молодежный сленг является средством групповой коммуникации. Он не «изобретается» отдельными лицами, а возникает в процессе общения. Общий опыт, нормы и ценности группы составляют предпосылку для его функционирования. Особый интерес вызывают сленгизмы, обозначающие людей или дающие оценку людям. Данная группа сленгизмов пользуется такой популярностью, так как позволяет молодежи выразить свои чувства и эмоции, а также продемонстрировать свое положительное или отрицательное отношение к партнеру по коммуникации.

С целью исследования особенностей образования сленгизмов современного немецкого молодежного языка (на примере наименований лиц) методом сплошной выборки из нескольких словарей молодежного сленга были отобраны сленгизмы-наименования лиц. Объединив основные способы словообразования с дополнительными, которые выделил Г. Эман, мы получили перечень словообразовательных моделей: словообразование, заимствование, семантическая деривация, креативная игра слов. Количественные показатели распределения словообразовательных моделей в отобранном корпусе материала показали, что словообразование является самым важным источником пополнения исследуемых сленгизмов, составляя 75 % выборки. Заимствования были отмечены в 15 % случаев, а семантическая деривация – в 10 %.

Путем словообразования были образованы следующие семантические единицы: *Reimprofessor* ‘поэт’, *Schwachkopf* ‘болван’ (словосложение); *Penner* ‘бомж’, *Behinderter* ‘отсталый’ (суффиксация); *Missgeburt* ‘урод’ (префиксация); *Asi* ‘бомж, изгой, уголовник’, *Präsi* ‘президент’ (сокращение); *Süße* ‘детка, конфетка’, *Dicke* ‘толстяк, толстуха’ (конверсия); *Frauenversteher* ‘мужчина-феминист’ (сложнопроизводные слова).

Большинство заимствованных сленгизмов пришло в немецкий язык из английского: *Baby* ‘детка’, *Mum* ‘мама’, *Homie* ‘приятель, братан’, *Nerd* ‘ботан, задрот’, *Sucker* ‘сосунок’. Также были отмечены заимствования из испанского языка: *Macho* ‘мачо’, *Amigo* ‘дружисще’.

При семантической деривации можно выделить два направления: расширение значения (*Raver* ‘человек, который часто ходит на рэйвы’ и ‘любитель техно-музыки’) и перенос значения (*Puppe* ‘кукла’ и ‘куколка’). Примером для креативной игры слов является *Ackerdesigner* ‘фермер, агроном’, где первая часть слова представлена немецкой лексической единицей *Acker*, а вторая часть слова – лексической единицей английского языка *designer*.

Все лексические единицы, обозначающие наименование лиц, обладают номинативной функцией, а также могут иметь другие функции в зависимости от их употребления в контексте, в частности, использоваться для выражения эмоционального отношения, оскорбления, сарказма.

Е. Козлова

МОДАЛЬНОСТЬ НЕРЕАЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ НА ПРИМЕРЕ ЖАНРОВ ФЭНТЕЗИ И ИСТОРИЧЕСКОГО РОМАНА

В рамках работы рассматривается одно из модальных значений, составляющих весомую часть категории модальности, а именно значение нереальности. Изучение средств выражения нереальности в немецкоязычной художественной прозе представляется актуальным в силу его соответствия современной тенденции коммуникативно-когнитивных исследований.

В ходе проведения количественного и сравнительного анализа употребления средств нереальности в обоих литературных жанрах было выявлено, что конъюнктив как средство выражения нереальности занимает лидирующую позицию среди примеров и жанра фэнтези, и исторического романа. Стоит отметить, что в примерах жанра фэнтези позицию после конъюктива занимает группа средств выражения нереальности конъюнктив с модальным словом, а в примерах жанра исторический роман следующую позицию занимают модальные слова. Употребление модальных слов вместе с конъюнктивом усиливает значение нереальности, делает его более очевидным, что, в свою очередь, является отличительной чертой жанра фэнтези.

Для жанра исторический роман спектр средств выражения модальности нереальности заметно уже, чем для жанра фэнтези. Предположительно, это связано с различием моделей мира, реалий в обоих жанрах: в историческом романе автором описывается реальный мир, в жанре фэнтези – аномальный, вымышленный мир.

Таким образом, для описания событий в жанре исторический роман автор ограничивается, как правило, чаще употребляемыми средствами выражения нереальности (конъюнктив, модальные слова, модальные глаголы). Тогда как в жанре фэнтези все чаще встречаются еще и лексические средства, а также модальные слова вместе с глаголами в конъюнктиве.

M. Ksenzhevskaya

SUBJUNCTIVE I IN AMERICAN SERIES

The Subjunctive Mood (SM) is rare indicating a hypothetical state or a state contrary to reality, such as a wish, a desire, or an imaginary situation. Five hundred years ago, English had a highly developed SM system. However, after the 14th century, English speakers used the Subjunctive less frequently. And, it's fading away for two understandable reasons: it isn't useful to convey meaning, the rules for using it are tricky.

Despite fading away, it is used in modern speech and is more preferable than the usual tense form. Subjunctive I (SI) is a synthetical form surviving from Old English. It is homonymous with the plain verb stem. This form is rarely used in speech unless it is poetry, literature, an academic paper, official document or American speech.

«Desperate Housewives» (48 episodes). The most common were those in a complex sentence with modal meaning in the main clause – 11 cases: *And if you wanna save our son, I suggest you **get** moving*; *Finally, Lynette insisted her husband **go** to the doctor*; *And she was determined that Porter **do** the same*; 7 cases in a simple sentence denoting commands/requests with an indefinite pronoun as a subject: *Somebody **help***; *Ok, nobody **move***; *Everyone **stay** focused*; 2 cases in formulaic expressions: *And if a couple of same sex parents end crying at home at their silk kimonos, so **be** it*; ***Bless** you*.

«How I Met Your Mother» (48 episodes). The series is not that rich in SI: 3 cases in a complex sentence with modal meaning in the main clause: *Then, as your best friend, I suggest we **play** a little game I like to call 'Have you met Ted?'*; *Just tell him that it's really important that he **be** her*; 2 cases in formulaic expressions: *If that means I never get to know, – so **be** it*; *Beer **be** with you*.

«Lie to me» (46 episodes). There were found 5 cases, all of them used in a complex sentence with the modal meaning expressed in the main clause: *I suggest you **leave***; *It's important that they **trust** me*; *I've recommended to the judge you **be sentenced** to a mental hospital*. In addition to this, there are 5 cases where the use of SI is neglected. *It's important I **don't let** him down*.

«The Good Doctor» (56 episodes). The series is filled with SI: 7 cases in a simple sentence denoting commands/requests with an indefinite pronoun as a subject: *Somebody **call** 911! Somebody **help**! Everyone **stay** calm*; 12 cases in a complex sentence with the modal meaning expressed in the main clause: *He insisted that I **put** for him; They're suggesting we **weld** it back together; I would recommend you **have** your surgery at a different hospital*; 1 case in the formulaic expression of wish: *And god **forbid**, something does happen to her*.

SI does not seem natural to form a sentence. And yet it just takes time and practice to form a strong understanding of this phenomenon. Being a passive source of a language learning, series may be a key to improve it as they prepare one's mind filling it with necessary words and grammar. English speakers encourage learners to use SI saying that it creates a positive image of the communicator and makes them stand out. So, using SI when talking to a native is an opportunity to a little bit show off and add some extra value to speaking skills.

А. Мискевич

ФОРМАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ С НЕМЕЦКИМ ПРЕДИКАТОМ СТРАХА *ERSCHRECKEN*

Глагол *erschrecken* может выступать в качестве как переходного, так и непереходного глагола. В первую очередь рассмотрим примеры, где предикат страха *erschrecken* является переходным глаголом и не требует за собой постановки какого-либо маркера.

*Wenn ich dich **erschrecken** wollte, würde ich dir erzählen, was ich vor ein paar Wochen geträumt habe* (Dyuma A. Der Graf von Monte Christo, p204402)¹. – *If I wanted to **frighten** you, I would tell you what I dreamed a few weeks ago*.

Анализ формальных характеристик предложений с немецким предикатом *erschrecken* показал, что необходимости употребления предлога в структуре предложения нет, если отношения между аргументами пропозиции и участниками ситуации параллельны: направленность отношений идет от пугающего к тому, кто пугается. Если же в качестве первого элемента предложения поставить другого участника ситуации, а именно того, кто пугается, то в формальной структуре появляется предлог.

*Ich habe **mich vor** dem Hund **erschreckt**, der plötzlich über die Straße lief* (Aiken J. Dragon Kin 1 Dragon Kiss, p627330). – *I was **frightened of** the dog...*

Более того, можно заметить, что при появлении предлога **vor** предикат страха *erschrecken* становится не только непереходным, но и возвратным глаголом, на что указывает частица **sich**.

Предлог же **über** употребляется тогда, когда подразумевается эмоция страха в ее более узком значении:

¹ “р” указывает на номер первого знака предложения с данным глаголом в тексте произведения автора XX в., взятого из электронной версии корпуса англоязычных текстов МГЛУ.

Erschrick nicht über meine Worte (Ananyan W. Am Ufer des Sewan, p8273). – *Do not worry about my words.*

Таким образом, мы видим, что *erschrecken über* обозначает ‘to worry about sth’. Следует также отметить, что предлог **über** имеет равнозначный эквивалент в английском языке, а именно предлог **about**. Думается, что несколько иное значение глагола *erschrecken* ‘волноваться, переживать’ влечет за собой появление иного формального маркера в поверхностной структуре предложения.

В ходе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что предикат страха *erschrecken* может употребляться как переходный глагол, когда направленность отношений идет от пугающего к тому, кто пугается. При совпадении направленности отношений в формальной структуре предложения возможно, однако, появление предлога **über**, при помощи которого передается иное значение глагола *erschrecken*. Предлог **vor** употребляется тогда, когда направленность отношений между пугающим и пугаемым не совпадает.

Т. Носкевич

СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ЗАГОЛОВКА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ

Журналистские материалы – самая быстрая реакция на смену военно-политических событий в современном мире. Публицистический текст требует наличия заголовка, ведь он является первым и самым сильным по воздействию текстовым знаком любого текста. Заголовок репрезентирует текст и, заключая в себя определенную информацию о содержании, часто выступает смысловым центром текста. Важность заголовка связана с тем, что вероятность его прочтения самая высокая. Если привлечь внимание аудитории при помощи заголовка не удалось, то статья не будет прочитана. Поэтому многие авторы тратят достаточно времени на выбор качественного заголовка, который отражает тему статьи. Как публицистическому материалу, так и заголовку свойственна определенная структурная форма, которая должна помочь восприятию его содержания. Именно изучению структуры заголовков в немецкоязычных политических статьях посвящено настоящее исследование.

Корпус практического материала составили 200 военно-политических новостных и аналитических статей из 4 национальных ежедневных и деловых немецких электронных и онлайн-газет “Spiegel Online”, “Zeit Online”, “Frankfurter Allgemeine” и “Berliner Zeitung” за последние 10 лет.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы: все 200 статей обладают единой структурой в форме надзаголовка, заголовка и основного текста. Синтаксическая структура большинства заголовков немецких политических (91 %) и военных (91 %) новостных и

аналитических статей представлена простым полным распространенным личным предложением: *EU-Parlamentspräsident weist britische Brexit-Vorschläge zurück, Mehr als 20 Tote bei israelischen Angriffen in Syrien, US-Regierungen beschönigten Berichte über Lage in Afghanistan*. Односоставными являются 41% заголовков политических и 47 % заголовков военных текстов: *Ein Krieg mit vielen Akteuren*, двусоставными – 59 % (*Konservative liegen vor Wahl in Großbritannien vorn*) и 53 % соответственно. Также зафиксированы эллиptические политические и военные заголовки: *Kommissar dringend gesucht, So zerstörerisch wie lange nicht mehr*.

По коммуникативной цели высказывания большая часть заголовков – повествовательные предложения (92 % в политических статьях и 95 % в военно-политических статьях): *Zehntausende Schotten demonstrieren für Unabhängigkeit*. Только 5 % политических и военных заголовков представлены в форме вопросительного предложения: *Welche Finanzgeheimnisse verbirgt Trump?*; *Warum gibt es keinen Frieden im Nahen Osten?*. И лишь 3 % политических заголовков имеют побудительную форму: *Das Land vom Wahnsinn befreien*.

По смысловой структуре преобладают однонаправленные заголовки, которые соотносятся с одним элементом смысловой структуры текста. Они нацелены на четкую передачу темы (96 % заголовков политических и 99 % заголовков военных текстов): *Irischer Premier hält Brexit-Einigung für möglich, Terrorstaat Irak*. Комплексные же заглавия с усложненной информацией, которые соотносятся с несколькими элементами структурной схемы текста, одновременно используются редко, зафиксировано только 4 % заголовков политических и 1% заголовков военных текстов: *Britische Regierung erwägt Brexit ohne Abkommen – trotz Gesetz gegen No-Deal, Kämpfe um Idlib: Putin bombt, Syrer flüchten, Erdogan schaut zu*.

Основной функцией заголовков политических (77 %) и военных (74 %) текстов является информативная, в связи с этим в большинстве из них отсутствует оценка излагаемых событий и эмоционально-окрашенная лексика. Заголовки нацелены на четкую передачу информации и темы статьи. Их характерной чертой является нейтральный выбор языковых средств: *Deutschland braucht einen couragierten Außenminister*. Зафиксированы также 11% политических и 9 % военных заголовков с воздействующей функцией: *Horrorszenario an der Straße von Hormus, Flucht aus dem Inferno*. Такие заголовки включают в себя не только смысловой фактор, но и эмоциональный и психологический. А также 12 % и 17 % заголовков политических и военных текстов соответственно являются номинативными. Они призваны обозначить статью, служат ее названием, но не передают конкретную информацию, а после их прочтения читатель едва ли получит полное представление о теме текста: *Ein starkes Signal an die Welt, Außer Kontrolle, Heute so, morgen so*.

Таким образом, наиболее распространенная синтаксическая структура заголовков (простое полное распространенное личное повествовательное

предложение) как правило используется для выполнения ими информативной функции, поскольку именно такая форма отличается четкостью формулировки и нацелена на передачу информации, которая должна однозначно восприниматься читателем. Воздействующая же функция заголовков чаще находит свое отражение в односоставных назывных предложениях.

В. Павлова

ЭТИМОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ КЛИМАТИЧЕСКИХ ГЛАГОЛОВ И ИХ СЕМАНТИКО-СИНТАКИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ

Отличительной особенностью климатических глаголов с точки зрения валентностной теории Л. Теньера является наличие у них нулевой валентности, проявляющейся в отсутствии актантов при употреблении данных глаголов для обозначения метеорологических процессов. Семантическая опустошенность производителя действия как правило передается синтаксически посредством безличных конструкций. Появление в номинативном окружении климатического глагола субъекта, семантически не относящегося к области метеорологии, свидетельствует о переходе глагола из разряда метеорологических в разряд материальных, ментальных, вербальных и др.

Отдельные представители группы климатических глаголов могут быть объединены в подгруппы на основании наличия у них одного или нескольких общих семантических компонентов. Так, глаголы, содержащие семантический компонент направленности, могут использоваться для обозначения вербальных действий, в их номинативном окружении как правило появляется субъект действия, объект воздействия, а также объект, называющий речевое действие, например, *The old lady rained down curses on us*. В аналогичных условиях глаголы, сочетающие в себе семантические компоненты разнонаправленности и громкости, могут употребляться для обозначения вербальных действий с акцентом на характере действия, например, *He thundered a command for me to go, and I obeyed*. Метеорологические глаголы, сочетающие в своей семантике компоненты направленности и среду (жидкость/воздух), могут использоваться для обозначения физических действий перемещения в пространстве, при этом их номинативное окружение претерпевает изменения в силу появления локатива: *The wounded flooded Atlanta in train-loads and the town was appalled*.

Этимологический анализ глаголов, отнесенных нами к группе климатических (*blow, breeze, drizzle, flood, freeze, hail, mist, mizzle, pour, rain, sleet, snow, sprinkle, storm, teem, thunder*), свидетельствует о том, что не все представители данной группы изначально являлись глаголами и относились к области метеорологии. Попытки найти связь между изначальной частеречной принадлежностью и семантическим потенциалом данных глаголов в современном английском языке не привели к обнаружению такой закономерности. Результаты анализа значений этимологических предшественников

глаголов климатической группы приводят к выводу о том, что степень семантической вариативности климатических глаголов в современном английском языке зависит от объема семантики, заложенной в исходном варианте современного глагола. Лексемы, первоначально использовавшиеся для обозначения специфических климатических явлений, могут реализовывать до трех типов значений, включая метеорологическое, что свидетельствует об их меньшем семантическом потенциале по сравнению с другими лексемами.

А. Пашкова

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНСТИТУЕНТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ КОМПАРАТИВНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ И НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ

На базе отобранных для исследования художественных и научных текстов был проведен количественный анализ конstituентов функционально-семантического поля сравнения и дана стилистическая интерпретация полученных результатов.

В ходе исследования были выявлены различия в соотношении средств выражения компаративных отношений равенства и неравенства в исследуемых текстах: в произведениях художественного стиля чаще встречаются средства, описывающие сферу равенства (61 %), в научных текстах преобладают средства для описания сферы неравенства, они составляют 67 %.

Различия выявлены и в распределении средств выражения компаративности по языковым уровням. В текстах художественного стиля преобладают грамматические средства (79 %), лексические средства составляют 17 %, средства словообразования встречаются лишь в 4 % случаев. Особое внимание здесь отводится выразительности речи, которая достигается употреблением средств грамматического уровня: степени сравнения (62 %) позволяют реализовать важные коммуникативно-прагматические функции сравнения (выражение субъективной оценки, создание образности и экспрессивности), словосочетания (24 %) помогают создать художественный образ наиболее четко и красочно. В текстах художественного стиля используются все типы простого и сложного предложения (14 %). Средства грамматического уровня наряду с лексическими и словообразовательными придают художественной речи экспрессивность, эмоциональность и образность.

Сфера научного общения отличается тем, что в ней преследуются цели наиболее точного, логичного, однозначного выражения мысли. Как показывают количественные данные, наиболее частотными являются лексические средства (47 %). Разница в употреблении средств лексического и грамматического уровней незначительна и составляет 3 %. Реже категория сравнения выражена с помощью средств словообразования (9 %).

На лексическом уровне, согласно количественным данным, преобладают прилагательные, выражающие сравнение: *gleich, verschieden* (67 %). Глаголы с аналогичной семантикой используются значительно реже – в 20 % случаев (*entsprechen, sich unterscheiden*). Наименее частотным средством выражения компаративности на данном уровне являются существительные: *Veränderung, Unterscheidung* (17 %).

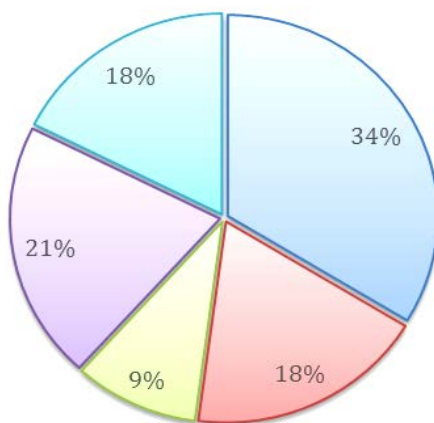
Учитывая полученные данные и функциональную нагрузку языковых средств, можно сделать вывод, что в отличие от художественных текстов в стиле научной прозы образность служит необязательным вспомогательным средством. Здесь она может проявляться сугубо индивидуально.

М. Пекарская

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕЖДОМЕТИЙ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМАХ

Традиционно междометия понимаются как класс неизменяемых слов, служащих для нерасчлененного выражения эмоциональных и эмоционально-волевых реакций на окружающую действительность. Они не являются ни знаменательной, ни служебной частью речи, отличаясь от знаменательных слов отсутствием номинативного значения (выражая чувства и ощущения, междометия не называют их); а от служебных частей речи – отсутствием связующей функции.

Для установления специфики функционирования междометий в немецкоязычных художественных фильмах методом сплошной выборки был отобран материал из трех фильмов: „Barfuß“, „Das Leben der Anderen“, „Good Bye, Lenin!“. Результаты семантического анализа отобранных микроконтекстов, содержащих междометия, представлены на следующей диаграмме (рисунок).



Семантические классы междометий:

■ Эмотивные ■ Волитивные ■ Когнитивные ■ Этикетные ■ Хезитации

Как показал количественный анализ, наиболее частотны в немецком языке эмотивные междометия, например: *Ach, da bist du ja!* (междометие *ach* выражает удивление), *Oh, nein!* (междометие *Oh* выражает разочарование). Количество волитивных, этикетных и междометий-хезитаций примерно одинаково: *Na, wer macht der Anfang?* – междометие *na* является волитивным, выражая побуждение. Междометия-хезитации используются в случаях, когда говорящему требуется пауза для размышления: *Ähm... das Spiel, wo man den Ball übers Netz schlägt*. Этикетные же междометия в большинстве случаев являются словами благодарности, приветствия, извинения и пожелания: *Hallo, Polizei!* Наиболее редко используются когнитивные междометия, служащие, например, для выражения (не)согласия с собеседником: *Na ja, das ist viel Geld, aber du sagst, du hast doch super Job*.

Следует отметить, что одно и то же слово может обладать не только разной семантической окраской, но и являться разной частью речи в зависимости от контекста. Так, например, немецкое слово *ja* в отобранном корпусе материала встречается в виде

- когнитивного междометия: *Der war gut, ja?*;
- междометия-хезитации: *Ja... Huston, wir haben ein Problem*;
- эмотивного междометия, выражающего насмешку: *Ja-ja, natürlich*;
- модального слова: *Ja, gut, dann bis bald*;
- частицы: *Die Gefahr war nun ja wirklich nicht so groß*.

Таким образом, для определения семантики междометий целесообразен учет более широкого контекста.

И. Полевая

ТИПОЛОГИЯ ВОПРОСИТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ЖАНРЕ ИНТЕРВЬЮ (АНГЛИЙСКИЙ И ИТАЛЬЯНСКИЙ ЯЗЫКИ)

Цель настоящего исследования – выделение изоморфных и алломорфных особенностей вопросов в жанре интервью в английском и итальянском языках. Интервью как жанр публицистики представляет собой диалогическую коммуникацию, построенную в вопросно-ответной форме, в которой ярко проявляются характерные признаки процесса межличностного общения. Для определения схожих и различительных признаков вопросов в анализируемых языках в работе была проведена классификация вопросительных высказываний на основе структурно-коммуникативного подхода. В ходе анализа было установлено, что общий вопрос – самый распространенный в анализируемом материале. Изоморфным является такое свойство, как восходящая интонация. Отличительная особенность заключается в том, что в итальянском языке не требуется вспомогательного глагола для образования вопросительной формы типа *Do you...?; Are they...?* в английском языке. В итальянском языке форма глагола и порядок слов в предложении обычно остаются неизменными. Например: *Questo libro è il tuo preferito. – This is your*

favorite book. Questo libro è il tuo preferito? – Is this your favorite book? Однако для этого типа вопроса возможна также инверсия сказуемого. В то время как в английском языке инверсия обязательна и существует только один вариант построения вопроса.

Специальные вопросы в исследуемых языках построены по изоморфной модели с использованием вопросительных слов. Инверсия является обязательным условием построения вопроса в обоих языках. Специальные вопросы могут быть поставлены к любому члену предложения, а вопросительные слова заменяют члены предложения, к которым ставится вопрос. Например: *Come si chiama tua sorella? – What's your sister's name? Quale film ti piace di più? – Which film do you like more?*

Анализ специфики разделительных и альтернативных вопросов выявил их алломорфные свойства. В английском языке разделительные вопросы образуются с использованием грамматических средств, в итальянском – лексически, добавлением слова *vero?* ‘правда?’. Например: *You're an actress, aren't you? – Tu sei un'attrice, vero? You don't like that song, do you? – Questa canzone non ti piace, vero?* Относительно альтернативных вопросов существует изоморфизм. В обоих языках используются разделительные союзы *o/or*. Утвердительный или отрицательный вариант ответа для такого вопроса невозможен. Например: *Vuoi prendere un tè o un caffè? – Would you like tea or coffee?.* Следовательно, в английском языке превалируют грамматические средства выражения вопросов, в итальянском – лексические средства.

И. Свирида

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОРЯДКА СЛОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Порядок слов как любая значимая единица языка обладает формами и функциями в структуре предложения. Основными формами порядка в линейной последовательности являются препозиция, постпозиция, интерпозиция, которые и послужили предметом настоящего исследования. В рамках основных грамматических функций словопорядок в английском языке служит для разграничения коммуникативных типов предложений – повествовательных, побудительных и вопросительных. В структуре предложения порядок следования членов предложения играет важную роль для разграничения подлежащего и прямого дополнения, косвенного и прямого дополнения. Например: *Many times **she (S)** allowed **the dark (Od)** to fall upon them, refraining from lighting the lamp* (J. Joyce). Различие между подлежащим и прямым дополнением в английском языке выражается положением подлежащего в препозиции к сказуемому, а дополнения – в постпозиции к сказуемому.

Порядок слов может также выполнять логико-грамматическую и коммуникативно-экспрессивную функции. Сравним два предложения: *Many people were under the impression that I didn't behave **naturally*** (J. Rowling);

Naturally, he hastened to tell his master what he had heard, for it concerned his master most deeply (J. Rowling). В первом случае наречие *naturally* относится к глаголу *behave* и выполняет свою грамматическую функцию обстоятельства в соответствии с занимаемой позицией в структуре предложения. Во втором случае оно является вводным словом и относится ко всему предложению в целом, выполняя таким образом коммуникативно-экспрессивную функцию.

В рамках коммуникативно-экспрессивного синтаксиса порядок слов выполняет функцию актуального членения предложения. Известно, что в английском языке, в отличие от русского, нет фиксированной позиции для выражения темы и ремы, последняя может стоять в начале, середине и в конце предложения. Например: *A hand-mirror hung above the washstand.* – *Над умывальником висело ручное зеркало* (J. Joyce). В данном предложении ремой является подлежащее, кроме того, неопределенный артикль также служит ее сигнализатором. Следует отметить, что при переводе на русский язык рема помещается в конец предложения.

Все вышесказанное убеждает нас в том, что в английском языке порядок слов является индикатором выражения грамматических и семантических отношений в предложении и тексте. Кроме указанных функций, он выполняет коммуникативно-экспрессивную и стилистическую функции в тексте. Нарушение правил порядка слов в английском предложении приводит к грамматической и смысловой неправильности языкового выражения.

В. Семутина

СИГНИФИКАТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЙ С ГЛАГОЛАМИ *TO OFFER* И *TO PROPOSE*

В теории композиционного синтаксиса семантика предложения представляет собой единство двух структур – денотата и сигнификата. Различие между денотативной областью и сигнификативной структурой определяется различием в их функциях. Для определения особенностей структурирования семантики английского предложения и изучения сигнификативного аспекта был проведен четырехступенчатый анализ более 300 предложений с глаголами *to offer* и *to propose*, который показал следующее.

1. Глаголы *to propose* и *to offer* можно использовать в форме длительного времени: *Then in 1957, a physicist named Hugh Everett has been proposing a daring new explanation. ...he was offering Nan the best bite of his last apple.*

2. Предложения с глаголами *to propose* и *to offer* могут являться ответом на специальный вопрос: *What did physicist do?* – *Then in 1957, a physicist named Hugh Everett proposed a daring new explanation; What did he do?* – *He offered Nan the best bite of his last apple*

3. В предложения можно добавить наречие интенсивности действия: *Then in 1957, a physicist named Hugh Everett immediately proposed a daring new explanation. He quickly offered Nan the best bite of his last apple.*

Все выше упомянутые примеры свидетельствуют о динамическом характере пропозиции.

4. Что же касается пермутации членов предложения, во многих случаях она невозможна, что говорит о направленности пропозиции: *A daring new explanation proposed a physicist...** *The best bite of his apple offered Nan**.

Таким образом, по результатам примеров можно утверждать, что пропозиции предложений с глаголами *to propose* и *to offer* относятся к векторному типу (динамическая направленная пропозиция). Нам также удалось установить состав аргументов пропозиций в предложениях с исследуемыми глаголами.

Пропозиции с глаголом *to offer* представлены такими основными аргументами, как агенс (*But without looking at him she suddenly offered him her hand*); пациенс (*Can you offer **an interpretation**?*); бенефактив (*The way I figure it, I could offer **him** about ninety-three hundred dollars as a total*).

Что же касается пропозиций с глаголом *to propose*, то в своем большинстве они представлены следующими аргументами: агенс (*Let's go ahead and give it a shot, **Lucy** proposed*); пациенс (*When he proposed **a new research project**, it was rejected at once*); бенефактив (*I proposed this **to Marino***).

Порядок следования аргументов пропозиции определяется в соответствии со структурой строения английского предложения: в утвердительной форме за агенсом следует пациенс и бенефактив, представляющий собой одушевленный либо неодушевленный предмет, в пользу которого было выполнено действие глагола *to offer* или *to propose*.

А. Шестакович

ТИПОЛОГИЯ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ И ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКАХ

В настоящем исследовании рассматриваются типы отрицания и средства их выражения в английском и итальянском художественном дискурсе. Проанализировано общее/полное и частное/неполное отрицание. Основным средством выражения общего отрицания в английском и итальянском языках является отрицательная частица *not*, *non*. Главной функцией общего отрицания в анализируемых языках выступает выражение коммуникативной интенции несогласия, отказа или возражения. Например: *"It was not a mistake", said Harry angrily*. *Io non faccio colazione alle 9.00. Io non posso aiutarti*.

В английском языке отрицание *not* имеет краткую форму *n't*. Анализ практического материала свидетельствует о том, что полная форма отрицания *not* характерна для письменного дискурса, а форма *n't* чаще используется в устной речи. При этом краткая форма отрицания не характерна для итальянского языка.

Результаты анализа практического материала показали, что в обоих языках существует определенный изоморфизм относительно явных и скры-

тых языковых средств выражения отрицания, которые характеризуются как эксплицитные и имплицитные средства выражения. Эксплицитным считается отрицание, которое реализуется посредством специальных грамматических и/или лексических средств языка, являющихся отрицательными по форме и по содержанию. К эксплицитным грамматическим средствам относятся отрицательные частицы (*not, no*), местоимения (*nobody, nothing*, наречия (*nowhere, never, rarely, scarcely, hardly, hardly ever*) и союзы (*until, unless, unlike*), которые занимают определенную позицию в линейной структуре предложения в каждом языке. В итальянском языке также есть эксплицитные и имплицитные средства выражения отрицания. Различия проявляются в позиции отрицательных маркеров в предложении. Так, отрицательные местоимения и наречия *nessuno* и *niente* занимают позицию после составного глагольного сказуемого, а отрицательные местоимения и наречия *mai, nemmeno, nessuno, niente* употребляются перед глаголом. Характерным для итальянского языка является также использование двойного отрицания. Например: *Io non voglio niente amico mio*.

Таким образом, в результате исследования выявлены изоморфные и алломорфные особенности средств выражения и функционирования отрицания в сопоставляемых языках. Будучи универсальной лингвистической категорией, отрицание рассматривается как особый речевой акт несогласия, отказа или ухода от прямого ответа.

ФОНЕТИКА

Н. Анищенко

АКУСТИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ РЕАЛИЗАЦИИ АНГЛИЙСКИХ КОНСОНАНТНЫХ СОЧЕТАНИЙ В КОНЕЧНОЙ ПОЗИЦИИ СЛОВА И НА МЕЖСЛОВНОМ СТЫКЕ

Исследование, результаты которого обсуждаются в данном докладе, было направлено на установление акустических различий в фонетической реализации межсловных (С#С) консонантных стыков по сравнению с внутрисловными (СС) в спонтанной речи носителей современного английского языка.

Материалом для исследования послужили двухэлементные сочетания сонанта [n] со смычно-взрывными согласными [t] и [d] на внутрисловном (<...> *want a tip* <...>) и межсловном (<...> *down to* <...>) стыках в схожих фонетических позициях: в позиции после ударного гласного перед ударным; после ударного гласного перед безударным; после безударного гласного перед ударным; после безударного гласного перед безударным.

В соответствии с задачами исследования экспериментальный материал был подвергнут акустическому анализу, который проводился при помощи компьютерной программы Sound Forge 10.0 по одному из параметров акустической структуры согласного – длительности. В его результате были получены данные о системных изменениях во временной структуре исследуемых смычно-взрывных согласных и носового сонанта в английском языке, обнаруживающих зависимость как от ударности/безударности предшествующего/последующего гласного, так и от коартикуляционных особенностей межсловных соединений сегментных единиц. Согласно полученным данным, временная структура внутрисловных и межсловных консонантных стыков в речи носителей языка различается. Различия затрагивают как суммарную длительность консонантных сочетаний на межсловном стыке по сравнению с внутрисловными, так и соотношение по длительности между первым и вторым элементами в стыке, а также варьированием по длительности соотношения «смычка/взрыв» (таблица).

Средняя длительность сочетаний сонанта [n] со смычно-взрывными согласными [t] и [d] на внутрисловном и межсловном стыках, мс

Сочетание	Внутрисловный стык					Межсловный стык				
	C1	C2			C1+C2	C1	C2			C1+C2
		смычка	взрыв	длительность			смычка	взрыв	длительность	
-nt vs n#t	62	10	54	64	126	72	18	57	79	150
-nd vs n#d	43	9	24	32	76	55	13	35	47	103

Как видно из таблицы, межсловный стык является более длительным, чем внутрисловный независимо от глухости/звонкости смычно-взрывного согласного. В сочетании *-nt vs n#t* длительность второго элемента, глухого смычно-взрывного, превышает длительность сонанта в обоих типах стыка. В сочетании *-nd vs n#d*, напротив, длительность первого элемента, сонанта, превышает длительность второго элемента – звонкого смычно-взрывного согласного.

С. Вербицкий

АССИМИЛЯТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ТЕКСТАХ ПЕСЕН НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Целью данной работы стало установление типов ассимиляций и позиционно-обусловленных модификаций в особом типе текста – песенном – на материале рок-песни на немецком языке.

Песенный текст характеризуется трехчастной структурой, которая включает музыкальную сторону, вербальную выраженность и «интонационную» оформленность. Его ритм и скорость произнесения обусловлены музыкальным рядом и авторским способом исполнения.

Анализ показал, что темп в песенном тексте невысокий и составляет 3,5 слога в секунду, при этом метр трехстопный с чередующейся позицией ударения: или на среднем (амфибрахий), или на последнем слоге (анapest), ритмическая группа составляет лишь 2–3 слога. Однако даже при таком невысоком темпе на перцептивном уровне фиксируется редукция смычно-взрывного глухого звука [t] в конце слова как в глагольных формах, так и в конце существительных и наречий при условии, если лексема находится в конце синтагмы, при этом слово может быть акцентно выделенным: [əs 'kʷɔmt aɪn 'mɛnʃ', dɐ dʲɪç "'hɛl] (hält). При этом далеко не во всех случаях фрикативному предшествует сонорный: [ʲɪç 'dɛŋkə 'das dʷɔ "'fʷy:ls] (fühlt).

Песенный текст должен быть мелодичным, поэтому в нем частотна регрессивная ассимиляция по месту образования – в ударном слоге альвеолярный [n] становится губно-губным [m]: [vɛn 'naxts aɪm 'mɛ:çʲ nʲ dʲʷyʋɐ "'fɛl] (fällt). Регрессивная ассимиляция наблюдается также по месту образования под воздействием губно-зубных [f] и [v] на стыке морфем, а именно альвеолярный [n] становится губно-губным [m]: [tsʷu dʷaɪnəm 'fʷysʲnʲ rɛ t 'ɪç 'mɪçʲ 'ʊmʷ kʷɔpfʷ ʊnʷ "'kʷa:gʲnʲ] (zu deinen Füßen).

Следует отметить, что в последнее время немецкий язык используется для рок-песен и неносителями языка, например, англоговорящими. Модификации в такой реализации обусловлены интерференцией несмотря на кажущуюся коартикуляционную детерминацию. Так, отмечается замена смычно-щелевой аффрикаты [ts], которой нет в английском языке, на геминированный щелевой звук [s] на стыке морфем в случае их сочетания, а также субституция среднеязычного фрикativa [ç] заднеязычным [x].

Таким образом, песенный текст стремится к мелодичности, что ведет к редукции плозивных согласных, ассимиляции по месту образования в конце слова и на стыке морфем. Подобные модификации и ассимиляции позволяют оптимизировать ритмичность песенного текста. В песенном тексте, реализуемом носителем немецкого языка, ассимиляции являются интерференционными заменами несуществующих звуков на звуки, имеющиеся в системе родного языка певца.

А. Волкова

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОНОВ СЛОЖНОЙ КОНФИГУРАЦИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (сравнительный анализ)

Речевая мелодия справедливо относится исследователями к важнейшим просодическим средствам передачи языковой информации, поскольку именно она способна выполнять весь комплекс присущих просодии языковых функций.

Анализ речевой мелодии предполагает изучение структурно-семантических характеристик мелодических единиц и их функционирования в различных видах речи. В число структурных разновидностей терминальных тонов в английском и французском языках входят тоны сложной конфигурации, которые характеризуются сменой направления движения ч.о.т. на главноударном слоге просодической синтагмы или на главноударном и заударных слогах. Структурно-функциональные характеристики тонов сложной конфигурации наиболее детально изучены на материале английского языка в работах таких фонетистов, как Г. Пальмер, Р. Кингдон, Д. Кристал. В работах французских фонетистов также можно найти упоминание таких тонов (П. Делаттр, А. Ди Кристо, Ф. Мартен, П. Мертенс, К. Порт), однако подробные исследования их структурно-функциональных характеристик на данный момент отсутствуют.

В английской литературе указывается на существование сложных тонов, в состав которых входят тоны с двунаправленной конфигурацией (восходяще-нисходящие, нисходяще-восходящие) и конфигурации, состоящие из трех простых тонов (восходяще-нисходяще-восходящие, нисходяще-восходяще-нисходящие). Французские фонетисты включают в тональную подсистему французского языка сложный восходяще-нисходящий тон. Кроме сложных тонов, уже в ранних работах по французской интонации (П. Делаттр, А. Ди Кристо) выделяют простые тоны сложной конфигурации (восходящие и нисходящие). Простые тоны сложной конфигурации отличаются от сложных тем, что в них, несмотря на перелом направления кривой ч.о.т., воспринимается однонаправленное изменение высоты голоса,

тогда как в сложных тонах оба направления движения ч.о.т. перцептивно релевантны. Среди простых тонов сложной конфигурации во французском языке выделяют резко восходящий (*implication* – П. Делаттр) и замедленно-ускоренный крутой нисходящий тоны с восходяще-нисходящей кривой ч.о.т. (М. Росси, П. Мертенс, Л. П. Морозова).

Частотность употребления и семантика тонов сложной конфигурации во французском и английском языках существенно различаются. Во французском языке сложный восходяще-нисходящий тон малоупотребителен, и его семантика изучена недостаточно; напротив, простым тонам сложной конфигурации посвящены отдельные исследования (С. Porte). В английском языке именно сложные нисходяще-восходящий и восходяще-нисходящий тоны отличаются высокой частотностью и передаваемый ими спектр значений детально описан. Сравнительный анализ употребления тонов сложной конфигурации в аргументативном дискурсе позволит получить новые данные об их семантико-прагматических свойствах во французском и английском языках.

М. Герасимчук

АКУСТИЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ АНГЛИЙСКИХ ШУМНЫХ СОГЛАСНЫХ В СЛОВАХ С УДВОЕНИЕМ СОГЛАСНЫХ ПРИ НАПИСАНИИ

Данный доклад посвящен установлению акустических различий в реализации английских шумных согласных в речи носителей современного британского варианта английского языка в словах с удвоением согласных при написании.

Экспериментальным материалом для проведения исследования послужили 50 слов, содержащих глухие смычно-взрывные и щелевые согласные в интервокальной позиции. Согласно правилам звуко-буквенных корреляций, слова были разделены на группы в зависимости от того, читаются две буквы при написании как одна фонема (*occasion* ‘случай’ [əʊkeɪʒən]) или как две фонемы (*bookkeeper* ‘бухгалтер’ [ʊbʊkki:pə]).

Запись экспериментального материала была осуществлена в студии звукозаписи Минского государственного лингвистического университета носителем произносительной нормы английского языка, студенткой Лондонского университета в возрасте 20 лет, чья речь отличалась не только нормативностью, но и достаточной четкостью артикуляции.

Акустический анализ проводился при помощи компьютерной программы Sound Forge 10.0 в соответствии с принятой методикой по одному из параметров акустической структуры согласного – длительности. Полученные результаты анализа представлены в таблице.

**Средняя длительность глухих шумных английских согласных
в словах с удвоением согласных при написании, мс**

Стимул	Глухие смычно-взрывные			Глухие щелевые
	смычка	взрыв	суммарная длительность	
Две буквы – один звук	77	62	139	130
Две буквы – два звука	125	95	220	280

Как и следовало ожидать, в словах с удвоенными согласными буквами, в которых произносятся два звука, длительность как смычно-взрывных, так и щелевых согласных увеличивается по сравнению со словами, в которых две буквы произносятся как один звук. При этом длительность глухих щелевых согласных в речи носителя языка в словах, в которых две буквы произносятся как два звука, превышает длительность смычно-взрывных согласных на 30 %. Контраст по длительности между произнесением двух букв как одного звука и двух букв как двух звуков наиболее ярко выражен в группе глухих щелевых согласных.

Проведенное исследование показало необходимость дифференцированного изучения звуко-буквенных корреляций согласных отдельно для всех типов фонем в подсистеме консонантизма, при этом внутри каждого типа согласных, отдельно для глухих и звонких, и далее для отдельных представителей типа.

И.А.Б. Давьё

ОСОБЕННОСТИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ АССИМИЛЯЦИИ ФРАНЦУЗСКОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Общеизвестно огромное влияние французского языка на европейские языки ввиду того, что на протяжении многих веков Франция играла огромную роль в политической и культурной жизни Европы. Особенно это влияние затронуло английское общество, причем французские заимствования приходили в английский язык в несколько этапов. Ранние французские заимствования (XII–XV вв.) подвергались сильной степени фонетической ассимиляции как следствие значимых различий фонологических систем этих двух языков: отсутствие дифтонгов и нейтрального гласного во французском языке, отсутствие гласных максимально переднего ряда в английском языке, наличие аспирированных согласных в английском языке т.п.). В XV–XVIII вв. французские заимствования приходили в английский язык зачастую, без значительных фонетических изменений. Наряду с лексическими единицами заимствовались также аффиксы, которые становились продуктивными и вели к образованию новых слов в английском языке, не

существующих в таком виде во французском языке. В тот же период французские заимствования пришли в русский язык, но в значительно меньшем количестве, чем в английский. Зачастую в русском языке заимствованные слова не вытесняли их русские аналоги и в современном языке используются либо в качестве терминов из различных областей, либо остались архаизмами.

В качестве материала нашего исследования были выбраны слова, заимствованные из французского языка в английский и русский языки на протяжении XV–XVIII веков, имеющие характерные для французского языка суффиксы *-tion*, *-al*, *-age*. Предметом исследования является степень фонетической ассимиляции данных заимствований в английском и русском языках, целью – сопоставление глубины ассимиляции идентичных французских заимствований в английском и русском языках. Результаты анализа позволили составить классификацию степени ассимиляции французских заимствований в порядке убывания частотности случаев в изученном материале:

- сохранение лексического значения и написания в обоих языках при наличии фонетической ассимиляции суффикса в обоих языках (*evolution*, *position*);
- сохранение лексического значения, наличие изменения грамматической формы слова в русском языке, наличие фонетической ассимиляции в английском языке (*thermal*, *professional*);
- частичное изменение лексического значения в русском языке, сохранение формы слова в обоих языках, наличие фонетической ассимиляции в обоих языках (*action*, *fusion*);
- сохранение лексического значения и написания в обоих языках при отсутствии фонетической ассимиляции суффикса (*massage*, *sabotage*).

Ю. Дашкевич

ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В настоящий момент в корейском языке существует большое количество заимствований из английского языка. Фонетическая адаптация этих слов сводится к конкретному своду правил, которые остаются неизменными и четко прослеживаются в любых заимствованиях из английского языка. Существуют, однако, примеры, которые обнаруживают особенности, не свойственные словам, заимствованным напрямую из английского в корейский. Они попали в корейский язык в период японской оккупации, когда официальным языком в стране являлся японский. Очевидно, что этот язык оказал значительное влияние на процесс фонетической адаптации заимствований из английского, поскольку до того, как попасть в корейский язык, они проходили дополнительный этап адаптации к японской фонологии.

Многие опосредованные заимствования являются сложносокращенными. Например: кор. *a-pa-teu* – яп. *apāto* – *apartment*; кор. *o-to-ba-i* – яп. *ōtobai* – *motorcycle* (*auto* + *bicycle*).

Фонологическая система японского языка в целом близка к корейской. Тем не менее ее вокалическая подсистема значительно ограничена как количественно, так и качественно: в ней всего 5 гласных и полностью отсутствуют дифтонги. Как следствие, в процессе адаптации заимствований для замены многих сходных английских фонем принимается один и тот же вариант в японском: *dozen* /'dʌzn/ – яп. *dāsu* – кор. *daseu* (вместо **deo-jeun*).

Важнейшим отличием процесса адаптации является то, что в японском языке английские слова отображаются с ориентацией на графический образ оригинала, тогда как в корейском за основу берется фонемный состав. В корейских адаптированных словах нейтральный гласный обычно передается звуком [eo], но под влиянием японского языка /ə/ может заменяться на любой звук, соответствующий букве в написании слова: *cider* ['saidə] – яп. *saidā* – кор. *sa-i-da*; *gorilla* [gə'rilə] – яп. *gorira* – кор. *go-ril-la*. Аналогичное правило верно для дифтонгов: *radio* ['reɪdiəʊ] – яп. *rajio* – кор. *ra-di-o*.

Сочетание фонем /kit/ на конце слов в корейском всегда передается как *ket*, которое соответствует японскому *ketto*, в которых выбор [e] обоснован написанием английских слов: кор. *ti-ket* – яп. *tiketto* – *ticket*; кор. *ma-ket* – яп. *māketto* – *market*. Однако если фонеме /i/ предшествует другая согласная, то она закономерно меняется на *i*: *cho-kol-lit* – *chocolate*.

Несоответствия наблюдаются также и в передаче согласных, например, часто английский звук [z], которому на письме соответствует буква *s*, в опосредованных заимствованиях заменяется на *s* вместо *j*: *blouse* [blaʊz] – *beul-la-u-seu*; *news* [nju:z] – *nyu-seu*.

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что заимствования, пришедшие в корейский язык опосредованно через японский, так же подчиняются определенному набору правил адаптации, которые, однако, отображают особенности как корейской, так и японской фонологии одновременно.

A. Zayats

THE ITALIAN ACCENT IN ENGLISH

The peculiarities of Italian accent in English can be found both in segmental and prosodic systems. The distinctive feature of the Italian phonetics is geminated consonants. The Italians pronounce a[pp]etite instead of a[p]etite, pa[tʰ]y – pa[t]y, spe[lʰ]ing – spe[l]ing.

There are no diphthongs such as [əʊ], [aɪ], [eɪ] in Italian. They pronounce words like *go*, *I*, *play*, *note* as [gɔ], [ʌ], [ple], [nɒt].

The vowel [æ] is replaced with the vowel [e]: the words *hat*, *chat*, *that* the Italians might pronounce as [het], [tʃet], [det].

There are no interdental consonants in the Italian consonant system. As a result, consonants [θ] and [ð] become dental. For example, the words *thick*, *thin*, *this*, *that*, *they* are pronounced as [tik], [tin], [dis], [dət], [dei].

The absence of length of vowels in Italian leads to mistakes in pronunciation. There is no difference between long and short sounds. For example, *cup* and *carp* become [kʌp], *cut* and *cart* are pronounced as [kʌt], *full* and *fool* are pronounced with the short sound [ʊ], which is very rounded (*good*, *looks*).

Often sound [h] is dropped, because it is silent in Italian. Because of this the Italians either omit it or, on the contrary, add it where it doesn't belong. For instance, *hello* and *egg* sound like [ellʊ] and [hegg].

The Italians pronounce the stronger sound [r] from the Italian language instead of the post-alveolar sonorant [ɹ] (*river*, *rain*, *rest*).

The Italians pronounce the sound [z] instead of the sound [s] in the intervocalic position: the word *prosody* is pronounced as ['prɒzədi].

The absence of the consonant w in Italian may lead to frequent replacement of it with the sound [v]. For example, the word *west* will sound like [vest].

Sometimes the Italians add an extra schwa sound [ə] before or after a word. Instead of the phrase *do you like my new dress* they may say *do you like [ə] my new dress*, stop[ə].

As a rule the Italians read words the way they are spelled. They may pronounce *bird* as [bird].

The intonation in Italian has its peculiar features. In statements at the beginning of the rhythmic group the pitch rises and at the end of the utterance it falls, while in English statements are usually pronounced with the falling tone.

The special questions are pronounced with the rising-falling tone divided, the interrogative word being pronounced with the raising tone. In English special questions are pronounced with the falling tone.

The Italians pronounce exclamations with the rising tone up to the first stressed syllable and with the falling tone at the end of the utterance, while in English exclamations are pronounced with the falling tone.

These prosodic features can be transposed by Italians into the English language.

The peculiarities of Italian accent in English which can be found in segmental and prosodic systems may cause misunderstanding while listening and are recommended to be taken into account.

Д. Зыба

NORTHERN DIALECTS IN THE UNITED KINGDOM

Northern England may be considered as a separate unique cultural community in the English nation, with many peculiar political, cultural and language features contributing to the marked distinction of Northern dialects in the English language.

The difference in pronunciation in Northern English dialects in comparison with the Southern is drastic. This fact is often attributed by the scientists to the assumption that the former are much closer to the original, ancient forms of the English language – and many features of RP are just the result of later transformations.

The most prominent phonetic, morphological and lexical features of Northern dialects are:

The so-called “foot–strut split” is not observed in Northern English. Words such as *stud* [stʊd], *up* [ʊp], *cup* [cʊp], *nudge* [nʊdʒ], etc. are pronounced with rounded lips and [ʊ] in place of [ʌ] pronounced with a more neutral lips’ position, so they would rhyme with *stood* [stʊd], *book* [bʊk], *shook* [ʃʊk]. This has resulted in some Southerners describing Northern England as “Oop North” [ʊp nɔːθ].

The “trap–bath split” is not observed, either, so words like *math* [ma^hθ], *path* [pa^hθ], *class* [klas], *ask* [ask] are pronounced with [a] in place of [ɑː]. Yet there are a few words in the “bath set” like *calf* [kɑːf], *master* [ˈmɑːstə(r)] which are still pronounced with [ɑː] in many Northern English accents which differs from [æ] in their Northern American counterparts.

Definite article reduction, an abbreviated form of the word *the*, is observed in speech in Yorkshire and neighbouring counties. This is often wrongly understood as simply omitting *the* or reducing it to *t*, yet in reality it’s a complex phonetic process of combining of an unreleased and therefore inaudible [t] sound, produced simultaneously with a glottal stop, such as in *the police* [ˈt̚ pəˈliːs].

There are some differences involving intonation patterns. Many northern English speakers have noticeable rises in their intonation, so to other speakers of English they would sound perpetually sarcastic or surprised. However, this depends on the pitch height and the rises themselves.

Besides, the Northern English lexis includes some distinctive words which are less frequently used in the South, or are unique altogether. The examples are: *lad* / *lassie* for *young man* / *young woman*, *chuffed* for *pleased*, *delighted*, *flattered* (*Chuffed t’bits* would stand for *I’m extremely pleased*), *ozzy* for *hospital*, *newtons* for *teeth*, *trabs* for *shoes*, *salfords* for *socks*, *paggered* for *tired*, *clammed* for *extremely hungry*. There are many instances of using *love* as a form of address regardless of one’s age and gender. The lexical peculiarities also include some unique indefinite pronouns: *owt* (*anything*), *summat* (*something*) and *nowt* (*naught* or *nothing*).

А. Ивченко

LEXICAL AND PHONETIC FEATURES OF LIVERPOOL ENGLISH

Liverpool English, or Merseyside English, is an accent and a dialect of English, found primarily in the county of Merseyside. It is very often referred to as Scouse. The Scouse accent is one of the most recognizable accents in the UK –

Liverpool is historically part of Lancashire, but there have been lots of influences from place like Scotland, Ireland and lots of other English dialects. That was particularly true in the 19th century, when growth really drove immigration to the city. The major influence comes from the influx of Irish and Welsh into the city. The mixing of these different accents and dialects fused together to create the unique Scouse sound.

Here are some of the distinctive features of the Scouse pronunciation.

Consonant sounds:

1. In short words ending /t/ like IT, THAT, NOT the final /t/ can be [h]: *You're not that good you know! You what?*

2. When /k/ appears in the end of a syllable in Scouse, it can be pronounced as a fricative [x] KICK, ROCK, BACKGROUND, BLOKE.

3. When you say a Scouse *r* it's pronounced as a voiced tap [ɾ] RING, ARROW, FERRY, RIVAL – the tongue-tip touches the roof of the mouth behind the teeth very quickly: *It's rubbish! And very wrong of Rachel to write that.*

4. The *th* sounds can be pronounced as a dental [t̪] and [d̪] in Scouse: THINK, THEATRE, THOSE, BOTHER instead of dental fricatives /θ/ and /ð/: *I think that's their brother.*

5. G-dropping in *ing* endings: WORKIN', HAPPENIN'.

6. A lot of Scouse speakers DROP ALL THEIR 'H'S': HOUSE, HORRIBLE, HAPPY.

Vowel sounds:

1) Like other Northern English accents, /ʌ/ IS NOT USED AT ALL, SO FUN, SHUT, BLOOD, SON are made with /ʊ/.

2) Scouse doesn't have the trap-bath split, so words like BATH, STAFF, MASTER and GLASS are pronounced with short /a/ instead of a long [a:].

Speaking with a Scouse accent is a fairly recent trend, up until the mid 19th century Liverpoolians spoke pretty much the same as their Lancastrian neighbours, and traces of the Lancashire sound can still be heard in the accent of older residents.

Liverpool has its own impenetrable language “backslang”, a linguistic ploy that splits words, rendering them incomprehensible to the uninitiated, following phrases and words being an example: *It's absolutely baltic in here! (It's really cold in here!); Boss tha! (Great!); lass (woman); lad, la, lid, felle (man); arl fella (father); g'wed (go ahead); the hizzy (the hospital); bizzies (the police); abar (about); scran (food).*

The Scouse dialect is still developing, teenagers speak very differently to their grandparents, in part taking bits of Estuary English prevalent on television and radio.

ПРОСОДИЯ РИТОРИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ В АНГЛИЙСКОЙ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

В докладе представлены результаты экспериментально-фонетического исследования, целью которого была попытка установить просодические индикаторы разнонаправленной оценочности в английских публичных сообщениях. Сравнительный анализ просодических структур фраз, составляющих шесть аутентичных английских текстов позитивной и негативной оценочности излагаемой фактологической информации проводился на перцептивном уровне.

Все тексты были зарегистрированы в просодической транскрипции опытным аудитором, контрастивное сравнение которых в дальнейшем проводилось по усредненным значениям признаков их

а) делимитации на просодические единицы с указанием типа их членения;

б) тональных структур составляющих текст финальных и нефинальных интонационных групп;

в) дистрибуции и локализации типов фразовых ударений.

Эксперимент позволил получить следующие количественно разные показатели в реализации позитивно или негативно аргументированного воздействия на адресата в сравниваемых текстах по следующим признакам их противопоставления:

- количество фраз и интонационных групп в текстах позитивного звучания в два раза превышает их число в негативных текстах (15 и 8 сегментов соответственно);

- при относительно равном количестве членения текстов паузами средней продолжительности в позитивно ориентированных текстах отсутствуют длинные паузы, а в негативных текстах они имели место в 11–17 % случаев во всех трех сообщениях разных информантов;

- тональное завершение финальных интонационных групп (фраз) имеет самый высокий процент дистантности их дистрибутивных значений – в позитивном тексте нисходящий тон составляет 74 % случаев, а в негативном – нисходяще-восходящий (53 %), при этом негативные тексты отличает использование высокого нисходящего терминального тона в 32 % случаев относительно более частого завершения фраз низким нисходящим тоном в позитивных сообщениях;

- инвариантным признаком тонального завершения нефинальных интонационных групп как в позитивных так и в негативных текстах является высокий восходящий терминальный тон, который служит стилистическим маркером реализации публичной речи в целом;

- эмфатическая слоговыделенность количественно несколько более частотна в нашем материале в негативных сообщениях, которая составляла 8 % относительно 4 % случаев их представленности у всех говорящих в позитивно оценочных реализациях публичных сообщений.

Данное исследование, хотя и было проверено на ограниченной выборке звучащего материала, подтвердило значимость эмотивно-модальной интенции говорящих, которая определяет просодическую вариативность английской официально-деловой речи.

М. Кожар

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФРАЗОВОЙ АКЦЕНТУАЦИИ В АНГЛИЙСКОЙ ИНФОРМАТИВНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ТЕЛЕРЕЧИ

Исходя из положения о том, что расстановка фразового ударения является одним из базовых индикаторов семантической и ритмической интерпретации устного сообщения говорящим, в непосредственную задачу нашего исследования входили поиск и установление локализации фразовых ударений повышенной экспрессивности в плане их взаимодействия с нормативным ядерным ударением как способа дифференциации разных жанров в стилистической системе английского информационно-аналитического телевидения, а именно новостных бюллетеней, репортажей и интервью. Объектом экспериментально-фонетического сравнительного анализа были шесть аутентичных разножанровых текстов, записанных по каналу BBC продолжительностью звучания 30 секунд каждого. Аудитивный анализ включал графическую регистрацию просодических признаков фраз и идентификацию рематически значимых слов, а также указание наиболее акцентируемых слов во фразе.

Анализ показал, что локализация рематически значимых слов в новостях и репортажах занимает в 100 % финальную позицию, в то время как в интервью ядерное ударение в зоне завершения имело место только в 76 % случаев. Особый интерес в исследовании представляли дистрибуция слов повышенной экспрессивности, а также случаи их совпадения с рематически выделенными словами. Жанровую специфику сравниваемых блоков новостных текстов определяет равномерная дистрибуция экспрессивно маркированных слов по всему тексту, которые в них расположены в 20 % в инициальной, в 47 % срединной и 33 % финальной позициях. В интервью и репортажах речь журналистов отличается относительной свободой и гибкостью, и информант выделяет информативные фрагменты наибольшей значимости для респондента в финальной позиции в 60 % и 58 % случаев соответственно.

О равномерности акцентной динамики в пределах интонационных групп свидетельствует также характер фразовой слоговыделенности абсолютного начала интонационных групп, усиление которого наиболее типично для

репортажей (73 %) и интервью (75 %), в то время как в новостях инициальные значимые слова могут быть в равной степени как ударными (50 %), так и безударными (40 %).

Сравнение предпочтительной частотности лексико-морфологических классов слов повышенной экспрессивности выявило усиление глаголов в интервью в 47 % случаев и только в 13 % и 17 % случаев в новостях и репортажах соответственно, в которых в 40 % и 45 % случаев эмфатически выделенными были существительные, прилагательные и наречия, что позволяет рассматривать их как внутристилевую функцию жанровой дифференциации английской информативно-аналитической телеречи.

Л. Мустафина

РОЛЬ СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ В ПЕРЦЕПТИВНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ НЕЙТРАЛЬНОСТИ И ЭКСПРЕССИВНОСТИ АНГЛИЙСКОГО ВЫСКАЗЫВАНИЯ

Задачей данного исследования было выявление разрядов служебных слов, которые в экспрессивной английской речи получают выделенность чаще, чем в нейтральной.

Гипотеза состояла в том, что акцентная выделенность служебных слов является одним из средств достижения эффекта экспрессивности речи, а служебные слова в нейтральной речи получают выделенность в основном для сохранения ритмической структуры фразы либо для контраста, в то время как в экспрессивной речи эта выделенность усиливает интенсификацию и выразительность речи.

Объектом анализа стали 20 звучащих диалогических и описательных аутентичных английских текстов (10 нейтральных и 10 экспрессивных). Разграничение между двумя видами текстов было подтверждено аудитивным тестом и анализом их просодической транскрипции.

Результаты сравнительного исследования показали, что при примерно одинаковом общем количестве слов в нейтральной речи служебные слова составляют 13,6 % от всех выделенных ударением лексических единиц, что в 2 раза меньше, чем в экспрессивной речи, где акцентированные служебные слова составили 23 %. В экспрессивной речи местоимения и вспомогательные глаголы в отрицательных конструкциях получали выделенность в 2 раза чаще, а частицы почти в 3 раза чаще по сравнению с нейтральной речью. Одинаково часто в нейтральной и в экспрессивной речи выделялись модальные глаголы (6 %) и предлоги (19 %). В отличие от других разрядов служебных слов, выделенных различными типами фразовых ударений, союзы в экспериментальном корпусе выделялись только полным неэмфатическим ударением. Еще одной особенностью союзов стала значительно большая вероятность акцентной выделенности в нейтральной речи (в 2,5 раза) по сравнению с экспрессивной.

Таким образом, в результате исследования получены объективные данные о роли служебных слов в создании специфики просодической структуры фразы в экспрессивной речи.

М. Набатова

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ЯДЕРНОГО АКЦЕНТА В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ФРАЗЕ

В современной лингвистике все большее распространение получают экспериментальные исследования в области фонетики, посвященные сопоставительному анализу просодических систем различных языков. Особый интерес в данной области представляет изучение типологических и конкретно-языковых черт в локализации ядерного ударения в английской и русской фразе. Специфика местоположения ядерного акцента может быть установлена при обращении к особенностям синтаксической структуры и лексического состава фразы, которые должны рассматриваться во взаимодействии с микроконтекстными и макроконтекстными условиями речевой ситуации.

С целью установления семантико-синтаксических особенностей локализации ядерного акцента во фразе в сопоставляемых языках был проведен анализ корпуса просодически размеченных аутентичных английских текстов объемом в 159 фраз (538 синтагм) и русских текстов объемом в 139 фраз (367 синтагм), представляющих собой отрывки прозы и диалоги, относящиеся преимущественно к публицистическому, художественному или научному стилю.

По результатам проведенного анализа английских фраз сдвиг ядерного ударения с нормативной финальной позиции был обнаружен в 63 ($\approx 12\%$) синтагмах, в русских фразах нефинальная локализация ядерного ударения была выявлена в 59 синтагмах ($\approx 16\%$).

Согласно теоретическим предпосылкам и гипотезе исследования, случаи нефинальной локализации ядерного ударения в обоих языках были разделены на два типа: микроконтекстные и макроконтекстные. Однако в действительности отделить микроконтекстные условия от макроконтекстных оказалось далеко не просто, поскольку они находятся в постоянном взаимодействии, что предоставило нам возможность выделить третью группу сочетаний, в которых сдвиг ядерного акцента с финальной позиции обусловлен как микроконтекстным, так и макроконтекстным окружением. Необходимо отметить, что такие случаи преобладают в обоих языках: *Her 'mother-of-step § \also planned to go to the ball, § so 'Cinderella was 'working 'harder than a \dog. Марджи всегда нена₁видела ,школу, / a те₁перь нена₁видела, как никогда.*

Как показали результаты проведенного исследования, конкретно-языковая специфика акцентной организации английской фразы, по срав-

нению с русской, проявляется в стремлении избежать, без контекстной обусловленности, локализации ядерного акцента в центре или начале фразы, поскольку сдвиг ядра воспринимается как маркированный вариант акцентуации, а экспрессивность нефинальной локализация ядерного ударения считается ее ингерентной дистрибутивной характеристикой. Поэтому для английской фразы, в отличие от русской, типичны случаи развертывания ядерной части фразы путем вовлечения в нее заядерной части, реализуемой с нисходящим или нисходяще-восходящим тоном на последнем слове с целью достижения эффекта сглаженного сдвига ($\approx 44\%$).

Е. Орлова

LEXICAL AND PHONETIC FEATURES OF AUSTRALIAN ENGLISH

Australian people speak English but their English is a bit different from British or American English. According to historical data Aussie accent appeared more than two hundred years ago when the first settlers came to the continent. They were prisoners and convicts who didn't have high level of literacy.

The earliest form of Australian English was spoken by the children of the colonists. A new dialect was created by the first generation of native-born children and it was to become the language of the nation. The Australian-born children in the new colony were exposed to a wide range of dialects from all over the British Isles, in particular from Ireland and South East England. The children created the new dialect from the speech they heard around them. Even when new settlers arrived, this new dialect was strong enough not to use other patterns of speech.

Pronunciation in Australia really differs from American and British English. There is some information about it.

The Australians pronounce diphthong [ɔɪ] instead of [aɪ] in such words as *night* – [nɔɪt], *like* – [ləɪk], *life* – [ləɪf], *write* – [rɔɪt].

The sound [æ] is pronounced like in the word *egg* – [e]: *hat* – [het], *bat* – [bet], *cat* – [ket].

Instead of [eɪ] they pronounce [aɪ]: *day* – [daɪ], *mate* – [maɪ], *way* – [waɪ].

In most cases, the *ing* ending sounds like [ɪn]: *singing* – ['sɪŋɪn], *jumping* – ['dʒʌmpɪn], *catching* – ['kæʃɪn].

The endings of words like *better* and *river* sound similar to [ʌ]. So such words sound like *better* – ['betʌ], *wetter* – ['wetʌ], *river* – ['rɪvʌ], and so on.

Australian speakers are likely to delete the [t] sound at the end of words, so a glottal stop is inserted in its place: *fight* – [fɔɪʔ], *right* – [rɔɪʔ].

They pronounce [u:] in such words as *pool*, *school* is similar to [ju:] instead of [u:]: *pool* – [pju:l], *school* – [skju:l], *cool* – [kju:l].

Australian English vocabulary differs from British English. Australians sometimes use American words. For example, they will say *soccer* instead of *football*, *overalls* instead of *dungarees* and *pants* instead of *trousers*.

Besides, there are some words which are often used in British and American English, but they are not so popular in Australian English, if they are used at all. For example: they usually say *town* but not *village* because even small settlements they usually call *towns*. The word *abroad* Australian usually replace by the word *overseas*.

In addition, the Australians use many slang words. For instance:

Aussie – an Australian person, *arvo* – afternoon, *broly* – umbrella, *defo* – definitely, *G'Day* – literally means 'good day' but is used as a general greeting, *Pom/Pommie* – a British person, *She's Apple* – It is fine / It will be okay, *dead horse* – tomato sauce, *tea* – dinner, *top bloke* – good guy, *uni* – university, *Seppo* – an American, *London to a brick* – absolute certainty, *grinning like a shot fox* – very happy, *smugly satisfied*.

М. Полещук

ЭКСПЛИЦИТНОСТЬ ВНУТРИФРАЗОВЫХ И МЕЖФРАЗОВЫХ ЛОГИКО-СЕМАНТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЧЕВОГО АКТА РАЗЪЯСНЕНИЯ

Тема доклада относится к проблеме соотношения просодии с содержательной стороной высказывания, а именно его информационной структурой в научно-академическом дискурсе.

На предварительном этапе исследования было проанализировано 65 фрагментов звучащей спонтанной речи 4 носителей современной произносительной нормы английского языка, содержащей объяснение английских пословиц, поговорок и идиом, размеченных опытными аудиторами-фонетистами МГЛУ, специалистами в области просодического транскрибирования на предмет синтагматического членения и акцентной выделенности элементов высказывания. Все фрагменты были оценены информантами (18 студентами 3 курса факультета английского языка МГЛУ с высоким уровнем владения языком) с точки зрения адекватности передачи логико-семантического и модально-прагматического содержания объяснений, а также общего звучания, отражающего комфортность восприятия, по шкале от 1 до 5. При оценке эффективности реализации речевого акта разъяснения информанты придерживались постулатов количества, качества и способа, выдвинутых Г. Грайсом.

Учитывая наличие/отсутствие тематической связности, целостности, информативности, аргументации, немотивированных отступлений от темы и др., из экспериментального материала было выделено 3 типа разъяснений:

- 1) объяснения, приближенные к краткой словарной дефиниции;
- 2) развернутые объяснения с эксплицитными логико-семантическими связями между фразами и внутри многосинтагменных фраз (ключевые слова, контактные и дистантные дискурсивные связки и др.), содержащие аргументы и иллюстративные примеры;

3) развернутые, но слабо организованные как текст объяснения без четких и обоснованных логических связей между частями, с отступлениями от темы, синтаксическими и лексическими повторами.

Результаты проведенного анализа показали, что доминирующее большинство информантов (95 %) были единогласны в выставлении максимальной оценки («5») развернутым объяснениям с четкой внутренней логической структурой. 5 % информантов посчитали объяснения-дефиниции наиболее комфортными для восприятия, поскольку они обладают четкостью и не имеют отвлекающих компонентов, отметив при этом, что в ряде случаев ощущался недостаток аргументации. Как и следовало ожидать, объяснения без четкой внутренней логической структуры получили самые низкие оценки.

Полученные результаты убеждают в том, что развернутость объяснений является положительным качеством. При этом само качество содержания определяется точностью, доходчивостью, акцентированием главного, а также наличием просодического выражения фокуса информации.

А. Почиковский

АКЦЕНТУАЦИЯ ДВУХУДАРНЫХ СЛОВ В ПРОСОДИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЫ

Выбор данной тематики обусловлен динамичностью и изменчивостью акцентной структуры слова в английском языке, где расстановка словесного ударения определяется, главным образом, внутрисистемными факторами, а именно принадлежностью слова к какому-либо грамматическому классу, а также объемом слоговой структуры слова. Реализация словесного ударения в речи тесно связана с явлением фразового ударения и подчиняется значительной вариативности. В качестве факторов варьирования необходимо отметить как внутрилингвистические факторы (ритмическая структура высказывания, темп речи, смысловая выделенность), так и экстралингвистические, в частности, прагматическая цель высказывания, его экспрессивная наполненность. Нахождение закономерностей распределения фразового ударения в многосложных словах имеет большое практическое значение для преподавания английского языка.

Целью нашего исследования является уточнение уже известных тенденций вариативности во взаимодействии словесного и фразового ударения при произнесении двухударных английских слов во фразе и установление новых закономерностей.

Результаты анализа реализации двухударных слов как в однословной фразе в речи носителей британского и американского варианта английского языка, так и в развернутых фразах подтвердили различия в статусе главного и второстепенного словесных ударений – при расположении слова в ядерной позиции во фразе ядерное фразовое ударение всегда соотносится со слогом,

отмеченным главным словесным ударением. Анализ реализации составных прилагательных в развернутых фразах в предъядерной позиции выявил и подтвердил известную ритмическую тенденцию, в соответствии с которой первая основа получает большую по сравнению со второй основой фразовую выделенность в 74 % случаев, что, тем не менее, не исключает возможность большего выделения второй основы по сравнению с первой, а также одинаковой степени выделенности обоих словесноударных слогов. Данная тенденция, однако, не прослеживается в аналогичной позиции в группе многосложных слов с притягивающими ударение суффиксами и смысловыми приставками: здесь относительно часто отмечается стремление к равному выделению обоих словесноударных слогов (46 %) наряду с дезакцентуацией главного ударения (36 %) или второстепенного (18 %). Причиной такого различия является, по всей вероятности, семантический фактор, способствующий выделению приставки, несущей важную информацию наряду с корневой морфемой, или выделению корневой морфемы вместо суффикса, притягивающего ударение.

Т. Романович

ПРОСОДИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЭЛЛИПТИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ

Одно из наиболее частых явлений устной разговорной речи – эллипсис, возникающий вследствие взаимосвязи и взаимообусловленности исходной и последующей коммуникативных единиц вопросно-ответного единства. Он служит уменьшению рациональной избыточности в тексте и характеризуется опущением любых членов высказывания, смысловая интерпретация которых осуществляется непосредственно в связи с предтекстом.

В фонетической структуре вопросно-ответного единства главное ударение в специальных вопросах реализовано на вопросительном слове, которое зачастую произнесено ровно нисходящим тоном: کی در این خونه زندگی می‌کند (ki dar in khune zendegi mikonad?) – *кто живет в этом доме?* В ответной реплике оно зафиксировано на слове, отвечающем на вопрос, и отмечено высоким нисходящим терминальным тоном: این مرد (in `mard) – *этот мужчина*. Если ответ состоит из изафетной (присоединительной) конструкции, образующее словосочетание, то реплика может быть произнесена восходяще-нисходящим тоном: زن زیبا (/zan-e `ziba) – *красивая женщина*. В общем вопросе главное ударение зафиксировано на последнем слове, которое в персидском языке обычно является сказуемым и произносится средне восходящим тоном: این پسر چاق است (in pesar /chag ast?) – *этот мальчик толстый?* При односложном ответе на него зарегистрирован высокий нисходящий тон: بله (`bale) – *да*, а в ответном словосочетании отмечаем аналогичную просодическую структуру ответа на специальный вопрос – восходяще-нисходящий тон. В альтернативных вопросах два

главных ударения зафиксированы на вариантах выбора, которые автоматически сосредоточены в конце предложения и в речи реализуются низким или средним восходящим тоном: *اوه درس يا مرگ* (hava /sard-e ya /garm-e?) – *погода теплая или холодная?*

В фонетической модели эллиптического утверждения главное ударение реализовано на сказуемом, которое в персидском языке стоит в конце высказывания и выражено средне нисходящим тоном. В восклицательных предложениях для передачи восторга или удивления при односложном высказывании используется высокий нисходящий тон: *زیبای!* ('zibai!) – *красиво!*, при двусложном – высокий восходяще-нисходящий тон: *ردق چ زیبای!* (che'gadr ziba'ii!) – *как красиво!* со смещением ударения в последнем слове на третий слог.

Таким образом, в диалогических единствах персидского языка в эллиптических односложных ответах на общие, альтернативные и специальные вопросы преобладает высокий или средний нисходящий терминальный тон, в многосложных словосочетаниях – восходяще-нисходящий тон. В восклицаниях, в зависимости от структуры высказывания, превалирует высокий нисходящий либо восходяще-нисходящий тон.

А. Ходос

ПРОСОДИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ АНГЛИЙСКИХ ТЕМАТИЧЕСКИХ НАУЧНЫХ СООБЩЕНИЙ

В проведенном нами исследовании представлены результаты сравнительного анализа просодической организации английской научной речи разной предметной содержательности. Признание институционального ограничения научных сообщений и необходимости соблюдения стилистических требований научного текстообразования не исключает их вариативности как объективной закономерности порождения устной речи.

С целью рассмотрения потенциальной просодической вариативности разнотематической лекторской речи в качестве объекта исследования нами были выбраны три ее вида: тексты гуманитарной, медицинской и технической принадлежности. Просодический анализ проводился на перцептивном уровне по признакам их делимитативной, тональной и акцентно-ритмической организации. Количественные данные просодического транскрибирования в текстовых фрагментах идентичной продолжительности звучания, проведенного опытным аудитором, позволили установить просодические признаки их различия и тождества.

Анализ показал, что членение текстов на просодические единицы и паузальная делимитация не зависят от их тематической принадлежности, которая в среднем осуществляется паузами средней продолжительности (46 %) и короткими паузами (44 %), при этом последние наиболее частотны в гуманитарных текстах.

Наиболее значимое расслоение в сравниваемых текстах обнаружено в их тональной организации. Различия в сравниваемых текстах установлены в уровневой градации нисходящего тона в завершении фраз, представленность которого имела место в диапазоне 57–83 % случаев. Низкий нисходящий тон более частотен в технических и гуманитарных текстах, а высокий нисходящий – в медицинских речевых образцах. Так, в медицинских текстах наблюдалась устойчивая тенденция тонального завершения нефинальных интонационных групп высоким восходящим тоном в 50 %, а в гуманитарных и технических только в 29 % случаев. Низкий восходящий тон наиболее частотен во всех технических текстах в среднем в 53 % случаев.

Вариативность количества и дистрибуции фразовых ударений в большей степени носит индивидуальный характер их зависимости. Некоторый разброс их значений зафиксирован только в соотношении эмфатических, полных и частичных ударений при сравнительно одинаковой их совокупной частотности.

Эмфатическая слоговыделенность информативных элементов не характерна для научной прозы и в нашем материале имела место только в 5 % случаев. В целом проведенный анализ убеждает в сохранении просодической нормы научной речи, допускающей тональную и делимитативную вариативность в тематически разных текстах.

К. Шитикова

РИТМИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ТЕКСТОВ МАЛОГО ФОЛЬКЛОР

Если в современной лингвистике фольклор трактуется как особый синтетический вид народного искусства, соединяющий в себе образность слова, эмоциональность музыки и исполнения, проявляющейся по-разному во всем многообразии устного творчества, то малый фольклор, являясь одним из его составляющих направлений, представляет собой многожанровую систему, сложенную из прозаических и стихотворных, речитативных и песенных, забавляющих и игровых произведений. К нему относятся как самостоятельное творчество подрастающего поколения, так и произведения, подготовленные для детей взрослыми, с целью воспитания и ознакомления их с культурой, обычаями, традициями своего народа, а также многообразием, экспрессивностью и яркостью родного языка.

Первое знакомство начинается с малых фольклорных форм: потешек, пестушек, стишков, колыбельных, дразнилок, скороговорок, песенок, которые состоят из нескольких незатейливых по содержанию и простых по форме строк, но таящие в себе весь арсенал выразительно-экспрессивных средств родного языка в детских произведениях. На фонетическом уровне в них выделяются тональные изменения, вариативность ударения и его смещения, его дистрибуция, увеличение или понижение громкости произнесения,

изменение тембральной окраски речи, смещение акцентных структур и ритмической организации текста, последнее из которых является первостепенным для произведений детского фольклора.

Аудитивный анализ озвученных текстов малого фольклора в английском, испанском и русском языках показал большую вариативность их ритмической организации в зависимости от жанра и формы произведения. Их акцентная структура характеризуется чередованием сильно ударных слогов как в знаменательных, так и в служебных словах. В ряде случаев многосложное слово может иметь двойное ударение для создания самой простой, детской ритмической структуры «ударный + безударный», то есть 1:1 / 1:2.

Англ: *ˈBurnie ˈbee, ˈburnie ˈbee, ˈTell me ˈwhen your ˈwedding ˈbe?*

Исп: *ˈRonda, ˈronda, ˈEl que ˈno se ˈhaya ˈEscondido, Se ˈesconda.*

Рус: *ˈЯ счи ˈтаю ˈдо ня ˈти, ˈА мо ˈгу до ˈдеся ˈти.*

К общим интонационным признакам, составляющим норму произнесения детского стиха в каждом изучаемом языке, можно отнести наличие обязательной паузы в конце строки, преобладание низкого восходящего или среднего нисходящего тона в синтагме, относительную простоту мелодического контура при равной степени выделенности всех ключевых слов в строке, относительную стабильность темпа стиха, изохронность на уровне ритмической группы, оживленный и легкий ритм за счет использования коротких ритмических групп в синтагме.

ГІСТОРЫЯ І БЕЛАРУСАЗНАЎСТВА

Е. Бадунова

АДАМ МИЦКЕВИЧ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ БЕЛОРУСОВ И ПОЛЯКОВ

Национальная идентичность – очень важная для любого общества «соединительная ткань». Каждому народу следует с должным уважением относиться к своей истории, историческим событиям, которые происходят на его земле, людям, которые здесь рождаются и творят, иначе эта «соединительная ткань» серьезно пострадает. Французский историк Пьер Нора является автором исследования, посвященного «местам памяти». Что же это за «места»? Это то, что выделяет французов среди остальных, то, что с ними ассоциируется. Это не какие-то «места» в прямом смысле этого слова, это не города, а их национальные символы, исторические фигуры, образ жизни, праздники, ритуалы, обычаи, не исключая французское вино или круассаны.

Изучая материалы, касающиеся этой концепции, я задумалась, почему бы белорусам тоже не попробовать создать свой список «мест памяти». Анализируя ситуацию в нашей стране, я решила, что нам стоило бы поразмышлять над тем, что нас объединяет как народ. Почему мы родились именно здесь? На самом деле, белорусы зачастую действительно не могут найти ответы на эти вопросы. Я считаю, что изучение наших «мест памяти» нам в этом очень поможет. Например, когда мы слышим имя Янки Купалы или Якуба Коласа, мы чувствуем, что это что-то наше, что-то белорусское. Белорусский язык, слуцкие пояса, Великое Княжество Литовское, битва на Немиге – это все наши «места памяти». Это события, которые не оставляют равнодушными, которые «делают» нас белорусами. Ни один народ в мире не может присвоить это себе, потому что это наше достояние.

Наша история непростая. Мы очень долго шли к тому, чтобы стать независимой страной. На протяжении всей истории наши пути пересекались с польским народом, русским, украинским. Это говорит о том, что некоторые «места памяти» могут быть общими для наших народов. Например, Адам Мицкевич. Польские и белорусские историки активно спорят, кто же Мицкевич, он больше поляк или белорус. Родился этот великий поэт именно на белорусской земле. Родная земля его всегда вдохновляла. Именно ее он описывал в своих произведениях. Его семья принадлежала к старинному белорусскому шляхетскому роду. Известно, что пока белорусские территории находились в составе Речи Посполитой, их жители подвергались активной полонизации. Адам Мицкевич лишь использовал тот язык, на котором в то время говорило его окружение, – польский. Поляки обижаются, когда мы называем Мицкевича белорусским поэтом. Если на русских и белорусских сайтах мы чаще встречаем «польский и белорусский поэт»,

то поляки в этом вопросе более принципиальны – «польский». Так или иначе, каждый может привести множество своих аргументов и будет по-своему прав. Одно ясно точно – этот человек сыграл значительную роль в жизни обоих народов.

Е. Бондаренко

ПАРТИЗАНСКОЕ ДВИЖЕНИЕ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛЫНИЧСКОГО РАЙОНА

В статье на анализе различного рода литературы, такой как публикации А. И. Брюханова «В штабе партизанского движения», А. И. Гаврилова «Солдатами были все», Г. Медникова «За гранью риска», А. И. Морозова «Зямля Бялыніцкая», был произведен обзорный анализ партизанского движения на территории Белыничского района.

С началом Великой Отечественной войны одной из первых вражеский удар встретила Беларусь. Практически с первых дней войны в белорусских лесах и болотах зародилось партизанское движение, которое затем обрело массовый характер. Так было и в Белыничском районе. Партизанские отряды образовывались здесь стихийно из местного населения; партийными органами; военными, вышедшими из окружения. Первыми здесь начали действовать группы партизан во главе с К. М. Белоусовым, Абрамовым в июле 1941 года. В декабре 1941 г. в районе действовала еще одна группа под командованием Н.Д. Аверьянова. На первых порах отряды были небольшие: по 30–40 человек. Партизаны громили волостные управы и полицейские участки (в деревнях Заполье, Прихабы, Аксенькавичи), обстреливали машины на шоссе Могилев–Минск, вели бои с врагом. К середине 1942 г. партизанское движение становится организованным. В сентябре 1942 г. в район прибывает 122-й отряд «За Родину». В тот же период в ответ на активную деятельность партизан противник проводит в регионе ряд карательных операций («Майский жук»). Однако все они были для него неуспешными. Наиболее крупными отрядами в тот период были 113-й, 121-й, 600-й, 425-й, 760-й. К середине 1943 г. они реформируются в Белыничскую ВОГ. Наиболее успешными в их деятельности стали Белыничские операции по уничтожению гарнизонов противника в регионе, когда последний был почти полностью очищен от врага, а партизаны установили контроль над шоссе Могилев–Минск в районе Белынич.

Партизаны района активно участвовали и в операции «Рельсовая война», блокируя передвижение противника по всем возможным путям. В 1944 г. отряды принимали активное участие в операции «Багратион», освобождении своей Родины. 30 июня 1944 г. партизаны Белыничской ВОГ соединились с частями Красной Армии. Белыничский район был полностью освобожден от врага. К тому времени ВОГ насчитывала 3 444 человека, за годы войны ими было уничтожено 53 вражеских гарнизона, спущено под откос 166 эшелонов, взорвано 1 787 рельсов, сбито 3 самолета, подбито 62 танка и бронемашин,

убито и ранено 13 977 солдат и офицеров противника, 1 091 власовец, 641 полицейский, взято в плен 52 вражеских солдата и офицера. Урон, нанесенный за годы войны партизанами врагу, явился весомым вкладом в Великую Победу. Ваш подвиг бессмертен, – произносим мы, отдавая дань памяти тем, кому выпала нелегкая доля оказаться в тисках войны, кто вынес на своих плечах всю ее тяжесть и горе, дал нам возможность сейчас жить.

К. Борисевич

МИГРАЦИЯ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ В УСЛОВИЯХ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ. ПРОБЛЕМЫ БЕЖЕНСТВА

История человечества неразрывно связана с миграцией населения, происходившей по разным причинам: военные конфликты, незаконное применение военной силы и различные формы насилия. В истории Беларуси множество таких примеров и один из печальных, но малоосвещенных – Первая мировая война.

Положение мирного населения было тяжелым. На территории современной Беларуси развернули линию фронта и разместили ставку командования, а это значит, что большая часть боевых действий происходила именно на нашей территории. Миграция в этот период имела вынужденный характер.

Если говорить о миграции в тот период, то она могла носить насильственный характер в том числе, поскольку германское правительство рассматривало западную часть Российской империи как отсталый сельскохозяйственный придаток и планировало проведение программы его колонизации и германизации. Под принудительный угон трудоспособного населения попали около 50 тыс. человек. Людям, оставшимся на своей земле, жилось не легче. Жесткий режим, грабеж и насилие, реквизиции – все это стало фактором переселения людей. Многим просто не оставалось другого выбора, поскольку все их имущество было конфисковано. Но беженцами становились и те, кто попал в эвакуацию. Уже первые месяцы войны показали, что проблемы были не с комплексом мероприятий по вывозу местного населения, а с приемом в Гродненской и других губерниях эвакуированных из Царства Польского. Позже эти территории станут ареной боевых действий. В массовое бегство людей, которые пытаются зацепиться хоть за какую-нибудь землю, были вовлечены русские светские должностные и духовные лица, польское, литовское, еврейское население. В большой степени на стихийный характер беженства повлияло и то, что российское правительство применяло к белорусским землям тактику «выжженной земли» – уничтожалось любое имущество, а людей насильно перегоняли в центральную Россию. Возросло количество грабежей и разбоя.

30 августа 1915 г. вышел закон «Об обеспечении нужды беженцев», определявший статус беженца, а также предполагавший, что все заботы перекладывались на плечи местных органов самоуправления.

Несмотря на трудности, активную работу развернули белорусские активисты и сообщества по поддержанию переселенцев. Наряду с белорусскими помогали и польские, и католические объединения, даже разрешая православным детям обучаться в их школах. Царские власти использовали людей как дешевую рабочую силу. По состоянию на весну 1918 г. в России находились 3 млн беженцев из белорусских губерний, а 400 тыс. из них так и не вернулись на родину.

К. Кастрыцкая

СТАНОВІШЧА ГАБРЭЯЎ У БРЭСЦЕ ЛЕТАМ 1941 г. У АДЛЮСТРАВАННІ НЯМЕЦКІХ КРЫНІЦ

На тэрыторыі сучаснай Беларусі брэсцкая габрэйская абшчына характарызуецца як адна з найбольш старых суполак. Першае згадванне датуецца 1388 годам. У перадваенны час у Брэсце налічвалася больш за 24 000 габрэяў (К. Ганцар, 2016).

У распаўсюджанні № 1 ваеннай адміністрацыі ад 7 ліпеня 1941 г. уведзіліся патрабаванні ў дачыненні да асоб габрэйскай абшчыны, якія для ідэнтыфікацыі сваёй нацыянальнай прыналежнасці былі абавязаныя насіць павязкі на руках, забаранялася наведваць негабрэйскія крамы, хадзіць па гарадскіх тратуарах. Таксама забараняўся забой жывёл па іўдзейскім абрадзе. У габрэяў адбіралася маёмасць, з іх ліку фармаваліся працоўныя брыгады.

12 ліпеня 1941 г. пачаліся расстрэлы габрэяў. Акцыя доўжылася некалькі дзён. Нямецкім салдатам паступалі загады сабраць мужчын-габрэяў для працы. Некаторыя з немцаў не ўяўлялі, што вынікам гэтай працы будзе гібель габрэяў. Некаторую іх частку збіралі пад маркай адпраўлення на працу ў Германію. У дакуменце № 166 «Аб расстрэле мужчын-габрэяў ва ўзросце ад 17 да 45 гадоў» сказана, што камандуючыя батальёнамі абавязаныя маральна падтрымліваць салдатаў, якія займаюцца карнымі акцыямі, шляхам правядзення таварыскіх вечароў (прагляд фільмаў – дакумент № 175, пачастункі – № 179, 185). Апраўданнем або падставай для правядзення акцый масавага расстрэлу габрэйскага насельніцтва былі ўстойлівы супраціў салдат Чырвонай арміі, які ўспрымаўся як злы намер габрэйскіх камісараў (№ 177), ці забойства некалькіх нямецкіх вартавых (№ 178). Большую частку з тых, каго забіралі, складалі прадстаўнікі інтэлігенцыі (лекары, інжынеры, адвакаты і г.д.). Апісваліся выпадкі, калі жонкі з дзецьмі на руках або без дзяцей ішлі на смерць за мужам. У адносінах да габрэяў нямецкія салдаты, якія займаліся правядзеннем карных мерапрыемстваў, рэдка адчувалі жаль, спагаду або віну, але сярод іх былі і тыя, каму станавілася дрэнна падчас расстрэлаў (№ 177, 180). Сярод наяўных дакументаў знаходзяцца пацвер-

джанні выпадкаў раскаяння (№ 175 – маёр Штар, № 183 – Хайнрых М.). Тыя габрэі, што не былі расстраляныя, жылі ва ўмовах татальнай дыскрымінацыі, для іх уводзіліся спецыяльныя падаткі, іх дамы падвяргаліся рабаванню. Ужо са снежня 1941 г. габрэі жылі ў гета ў нечалавечых умовах: голад, анты-санітарыя, жорсткае стаўленне з боку акупантаў і цяжкая фізічная праца прыводзілі да высокай смяротнасці. З 15 па 18 кастрычніка 1942 г. гета было ліквідавана, а яго насельніцтва было расстраляна ў лесе каля в. Бронная Гара, што ў 100 км ад Брэста.

Такім чынам, масавыя расстрэлы габрэяў у Брэсце не мелі яўных падстаў і з’яўляюцца выразнай праявай бесчалавечнай расавай палітыкі Трэцяга рэйха. Праз карныя аперацыі была амаль цалкам знішчана адна з найстарэйшых габрэйскіх абшчын.

Д. Киян

ПРОБЛЕМА ВОЗРОЖДЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ БЕЛАРУСИ ПОСЛЕ АВАРИИ НА ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АЭС

В наше время очень распространена проблема, связанная с тем, что многие культурные ценности находятся в разрушенном состоянии и с каждым годом «умирают» под влиянием окружающей среды. Примером является усадьба генерал-губернатора Герарда в д. Демьянки Гомельской области.

Эта деревня расположена северо-восточнее Добруша и была выселена в связи с аварией на Чернобыльской АЭС. С 1876 г. владельцем имения был выходец из латышского дворянства Николай Николаевич Герард. Он был успешным царским чиновником-юристом и занимал пост генерал-губернатора Финляндии (1905–1908 г.). Благодаря ему в Демьянках в конце XIX – начале XX в. появился дворцово-парковый ансамбль, выполненный в стилистике модерна с элементами псевдорусского стиля. Петербургские архитекторы быстро возвели роскошный дворец: двухэтажный кирпичный дом с прямоугольной башней на высоком цокольном этаже и верандой. В верхнюю часть помещения ведет шикарная кованая лестница на заклепках. Вместе с садом площадь составляет около 7 гектаров. Верхний парк был связан с нижним лестницей по крутому склону холма. Нижний парк занимал плоскую низину с прудом и двумя узкими каналами. Со временем образовался водоем у подножия террасы. Беседка в саду примыкала к парку с северной стороны. Большую декоративную роль играет массивный четырехарочный каменный мост шириной 7 метров, оформленный двумя небольшими оградами типа балюстрад.

После революции 1917 г. поместье у Герарда было отобрано. Но его усадьба не всегда пустовала: позже ее отдали под детский дом. Во дворце оборудовали классы, хозяйственные и жилые помещения. Во время фашистской оккупации здесь размещался полицейский отряд, пока его не

разогнали партизаны. В мирное время дворец опять отдали детям под спецшколу для сирот. До Чернобыльской аварии летом на территории имения размещался оздоровительный лагерь. Чернобыльская катастрофа остановила историю этой усадьбы, и вот уже почти 34 года красоты зодчества пребывают в ожидании «выздоровления».

Фрагменты усадьбы в бывшей деревне Демьянки включены в государственный список историко-культурного наследия. На сайте Добрушского райисполкома уже несколько лет размещена информация об инвестиционном предложении по восстановлению усадьбы Герарда. Предлагается создать на ее базе «объект туристической индустрии». Заложенные кирпичом окна – это результат работ по консервации, осуществляемой с 2015 года. Местные власти пытаются, как могут, уберечь здание от воздействия природных факторов.

А. Королёва

ОБРАЗ «ВРАГА НАРОДА» В СОВЕТСКОМ ДИСКУРСЕ 1930-х гг. И ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ЕГО ИЗОБРАЖЕНИЯ

Неотъемлемым атрибутом тоталитарного государства является собирательный образ общего «врага народа», выступающий как необходимый элемент социального и политического контроля. В исследовании мы попытались проанализировать его роль и выяснить, с помощью каких выразительных средств и стилистических приемов русского языка формировался устойчивый стереотип «врага народа». В нашей работе мы опирались на документы партийных архивов ВКП(б)-КП(б)Б, датированные с 1929 г. по 1938 год.

Как ключевые функции образа «врага» мы выделили сплочение и мобилизацию общества, легитимацию нового общественного порядка, обоснование дискриминационно-репрессивной политики. Проработка образа «врага» должна была обеспечивать парцелляцию индивидуального сознания, подавлять критическое мышление с целью добиться тождества индивидуального и коллективного сознания. Любой идейный и ценностный плюрализм, противоречащий господствующей идеологии, а также скепсис в отношении официального политического курса должны были быть исключены. Для описания «врагов» часто использовались языковые клише, к которым относится и само словосочетание *враг народа*, а также *классово чуждый*, *враждебный элемент*. В официальных инструкциях широко использовалась просторечная лексика: *лодырь*, *рвач*, *околпачивать горе-руководителей*. Также часто встречается разговорная лексика: *развалил бухгалтерию*, *сведения дает с потолка*, *втерлись в доверие печати*. Для характеристики внешнего «врага» использовались иные языковые штампы: *антисоветский тип*, *фашист*, *шпион*. Также «враги» характеризовались по типу различных животных или приравнивались к зооморфным переносчикам

болезней: *вредители*, [национал-фашистское] *охвостье*. С помощью эпитетов понятия приобретали красочность и оценочность: *грязное контрреволюционное дело, матерый враг народа*. Также применялась метафора: *выкорчевывание остатков вредительства, махровые национал-фашистские трактовки*. Фразеологизмы (*умело усыплял бдительность*), ирония (*процветало благодущие, чиновничество и рвачество*) и другие изобразительно-выразительные средства и стилистические приемы использовались с нетипичной для официальных документов экспрессивностью в целях создания, с одной стороны, конкретного и реалистичного, с другой – очень выразительного и эмоционального образа «врага».

Из вышесказанного следует, что образ «врага» являлся важным элементом идеологии советского тоталитарного общества 1930-х гг. и выполнял различные функции манипулирования массовым сознанием. В его культивировании значительную роль сыграли изобразительно-выразительные средства русского языка. Они активизировали ассоциативный способ мышления, формируя определенное отношение к «врагам народа», и способствовали закреплению данной идеологемы в общественном сознании.

П. Манкович

СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ ВОЙНЫ С 1944 ПО 1951 ГОД

В 2020 г. отмечается 75-летний юбилей победы советского народа в Великой Отечественной войне. Население Советского Союза сложно переносило возвращение к мирной жизни, но самые большие трудности возникли у фронтовиков, признанных негодными к несению военной службы, им было сложно найти свое место в послевоенном государстве. Период после Второй мировой войны важен для понимания советских подходов к оценке, регулированию и компенсации инвалидности, поскольку именно в это время были сформулированы и уточнены многие государственные стратегии в данной области.

Проанализировав систему мер Советского государства, предпринятых по отношению к инвалидам в первые послевоенные годы, мы заключили, что с одной стороны, четко прослеживается желание руководства оказать им поддержку, с другой – «сталинский» подход предусматривал замалчивание или даже отрицание их существования.

Самые ранние постановления были направлены на специализированное профессиональное обучение, трудоустройство, образование и жилье, но только небольшая часть инвалидов войны могла этим пользоваться.

С учетом вектора индустриализации абсолютно все граждане Советского Союза, в том числе и инвалиды, рассматривались как потенциальный трудовой ресурс. Требования по обследованию инвалидов становились все жестче: запрещалось давать инвалидность тем лицам, кто еще мог работать

по старой профессии, даже при потере одного глаза или конечностей; многие ветераны войны со значительной степенью инвалидности были лишены статуса инвалида и, таким образом, вынуждены были работать или были отнесены к III группе. У многих людей были ампутированы конечности, передвигались они на колясках и в просторечии их называли «самоварами». Однако приоритет государства состоял не столько в том, чтобы «реабилитировать» инвалида войны как такового, сколько в том, чтобы иметь достаточную рабочую силу в рамках тяжелого послевоенного периода.

Обеспечение пенсией являлось стержнем советской политики в области инвалидности, однако, во-первых, данная поддержка была абсолютно недостаточной – пенсий, выплачиваемых инвалидам I группы, едва хватало на жизнь, а те, кто принадлежал к II и III группам, получали еще меньше, в итоге инвалиды доходили до состояния обнищания; во-вторых, с целью предотвращения распространения «иждивенческого сознания» в пропагандистских целях данный пункт не «выпячивался».

Таким образом, великолепную картину военного триумфа в первые послевоенные годы «портили» инвалиды, так как они олицетворяли ту ужасную цену, которую заплатил советский народ за победу. Поэтому история инвалидов не была изучена критически в историографии. Она осталась белым пятном в книге истории войны, а при детальном рассмотрении — темным пятном прошлого.

А. Мартычук

ИСТОРИЯ МОЕЙ СЕМЬИ: ПАМЯТИ ГЕРОЯ-ОСВОБОДИТЕЛЯ

В каждой семье имеется родовая, генетическая память, которая передается из поколения в поколение: от отца, матери, детям, внукам, правнукам. В нашей семье свято хранится память о герое-освободителе, прошедшем дорогами Великой Отечественной войны от первого до последнего дня в первых рядах, – моем дедушке Карагодине Алексее Ивановиче. В 75-ю годовщину Великой Победы особенно актуальна задача по бережному сохранению памяти о нем как войне-освободителе.

Родился Алексей Карагодин в 1919 г. на юге России в Ставропольском крае в станице Тульская в многодетной крестьянской семье. В 1939 году прошел курсы комиссариата Красной армии. На военную службу он был призван в Тбилиси. Там же к нему пришло решение стать кадровым военным: он поступает в училище комиссариата Красной армии, где готовили младший комсостав.

Начало войны встретил в Украине. Из записи в его военном билете можно узнать, что с июня 1941 г. по октябрь 1942 г. служил в звании лейтенанта на должности командира саперного взвода Северо-Западного и Центрального фронтов. В составе 65-й армии 2-го Белорусского фронта

принимал участие в боях по освобождению Беларуси, Польши, Восточной Пруссии от нацистских оккупантов под командованием генерала К. К. Рокоссовского.

В операции «Багратион» значительная роль отводилась инженерным войскам. В задачу лейтенанта Карагодина А. И. входило осуществление маневра армии инженерными силами и средствами в условиях лесисто-болотистой местности с последовательным форсированием рек и преодолением различных препятствий. За одну из таких операций в октябре 1944 г. он был награжден Орденом Красной Звезды. В марте 1945 года за боевые заслуги он получил Орден Отечественной Войны 2-й степени за обеспечение в инженерном отношении действия 1898-го самоходного артполка. В апреле 1945 г. за обеспечение форсирования р. Одер в районе Куров награжден Орденом Александра Невского, которым отмечали командиров Красной армии, проявивших личную отвагу, мужество и храбрость в боях за Родину.

Он встретил победу в Восточной Пруссии в звании старшего лейтенанта. Дальше его ждала мирная жизнь, продолжение службы в рядах Вооруженных сил СССР. 75 лет назад отгремели последние бои на нашей земле, выросли новые поколения, и все благодаря таким героям-освободителям, каким был мой дедушка Карагодин Алексей Иванович.

Д. Марченко

ИСТОРИЯ МОЕЙ СЕМЬИ: МОЙ ПРАДЕД – ВОЕННЫЙ ОРДЕНОНОСЕЦ

Мой прадед, Музыка Иван Афанасьевич, родился 16 июня 1922 г. в д. Вербки Павлоградского района Днепропетровской области (Украина). Закончил 7 классов, до войны работал в колхозе шофером. За время работы не имел ни одного нарекания, не допустил ни одной аварии. От руководства колхоза имел лишь благодарности.

27 мая 1941 г. в возрасте 19 лет Иван Музыка был призван Павлоградским районным военным комиссариатом на службу в Красную армию. Служба в армии также была связана с автомобилем.

Музыка И. А. принимал непосредственное участие в боевых действиях. В первые месяцы войны при отступлении советских войск был ранен под Рогачевом осколочным снарядом в ногу. После ранения долгое время лежал в госпитале, однако рвался на войну и сразу же после выписки был снова отправлен на фронт. Наименование воинского соединения, в котором служил мой прадед до ранения, нам неизвестно, но после возвращения из госпиталя Иван Афанасьевич продолжал воинскую службу в 802-м зенитно-артиллерийском Кременецком ордена Кутузова 3-й степени полку, 4-й батарее 13-й армии 1-го Украинского фронта. Он управлял машиной ГАЗ-АА, или так называемой «полуторкой», с помощью которой буксировал пушку к огневой позиции. В его боевые задачи входило следующее: доставка орудия на огневую позицию, подготовка места для него, т.е. выкапывание траншеи,

помощь артиллеристам при ее установке, маскировка автомобиля, орудия и при необходимости оборона позиции. Сам прадед, как и все ветераны, участвовавшие в боевых действиях, не очень любил рассказывать о войне, но иногда говорил: «Я за время службы тонны земли перекопал!».

Не единожды приходилось защищать орудие. За один из таких боев Иван Афанасьевич был награжден медалью «За боевые заслуги» приказом от имени Верховного Совета Президиума Союза ССР от 10 марта 1945 года. «Наградить шофера 4-й батареи гвардии младшего сержанта Музыку Ивана Афанасьевича за то, что, зная отлично свое дело, порученную ему машину содержит в постоянной готовности. Работая в батарее, не имел ни одной аварии и поломок автомашины. В период наступательной операции проявил себя мужественным и храбрым бойцом. Помимо выполнения своих обязанностей принимал активное участие в отражении контратак наземного противника и огнем из своего личного оружия уничтожил 3-х солдат противника». Также из приказа о награждении от 15 мая 1945 года: «Наградить шофера 4-й батареи гвардии младшего сержанта Музыку Ивана Афанасьевича за то, что проявил себя как один из лучших шоферов батареи. За время зимнего наступления 1945 года и последней операции не имел ни одного случая поломок автомашины и отставаний, всегда точно и в срок привозил орудие и расчет на новые ОП для выполнения боевых задач. Сам товарищ Музыка – находчивый, дисциплинированный и смелый в боях».

К. Морозова

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕМЕЦКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКЕ

Как известно, заимствование слов – это процесс и следствие политических, экономических, научных и культурных контактов разных народов, в результате которых в языке появляется и закрепляется определенный иноязычный элемент или полнозначное слово. Слово может прийти не напрямую из языка-источника, а из языка-посредника или нескольких таких языков. Например, немецкие слова, которые ассимилировались сначала в России, а потом вошли в белорусский обиход: *die Waffel* ‘вафля’; *der Wächter* ‘вахцер’; или же полонизмы – немецкие слова, которые ассимилировались сначала в Польше, а потом пришли в белорусский язык: *der Gang* ‘ганак’; *das Erbe* ‘герб’; *die Gilde* ‘гільдыя’.

Исторические условия для непосредственного проникновения слов немецкого происхождения в белорусский язык возникли в результате прямых контактов восточных славян с прибалтийскими немцами, заключения договоров с немецким орденом, поселения немецких колонистов на территории Беларуси, введения в белорусских городах магдебургского права. Первоначально немецкие заимствования осваивались белорусской народной речью, и именно из нее определенная часть попадала в письменность.

В большинстве случаев немецкие слова были заимствованы вместе с предметом, явлением или понятием, например: *das Stativ* ‘штатыў’. Вместе с тем в XIV–XV вв. происходит массовое переселение на территорию современной Беларуси (тогда Великого Княжества Литовского) еврейского населения из немецких городов, что способствовало распространению германизмов через идиш: *die Zwiebel* ‘цыбуля’. Некоторые заимствования осваивались белорусским языком до такой степени, что их немецкое происхождение является не очевидным, например, *der Maßstab* ‘маштаб’, *der Teller* ‘талерка’.

Заимствованные германизмы значительно пополнили различные тематические группы белорусской лексики:

- 1) общественно-политическую лексику (*das Rathaus* ‘ратуша’);
- 2) канцелярскую лексику (*das Papier* ‘папера’; *der Griff* ‘грыф’);
- 3) военную лексику (*der Abschlag* ‘абшлаг’; *das Blockhaus* ‘блакгауз’);
- 4) социально-экономическую лексику (*der Handel* ‘гандаль’; *kosten* ‘кошт’);
- 5) профессионально-производственную лексику (*fugen* ‘фугаваць’; *der Buchhalter* ‘бухгалтар’);
- 6) бытовую лексику (*die Wanne* ‘ванна’; *der Backenbart* ‘бакенбарды’);
- 7) музыкальную и др. терминологию (*die Harfe* ‘арфа’; *die Gastrolle* ‘гастролі’).

Вследствие международных контактов белорусского и немецкого народов немецкие заимствования, попадая в белорусский язык, обогащали его лексический состав и помогали белорусскому языку развиваться: расширяли синонимические средства языка, развивали его жанровый и экспрессивный потенциал.

М. Одинокая

ГОРОДСКИЕ ПАМЯТНИКИ В ГОМЕЛЕ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX ВЕКА

Городские памятники середины XIX – начала XX в. стали заметным явлением в пространстве растущего и постепенно видоизменяющегося под воздействием культурной модернизации Гомеля. Во второй трети XIX в. начал формироваться современный вид гомельского дворцово-паркового комплекса.

На террасе к югу от башни дворца с 1842 по 1922 г. находился памятник военному и государственному деятелю Речи Посполитой князю Юзефу Понятовскому. По условиям Рижского мира советские власти передали его Польше. Функцию памятников выполняли также и «две турецкие пушки, подаренные императором после войны с Турцией в 1829 г.». Они были установлены на той же террасе, где и конная статуя Понятовского, на постаментах по обе стороны от нее.

Выразительным штрихом в ландшафтном решении парка являлись «каменные бабы» (скифские идолы). Утрачены они были, предположительно, в период Великой Отечественной войны. Также в парке «по главным аллеям» были «расставлены мраморные статуи древних классиков – философов, поэтов, художников, воинов», т.е. бюсты, которые, будучи еще не установленными, попали в объектив фотографа И. Бианки, снимавшего гомельский дворцово-парковый ансамбль в 1860-е годы.

Говоря о Гомеле конца XIX в., Л. Виноградов отметил еще один памятник: «Во внутреннем садике над рекой монумент в честь фельдмаршала Паскевича». Еще одним сооружением была часовня в память российского императора Александра II (снесенная не ранее 1919 г.), находившаяся в центре города – на площади, которая в начале XX в. называлась Соборной или Базарной.

В начале XX в. на станции Гомель Либаво-Роменской железной дороги размещалась небольшая деревянная часовенка. На площадке около зданий городской думы и женской гимназии в начале XX в. был разбит сквер, который называли Гоголевским бульваром, Гоголевским садом, Гоголевским парком. Здесь находился памятник Н. В. Гоголю. Установка в Гомеле памятника классiku русской литературы, как и присвоение в его честь названий двум городским объектам, были связаны с празднованием в 1909 г. столетия со дня его рождения.

Таким образом, на основе изучения краеведческих публикаций разных лет и репродукций дореволюционных фотографий удалось выявить информацию о более чем десятке разного рода городских памятников в Гомеле середины XIX – начала XX в. и прийти к следующим выводам: 1) значительная часть городских памятников располагалась либо в принадлежавшем семейству Паскевичей парке, либо на прилегающей к нему территории; 2) ни одно из рассмотренных в работе памятных сооружений не сохранилось до наших дней; 3) причины «исчезновения» большинства из них устанавливаются лишь предположительно. Это значит, история городских памятников дореволюционного Гомеля сложна и противоречива, и на наш взгляд, их исследование должно продолжаться.

В. Полещук

КАСТУСЬ КАЛИНОВСКИЙ – НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГЕРОЙ БЕЛАРУСИ

Данная проблема особенно актуальна в современной Беларуси, где в последнее время зазвучали голоса людей, кто изначально хотел бы видеть в лице Кастуся Калиновского или «мифического героя», или «польского шовиниста», или «проповедника католицизма». Так кем же для белорусов является один из руководителей восстания 1863–1864 гг.?

Самый убедительный ответ на этот вопрос для молодого поколения Беларуси дают исторические источники, оставленные самим Калиновским.

Известным документом служит газета «Мужыцкая праўда», семь номеров которой вышло в период с июля 1862 по июнь 1863 г., где Кастусь Калиновский публиковал материалы под псевдонимом «Яська – гаспадар з-пад Вільні». В начале он всегда обращался к своим читателям: «Дзецюкі». Печаталась газета латицей по-белорусски, кратко, лаконично, иногда грубовато, так как основную поддержку Калиновский искал среди крестьян.

Изучение всех семи номеров газеты оставляет неизгладимые впечатления. Каждый номер издания посвящен отдельной теме, а вместе они поднимают национальное сознание, подталкивают к борьбе, показывают новую перспективу для белорусских земель. Также поражает простой, понятный язык, даже с использованием нецензурных слов. Стоит отметить одну отличительную черту: использование Калиновским своих собственных белорусских слов. Креативность с его стороны просматривается и в пароле повстанцев 1863 года, идея которого на землях исторической Литвы также принадлежит ему:

- Кого любіш?
- Люблю Беларусь?
- Так узаемна.

Обратимся еще к двум особенно важным номерам «Мужыцкай праўды» – это номера 2 и 7. Во втором номере Калиновский пишет: «...не народ зроблены для ронду, а ронд для народу». Так, на наш взгляд, он показывает, что составляет единое целое с народом, и вновь подчеркивает свою позицию, которой он придерживался до самой смерти. В конце номера он высказывает мысль, что царской власти приходит конец и что в «мужыке» терпения остается все меньше и меньше, что «калі мужык разгуляецца, то, як свет шырокі, кроў ваша [цара і чыноўнікаў] пальецца!!!». Седьмой номер вышел во время восстания, в июне 1863 г. В нем Калиновский рассказывает о тяжелом положении и бедах белорусского народа. В пример он приводит соседние земли Польши, которая ранее объявила свой манифест и, как он говорит, с помощью французов поднимается на борьбу с российским гнетом.

Таким образом, после проведенного анализа исторических источников можно сделать лишь один вывод: Кастусь Калиновский – национальный герой Беларуси. Он искренне переживал за будущее своей литвинской родины и пытался повлиять на него, что и показал через свои газеты, мысли и поступки.

М. Станкевич

ВЕЛИКАЯ ОТЧЕСТВЕННАЯ ВОЙНА – НЕИЗГЛАДИМЫЙ СЛЕД В ЖИЗНИ МОЕГО ПРАДЕДА

На примере истории и личных документов моего прадеда Козича Алексея Ануфриевича 1924 года рождения мне хотелось бы показать, что судьба человека во время и после Великой Отечественной войны не измеряется по одному конкретному критерию.

Ко времени освобождения территории Беларуси Алексей достиг призывного возраста и, согласно данным из военного билета, был призван 10 июля 1944 г. (в 20 лет) в регулярные войска помощником наводчика станкового пулемета в 490-й стрелковый полк, но воевал он недолго, потому что получил серьезное ранение в голову. 21 октября 1944 г. Президиум Верховного Совета Союза ССР наградил Алексея Ануфриевича Козича медалью «За отвагу» за то, что «06.10.1944 при прорыве немецкой обороны южнее местечка Расейняй Литовской ССР в числе первых ворвался в немецкую траншею и огнем своего пулемета уничтожил до 10 гитлеровцев». Можно только предположить, что именно в тот день Алексей Ануфриевич и получил ранение в голову, потому что конкретных дат по этому поводу в документах нет, но год и месяц совпадают.

Отважный пулеметчик, Алексей также стал свидетелем почти случайной, как ему тогда казалось, смерти своего напарника и друга по оружию, на месте которого мог быть и сам. При следовании их полка по территории, еще не полностью освобожденной от немецко-фашистских захватчиков, он и его друг шли рядом. Алексей Ануфриевич нес пулемет, но в какой-то момент его товарищ стал настаивать на том, чтобы самому нести оружие. В результате заминки из-за передачи оружия друг другу через мгновение друг Алексея Ануфриевича погиб от прямого попадания в голову осколка разорвавшегося рядом снаряда, который снес ему полголовы. Долгое время после этой трагедии прадед Алексей очень скучал по своему военному товарищу и переживал, понимая, что он сам мог оказаться на месте друга, если бы не то мгновение, спасшее ему жизнь.

По прошествии стольких лет наше молодое поколение, казалось бы, уже наконец-то может перестать поднимать военную тему, ведь чаще всего Великая Отечественная война ассоциируется у молодежи с сухим заучиванием дат и списка «основных» героев того времени. К сожалению, за этими 4 годами истории скрывается гораздо больше: сломанные судьбы и здоровье, которое мой прадед, например, уже никогда не смог восстановить; необходимость убивать, чтобы остаться в живых самому, а потом жить с чувством глубочайшей вины и ответственности; шрамы на сердце, на которые нельзя наложить швы, от потери друзей.

Н. Степанюк

ДИВЕРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОДПОЛЬЩИКОВ ОРАШАНСКОГО РАЙОНА В 1943 ГОДУ

Диверсионная деятельность подпольщиков на территории Беларуси в годы Великой Отечественной войны являлась одной из эффективных форм борьбы против германских оккупантов. Рассмотрим это на примере Оршанского района. Подпольщики и их диверсии приводили в ужас противника, так как были неожиданными, внезапными и скоротечными. Так,

например, в Оршанскую партизанскую зону для улучшения работы был отправлен опытный командир чекистской группы А. П. Максименко. В августе 1943 г. секретарь Оршанского райкома Л. И. Селицкий писал обкому: «С момента образования РКП(б)Б нам удалось тесно связаться с подпольными организациями г. Орша. Нами заслано на узел 80 магниток».

Еще одним очень важным периодом в сопротивлении Оршанского подполья и белорусских партизан является «рельсовая война». В приказе начальника Центрального штаба партизанского движения о развертывании «рельсовой войны» на коммуникациях врага от 14 июля 1943 года отмечалось, что «огромный размах партизанского движения позволяет в настоящее время наносить массированные повсеместные удары по железным дорогам с целью их полной дезорганизации и срыва операций врага на фронтах. Такой удар советскими партизанами должен быть нанесен врагу “рельсовой войной” ...»

Активные боевые действия велись по всей территории страны. В Гомеле с августа по ноябрь 1943 г. подпольщики с помощью диверсий пустили под откос 18 паровозов, уничтожили 18 цистерн с топливом. Также всем известна наиболее крупная диверсия на железнодорожном узле в городе Осиповичи Могилевской области, которую провел Ф. Крылович 30 июля 1943 года. О масштабе подпольной борьбы против немецко-фашистских захватчиков можно судить из доклада начальника штаба оперативного руководства вермахта генерал-полковника А. Йодля о положении Германии к началу пятого года войны на секретном совещании высших руководителей рейха и гауляйтеров от 7 ноября 1943 года: «Саботаж на железных дорогах: в июле было 1560 случаев подрыва, а в августе – 1221 подрыв (случай), а в сентябре – 2000 случаев. Все они отрицательно сказались на ведении операций и на эвакуацию...»

На наш взгляд, подпольщики так же, как и солдаты Красной армии, проявили мужество, героизм, отвагу в боях за победу, отдавая свои жизни ради того, чтобы будущие поколения жили мирно.

Рассматривая только самые крупные диверсии белорусских подпольщиков, можно сделать вывод, что их действия способствовали замедлению продвижения противника и захвата территории не только Белоруси, но и СССР. А Оршанский район – один из многих, где сопротивление проявилось наиболее ярко.

Е. Струц

БРЕСТСКОЕ ГЕТТО: ЭТАПЫ ЛИКВИДАЦИИ

Тема сообщения связана с трагедией моей семьи, горем, болью и памятью, которую бережно сохраняют родители и передают младшему поколению. В маленькой шкатулке лежит бесценная семейная реликвия – золотая цепочка с подвеской для часов. Родители моего прадеда передали ее

родителям моей прабабушки в октябре 1942 для того, чтобы они организовали их выкуп из гетто. Фашисты отпустили только моего прадеда, его родителей выкупить не успели. Гетто было уничтожено. На деле золотая цепочка с подвеской для часов, сохраненная моей прабабушкой – вот цена двух человеческих жизней.

Частью нацистской политики являлся геноцид евреев. Одной из ее первых жертв стали евреи Бреста. В начале октября 1942 г. в город приехала группа гестаповцев для уничтожения узников гетто. Утром 15 октября оно было окружено автомобилями с жандармами. Грузовики расположились через каждые 10 метров, а через каждые три машины стояли танкетки. В городе и округе шли облавы. Все хутора были сожжены, а жители расстреляны.

Очевидец тех событий брестчанка Полина Головченко вспоминала: «Колонна состояла из одних мужчин. Они шли, взявшись за руки, молча. Шагов на 20 впереди от этой колонны шёл брестский раввин. И тут немцы-конвоиры спустили на него собак. Собаки скачут на него, рвут, за бороду хватают, а он хоть бы рукой двинул. Нет. Идет молча и даже не отбивается...». Другой очевидец, Карпук Г. М., оставил такие страшные воспоминания: «Московская улица была густо устлана трупами. Дошли до улицы Карбышева, а там уже лежали сваленные в кучу человеческие тела. Люди лежали с открытыми глазами, будто смотрели в небо, взывая к Богу о спасении... В течение нескольких месяцев фашисты вылавливали скрывавшихся евреев и расстреливали на территории между улицами Карбышева и Куйбышева, а нас заставляли их закапывать. Мы возвращались, будто окунувшимися в лужи человеческой крови...».

Кровавый кошмар продолжался с 15 по 18 октября. Выстраивали в колонны мужчин, женщин детей и в сопровождении полицаев отправляли в район Брестской крепости. Там людей грузили, как скот, в товарные вагоны. Поезд смертников направлялся на Бронную Гору. В акте ЧГК «О злодеяниях немецко-фашистских захватчиков в Бресте» на основании показаний многочисленных свидетелей зафиксировано: «евреи шли на смерть с чувством высокого достоинства и величайшего презрения к зверям-немцам. Даже маленькие дети не плакали и вели себя спокойно». Расстрелы продолжались целый месяц. Сумевших сбежать ловили в ближайших деревнях и убивали. Только в Мотыкалах в течение октября–ноября 1942 г. были пойманы и расстреляны на территории кладбища более 500 человек, сбежавших из Брестского гетто. Единицы спасенных, десятки тысяч убитых. Сколько загубленных талантов и искалеченных судеб. Сколько детей, так и не увидевших детства.

На станции Бронная Гора, где над ямами с прахом 50 тысяч расстрелянных советских людей разных национальностей вырос густой бор, 22 июня и 15 октября собираются представители еврейской общины г. Бреста. Погибшим евреям Брестского гетто установлен памятник на

Бронной Горе, памятные знаки в городе и на городских кладбищах города Бреста. До недавних времен на памятных досках чаще всего была следующая надпись: «Жертвам фашистской оккупации 1941–1944». Примерно с 2017 г. памятники были обновлены и дополнены надписями на иврите с указанием на то, что они посвящены именно жертвам фашизма – евреям Брестского гетто. Культура исторической памяти – вот что держит нас в не имеющей конца цепи поколений. Без осознания памяти о прошлом – нет будущего ни у человека, ни у его семьи, ни у нации, ни у государства.

В. Фесько

КЛИЧЕВЩИНА В ГОДЫ ВОЙНЫ – КРАЙ ПАРТИЗАНСКОЙ СЛАВЫ

Кличевщина – мой родной край. Многие улицы города названы в честь местных героев, защищавших район от немецко-фашистских захватчиков. Какую же роль сыграла Кличевская партизанская зона в освобождении не только нашего края, но и всей Беларуси?

Исходным документом, который дает возможность ответа на поставленный выше вопрос, является постановление Кличевского подпольного райкома КП(б)Б и исполкома районного совета депутатов трудящихся «Об установлении советской власти в Кличевском районе» от 3 марта 1942 г. Это было связано с освобождением района от немецко-фашистских захватчиков. Автором документа был Я. И. Заяц, в то время секретарь РК КП(б)Б. В соответствии с постановлением восстанавливались полномочия всех выборных административных советских, хозяйственных и общественных органов власти. Все они должны были приступить к исполнению своих обязанностей. Для помощи Родине и содействия победе над врагом все население района было мобилизовано для выполнения следующих мероприятий: сбор оружия и боеприпасов на территории района, создание необходимой базы для питания партизанских отрядов, содействие партизанам, оказание материальной помощи семьям красноармейцев. В постановлении отмечалось, что лица, отказавшиеся выполнять предписанные выше правила, будут привлечены к «ответственности по законам военного времени». Для охраны района создавались партизанские отряды самозащиты.

Кличевская партизанская зона сыграла важную роль в освобождении не только нашего района, но и всей Беларуси. Партизанские зоны были созданы и в Осиповичском, Бобруйском, Березинском и Кировском районах. После освобождения Кличева партизаны вели борьбу за освобождение Могилевской области, которая оказалась в тылу врага, принимали активное участие во всех этапах «рельсовой войны», только в 1944 г. накануне проведения Белорусской стратегической наступательной операции «Багратион» взорвав 1452 рельса. Вместе с воинами Красной армии бои за освобождение белорусской земли вели партизаны Кличевской партизанской зоны.

Кличев был освобожден в ночь с 27 на 28 июня 1944 г. В районе по этому случаю каждый год устраиваются митинги, которые проводятся и 20 марта, когда город был впервые освобожден силами партизан. Плата за победу в районе оказалась очень высока. Оккупанты сожгли деревни Вязень и Селец. В деревне Ореховка было уничтожено 110 из 117 дворов. Практически нет такой семьи в районе, в том числе и семья моего прадеда, в которой один или несколько родственников не вернулись с фронта или погибли на оккупированной территории Кличевщины.

Я. Янченкова

ВИТЕБСКОЕ ГЕТТО: ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ХОЛОКОСТА

Город Витебск подвергся немецкой бомбардировке 25 июня 1941 года. Но до 4 июля власти не проводили организованной эвакуации. Более того, было объявлено, что самовольное оставление города является дезертирством. Правобережная часть города была захвачена 11 июля 1941 г., а на следующий день гитлеровцы оккупировали территорию города на левом берегу Западной Двины. Оккупация продолжалась почти 3 года – до 26 июня 1944 года.

Убийства мирных жителей и облавы на евреев начались сразу после захвата города. Уже 17 июля появилось объявление об обязательной регистрации еврейского населения. В докладе айнзацгруппы «Б» о положении в Витебске от 26 июля 1941 г. говорится: «Назначенный еврейский совет пока зарегистрировал 3 тысячи евреев». Всего же учтено в городе 16 000 евреев (включая полукровок и даже детей от смешанных браков в третьем поколении).

Одной из первых дискриминационных мер, введенных оккупантами в отношении еврейского населения Витебска, являлось ношение желтых нашивок диаметром 10 сантиметров на правой стороне верхней одежды спереди и сзади людьми в возрасте от 10 до 55 лет. Массовые расстрелы гитлеровцы начали проводить с первых дней оккупации города. На еврейском кладбище нацисты убивали евреев в течение 3 дней. В дальнейшем их истребление проводилось систематически. Местами массовых расстрелов стали: Иловский ров, еврейское кладбище в районе Смоленского рынка, Улановичская гора, Духовский овраг в районе р. Лучеса, пойма р. Витьба недалеко от ветеринарной академии.

Место изоляции (гетто) для евреев нашли не сразу. Вначале оккупанты стали стогнать евреев в бывшие овощные склады. Распоряжение оккупационных властей о переселении еврейского населения на правый берег Западной Двины к зданию бывшего Клуба металлистов было отдано 25 июля 1941 года. Евреям предписывалось перебраться в изолированный район

до 27 июля. Количество жертв на переправе через реку точно не определено. Согласно одним сведениям, погибло около 300 человек, по другим данным – почти 2000.

Документы содержат противоречивые сведения относительно даты ликвидации гетто и количества погибших. В отчетах айнзацгруппы «Б» говорится о двух массовых расстрелах в октябре (3 000 чел.) и декабре (4 090 чел.). Согласно материалам ЧГК, расстреляно 17 000 евреев. Датой его окончательной ликвидации в документах называется 19 декабря 1941 г. Всего в Витебском гетто были убиты более 20 000 евреев. Просто цифра – но в сердцах горожан навечно кровавая рана, которую нельзя забыть. Светлана Алексиевич писала: «Когда войну не забывают, появляется много ненависти. Но когда ее забывают – начинается новая». Человеческая жизнь – самая главная ценность.

ПРАБЛЕМЫ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ І ЛІТАРАТУРЫ

Д. Ільянкова

МАТЫЎ КАЛЕКТЫЎНАЙ ВІНЫ І АСАБІСТАЙ АДКАЗНАСЦІ Ў ТВОРАХ Б. ШЛІНКА «ЧЫТАЛЬНІК» І А. БРАВА «ДАРАВАННЕ»

Як пісаў В. Быкаў, вялікую праўду аб мінулай вайне суджана выказаць толькі яе ўдзельнікам або сведкам. Па прагнозах, з цягам часу, з прыходам новага пакалення «ваенная» літаратура паступова прайойдзе ў разрад гістарычнай. Тым не менш, тэма вайны працягвае ўзнімацца ў сучаснай літаратуры краін, былых праціўнікаў, і атрымлівае новае маральна-філасофскае гучанне. У нямецкай літаратуры тэма вайны звязана з канцэптуальнымі паняццямі «нямецкая віна», «пераадоленне мінулага», у беларускай – з захаваннем гістарычнай памяці, з асэнсаваннем адказнасці нямецкіх акупантаў за злачынствы ў першую чаргу супраць мірных жыхароў і магчымасцю даравання. У абедзвюх літаратурах глыбока раскрываецца матыў віны і асабістай адказнасці чалавека ў таталітарным грамадстве, ва ўмовах ваеннага часу. Па актуалізацыі гэтых праблем паміж сабой суадносяцца творы Б. Шлінка «Чытальнік» (1995) і А. Брава «Дараванне» (2013).

У вобразе галоўнай гераіні рамана «Чытальнік» Ханны ўвасоблены лёс цэлага пакалення нямецкіх жанчын, якое сфарміравалася ва ўмовах таталітарнай ідэалогіі. Як гэта ўласціва тыповым немцам, Ханна адказна і педантычна дзейнічае ў адпаведнасці з усталяванымі гэтай ідэалогіяй нормамі і правіламі. Ці можна яе вінаваціць у гэтым? Але ў выніку маладая жанчына (у яе ёсць тайна, яна непісьменная) становіцца надзірацелькай у канцлагеры, а ў канцы вайны прычыняецца да смерці сотняў яўрэйскіх жанчын, якія згараюць у замкнёным касцёле, хаця ў Ханны была магчымасць адчыніць дзверы і выпусціць вязняў. Пісьменнік ярка адлюстроўвае такі сацыяльна-псіхалагічны феномен, як дыфузія адказнасці – суб'ектыўнае адчуванне распылення адказнасці за канкрэтнае дзеянне або бяздзеянне паміж некалькімі людзьмі. Своеасаблівым ідэйным цэнтрам становіцца ў рамане пасляваенны судовы працэс над былымі надзірацелькамі і Ханнай у тым ліку. Яна не адчувае сваёй віны і на пытанне судзі, чаму не адчыніла дзверы палючага касцёла, разгублена адказвае, што вязні маглі б уцячы, а надзірацелькі павінны іх ахоўваць. Толькі праз гады ў турме, калі Ханна навучылася чытаць і пазнаёмілася з літаратурай пра ваенныя злачынствы, да яе прыходзіць усведамленне асабістай віны, і, ужо атрымаўшы свабоду, яна заканчвае жыццё самагубствам.

У аповесці А. Брава «Дараванне» ідэя заключана ў яе назве. Для старога, хворага на Альцгеймера немца Ганса Краўза вайна працягваецца. На фоне сучаснага пакалення немцаў ён з'яўляецца носбітам гістарычнай памяці. З яго трызненняў і старых дзённікавых запісаў галоўная гераіня, беларуска Ларыса, даведваецца, што малады Ганс супраць волі вымушаны быў ісці на фронт, ён ваяваў у яе родных мясцінах, закахайся ў беларускую дзяўчыну,

спрабаваў выратаваць яе вёску ад спалення. Зараз, страціўшы сувязь з рэчаіснасцю, Ганс усё яшчэ імкнецца ўратаваць каханую Зосю. У свой час герой аповесці зрабіў свой асабісты выбар, і гэтым ён атрымлівае ў Ларысы дараванне. Такім чынам, абодва пісьменнікі асвятляюць ваенныя падзеі ў рэчышчы, актуальным для нацыянальнай карціны свету.

М. Каранеўская

СУБСТАНТЫЎНЫЯ НАЗВЫ ПРАДПРЫЕМСТВАЎ НА -Н(Я)

У Беларуска-рускім слоўніку М. Байкова і С. Некравшэвіча (1925) зафіксавана 26 лексічных адзінак, якія называюць прамысловыя прадпрыемствы: *алейня, браварня, вальня, гамарня, гарбарня, гісэрня – дражджжоўня, кавальня, кузьня* (захавана арфаграфія крыніцы), *майстроўня, майстэрня, малачарня, малярня, мылаварня, паперня, пілаварня, пільня, пякарня, сінельня, смалакурня, ткальня, фарбоўня, ходня, цукерня, цукраварня, швальня*. Пералічаныя назоўнікі дэманструюць пурыстычныя тэндэнцыі мовабудаўніцтва 20-х гадоў.

У руска-беларускім слоўніку 1953 г. іх колькасць значна зменшылася (да 14), што адлюстроўвае тагачасную лексікаграфічную практыку, арыентаваную на ўзор рускай мовы. Некаторыя адзінкі выйшлі з зоны актыўнага ўжывання ў выніку экстралінгвістычных фактараў, але большасць была выцеснена аналітычнымі назвамі (*малачарня – малочны завод* ці *малаказавод*) ці іншымі намінацыянальнымі мадэлямі (*цукерня – кандытарская*), пэўная частка выцеснена канкурэнтнымі адзінкамі (*кавальня, кузня*).

У пяцітомным тлумачальным слоўніку зафіксаваны толькі словы *алейня, гамарня* (з паметай *уст.*), *гарбарня, кузня, майстэрня, малачарня, мылаварня, паперня, пілаварня, пільня, пякарня, смалакурня, цукраварня* (з паметай *разм.*), *швальня* (з паметай *уст.*). Як бачна з прыкладаў, многія адзінкі не былі ўключаны ў словаспіс слоўніка, некаторыя змешчаны функцыянальнымі паметамі на моўную перыферыю.

Аналіз кантэкставых ужыванняў пералічаных слоў па матэрыялах Нацыянальнага корпуса паказаў, што некаторыя адзінкі выяўляюць тэндэнцыю рэактывізацыі, напрыклад: *Прыватная браварня Brew Team 9 верасня рыхтуе прэзентацыю новага гатунку піва Autumn Fire; Цяпер смаргонская гісэрня будзе пастаўляць у Расею лёгкія каналізацыйныя люкі з надпісам “Сочы-2014”; Мінчанка Настасся падчас дэкрэтнага водпуску “перакваліфікавалася” ў сапраўднага мылаваара; Карэспандэнты “Звязды” на свае вочы ўбачылі, як функцыянуе хатняя мылаварня; Пілаварня “Сябар” з 1 чэрвеня пачынае выпуск квасу гатункаў “Лагодны” і “Спраўны”; Якраз падчас цяжбы ў бізнэсоўца нечакана згарэла пільня. А дзякуючы таму што непадалёк знаходзілася пякарня Пятра Вэндлера, кавярнік прапаноўваў да кавы выпечку; Смалакурня ў Троках мясцовага лясхімгасу называлася на тутэйшым жаргоне “Хімдым”.*

**ПРАБЛЕМЫ ПЕРАКЛАДУ СУЧАСНАЙ РУСКАМОЎНАЙ ПАЭЗІІ
НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ**

(на прыкладзе творчасці Стэфаніі Данілавай)

Найважнейшай умовай літаратурнага перакладу з’яўляецца захаванне мастацкіх уласцівасцяў тэксту, данясенне да чытача тых ідэй і сэнсаў, якія былі закладзены ў арыгінале. Па сутнасці, перад літаратурным перакладчыкам паўстае задача стварэння паўнаwartаснага мастацкага твора. Пераклад паэзіі ўскладняецца неабходнасцю захаваць знешнюю форму верша, перадаць яго гукапіс, перанесці ў іншамовны тэкст ужытыя аўтарам сродкі мастацкай выразнасці.

Прадметам дадзенага даследавання з’яўляецца мастацкі пераклад з рускай мовы на беларускую. Аб’ект – уласна аўтарскія, выкананыя В. Нікіценка пераклады вершаў С. А. Данілавай. У выніку працы намі быў выяўлены шэраг складанасцяў, з якімі можа сутыкнуцца перакладчык на розных узроўнях мовы.

На марфалагічным узроўні істотную цяжкасць пры перакладзе стварае ўжыванне неўласцівых беларускай літаратурнай мове дзеепрыметнікаў цяперашняга часу. Намі выкарыстаны наступныя спосабы вырашэння гэтай праблемы: замена дзеепрыметніка апісальнай канструкцыяй (*Пальцы, уставішыя от клавишных прогулок – Пальцы, што стомлены ад клавишных прагулак*), прыметнікам (*Я – взгляд в Тебя, недремлющий и строгий – Я – позірк недрымотны, найпільнейшы*), дзеясловам (*Височной жилкой бьющаяся дико – Ва ўтрапенні // я дзіка б’юся ў скроневае вене*), пазбяганне яго ўжывання (*Упавшая на платице былинка – Я на сукенцы кволая націнка*) і іншыя.

Не менш складанасцей узнікае і з ужываннем дзеепрыслоўяў. Паколькі ў беларускай мове яны даўжэйшыя, чым у рускай, за кошт суфіксаў *-учы, -ючы*, гэта можа прыводзіць да парушэння рытмічнага малюнка радка (*Усни со мной, переплетая пальцы... – Засні са мной, спляці са мною пальцы...*).

Звяртае таксама на сябе ўвагу несупадзенне сінтаксічных канструкцый у дзвюх мовах, у прыватнасці – адрозненне пабудовы ступеняў параўнання прыметнікаў (*Там мне видится кто-то, счастливей меня многократно – Там другая асоба, шчаслівейшая стакратна*).

Фанетычныя асаблівасці беларускага маўлення ўплываюць на гукавы малюнак верша. Напрыклад, з’явы дзекання і цекання надаюць радкам нашмат мякчэйшае гучанне (*Смотри в Меня, // Смотри в Меня, // Смотри!.. – Глядзі ў Мяне, // Глядзі ў Мяне, // Глядзі!..*), што абавязкова неабходна ўлічваць пры перакладзе.

Такім чынам, літаратурны пераклад з рускай на беларускую мову мае шэраг марфалагічных, граматычных, фанетычных, сінтаксічных, лексічных асаблівасцяў і складанасцяў, улічваючы якія важна захаваць стылістычную і сэнсавую адпаведнасць перакладзенага тэксту арыгінальнаму.

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ З СЕМАНТЫКАЙ ‘ШЧАСЦЯ’, ‘СМУТКУ’,
‘ГНЕВУ’, ‘РАДАСЦІ’

(на аснове беларускіх, рускіх і англійскіх фразеалагічных слоўнікаў)

Супастаўляльны аналіз фразеалагічных адзінак у межах некалькіх моў паказвае, што нават мовы, якія належаць адной групе, а тым больш розным, дэманструюць значныя разыходжанні ў фрагментах моўных малюнкаў свету. Як сродкі вобразна-мастацкага адлюстравання знешняга і ўнутранага жыцця фразеалагічныя адзінкі ўвабралі ў сябе міфалагічныя, рэлігійныя, этычныя ўяўленні розных народаў у розныя часы.

Фразеалагізмы з семантыкай ‘гнеў’ у беларускай, рускай і англійскай мовах выкарыстоўваюцца для выражэння пачуцця моцнага абурэння, стану раздражнення, злосці. Для апісання разгневанага чалавека могуць ужывацца такія фразеалагізмы, як *raise the roof, give smb hell, to fly off the handle, get (have) one’s knife into smb* у англійскай мове; *мець зуб/вока на кагосьці; даваць перуноў, даваць дыхту, выйсці з сябе ў* беларускай мове; *иметь сердце на кого-либо, метать громы и молнии, выйти из себя ў* рускай мове.

Для апісання станоўчай эмоцыі “радасць” выкарыстоўваюцца, да прыкладу, наступныя фразеалагізмы: *turkish delight, hell’s delight, no joy without alloy* у англійскай мове; *как гора с плеч свалилась, веселиться напропалую, смешинка в рот попала ў* рускай; *дзякуй Богу, прыйсціся даспадобы, подмазку з’еў* у беларускай.

Суб’ектыўнае разуменне шчасця раскрываецца фразеалагізмамі, якія выражаюць прыемныя перажыванні, моцную інтэнсіўную радасць, веселосць, асалоду, зачараванне, задавальненне. У рускай мове, напрыклад, гэта наступныя фразеалагізмы: *быть на вершине блаженства, как за каменной стеной, в свое удовольствие, ошалеть от счастья;* у беларускай: *на сваю пацеху жыць, як з рога дастатку, як сыр у масле купацца;* у англійскай: *as jolly as a sandboy, to have one’s fling, eat high off the dog.*

Смутац, характэрнымі рысамі якога з’яўляюцца туга, роспач, хандра, меланхолія, з’яўляецца базавай эмоцыяй, што вызначае ўніверсальнасць гэтага паняцця для носбітаў беларускай, рускай і англійскай моў. Прыкладамі фразеалагізмаў з семантыкай ‘смутац’ могуць быць наступныя адзінкі: *камень на сэрцы, плакаць як бабёр, не ў гуморы; камень на серце, опускать руки, идти насмарку; down in the mouth, your heart sinks, loose heart.*

У якасці высновы неабходна адзначыць, што носбіты розных лінгвакультур рэпрэзентуюць эмоцыі па-рознаму. Даследаванне фразеалагічных адзінак з эмацыйнай семантыкай выклікае цікавасць у лінгвістычным, філасофскім і агульначалавечым планах, а таксама займае значнае месца як у навуковай, так і ў моўнай карціне свету.

ФИЛОСОФИЯ И ЛОГИКА

В. Адамович, Ю. Бойко

КАРАТЕЛЬНАЯ ОПЕРАЦИЯ «WINTERZAUBER» – НЕПРОЩАЕМОЕ ЗЛОДЕЯНИЕ ФАШИСТОВ В БЕЛАРУСИ

В 2020 г. исполняется 77 лет со времени проведения одной из самых кровавых карательных операций фашистов на территории Беларуси – «Зимнее волшебство» (Winterzauber), которая стерла многие деревни и села с лица земли, а также унесла жизни более 14 000 человек. Операция задумывалась как средство по очистке территории некоторых районов от партизан на границе с Латвией, так как они являлись своеобразным очагом сопротивления. К примеру, за месяц до начала самой операции в Россонском районе (приграничная зона) было сожжено 200 жилых домов и убито более 1200 человек.

Сама операция была очень жестокой. Немцы проводили ее в том числе и руками латышских полицейских батальонов. Местные жители из сожженных деревень бежали в лес в надежде найти укрытие и помощь у партизан. В зимнем лесу скопились тысячи женщин и детей без крыши над головой, а зачастую и без еды. Партизаны не сразу смогли оперативно отреагировать, мобилизоваться и защитить людей. Советскому сопротивлению порой банально не хватало оружия и боеприпасов. Начальник Центрального штаба партизанского движения при Ставке Верховного Главнокомандования П. К. Пономаренко подчеркивал, что речь об объединении бригад или объединительных оборонительных боях не идет. Начштаба рекомендовал маневрировать в соответствии с обстановкой, сохраняя при этом живую силу и оружие. Лишь 11 марта у партизанских отрядов, которые пытались сдержать натиск карателей, появилось единое руководство. Ответственность взял на себя уполномоченный Белорусского штаба партизанского движения А. Бардадын. Единое командование, координация и подоспевшие боеприпасы с Большой земли позволили советским партизанам стабилизировать сложную ситуацию. Партизаны минировали дороги, нападали на обозы карателей, устраивали засады. Одним из тех, кто теснил карателей из белорусских деревень в феврале–марте 43-го, был Петр Машеров – в то время командир созданного им же партизанского отряда имени Щорса. В том числе за отвагу, проявленную в тех боях, Машеров был награжден звездой Героя.

Под натиском партизанского движения каратели вынуждены были отступить. Но, уходя из занятых деревень, они угоняли людей и полностью сжигали все дома.

Провал карательной операции фашистов привел к тому, что ее руководитель Фридрих Еккельн 30 марта подписал приказ об ее окончании.

Двухмесячное «Зимнее волшебство» обернулось для Беларуси страшной трагедией. В ее ходе за два месяца на северо-востоке Беларуси было уничтожено 439 сел и деревень, убито 13 677 человек, более семи тысяч угнаны в рабство. Память о ней, а также о сотнях сожженных деревень и тысячах погибших людей, застыла во множестве маленьких обелисков, рассыпанных по приграничным районам.

А. Андруш

ВЕЛИЧИЕ И БЕССМЕРТИЕ ПОДВИГА НАРОДОВ СССР В БОРЬБЕ НАД ФАШИЗМОМ

Война... У каждого человека это слово ассоциируется с важными моментами в его жизни и истории в целом. Но для большинства жителей постсоветского пространства оно несет в себе свой смысл, особенно болезненный и горький.

Победа над фашизмом добыта кровью, тяжелейшим трудом и огромными безвозвратными людскими потерями. Вера всего советского народа в крах замыслов агрессора стала решающей силой, которая обеспечила победу СССР в этой страшной войне. Именно Советский Союз, его армия и народ стали главной преградой германскому фашизму на пути к мировому господству.

Победа советского народа в Великой Отечественной войне спасла все человечество от угрозы фашистского порабощения. Именно здесь, на территории тогда еще нашей общей страны, воевало более 70 % всех сухопутных войск противника. Именно наши солдаты отдавали свои жизни за Свободу, за Родину, за родных и близких, за всех тех, кто нуждался в их защите. Сознание долга перед Отчизной и беззащитными людьми не давало сдаться, забыться, сойти с пути... Солдаты не ощущали ни страха, ни сомнений, ни боязни смерти... Ничто не могло заставить их отказаться от своего долга, от обязанности защищать. Наш народ: солдаты, партизаны и просто люди, которые верили в свою Родину и ее силу, – именно он стал опорой и решающей составляющей будущей победы.

Вспомните героический подвиг Ленинграда – девятьсот дней держались жители в окруженном городе и не отдали его. Люди выдерживали голод, холод, вражеские бомбардировки. Наверное, именно это и хотел сказать в своем стихотворении Эдуард Асадов, сам прошедший ужасы войны: «И сколько погоды бы не менялись, Запомните, люди, их имена! Склонись перед ними моя страна, Они ведь за счастье твое сражались!»

Поэтому мы чествуем наших Героев до сих пор, скорбя по погибшим и не забывая о выживших, выражая благодарность и показывая гордость за отвагу и силу, что они проявили в той кровавой войне.

Сколько солдат не вернулись домой, оставшись лишь безымянными могилами. В каждом городе, селе открыт памятник погибшим воинам. Каждый год 9 мая мы чтим наших предков. Звучит мелодия! Венки, венки, венки. Сколько их! А кругом в безмолвном молчании, склонив головы, стоят потомки тех, кто отдал свои жизни за мир на земле. Все, от стариков до детей, пришли почтить память своих Героев.

Победа в Великой Отечественной войне – это память Народа, навечно вошедшая в его историю, в его настоящее и будущее, в его национальное самосознание. Что бы ни менялось в политике, в экономике или социальной жизни, 9 Мая, День Победы, остается священным праздником нашего государства.

Д. Басалай

ГУМАНИЗМ КАК ИДЕАЛ И РЕАЛИЯ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОГО СООБЩЕСТВА

Гуманизм (лат. *Humanus* ‘человечный’) – система мировоззрения, основу которого составляет защита достоинства и самоценности личности, ее свободы и права на счастье. Принцип гуманизма включает в себя соблюдение ряда правил: 1) достойное обращение ко всем людям, без учета физического, материального и социального положения; 2) признание права каждого человека на то, чтобы быть самим собой; 3) милосердие, опирающееся не только на жалость и сочувствие, а также на стремление помочь человеку определиться в обществе. Первым гуманистом принято считать итальянского поэта и мыслителя Франческо Петрарку (1304–1374). Он считал, что объектом философии должен быть только человек, а ее орудием – опыт: прежде всего внутренний опыт личности.

В XX в. произошли важные события, существенно повлиявшие на подход к этике гуманизма. Прежде всего, это мировые войны, которые показали, что даже развитые западные страны не выработали действенной концепции гуманизма, которая бы могла защитить мир от сползания в хаос войн и беспорядков. Вследствие этого была принята Всеобщая декларация о правах человека. Современный же гуманизм подменил любовь к человечеству борьбой за развитие, что, как мне кажется, отразилось в искажении первоначального смысла этого понятия, хотя гуманистические понятия и сохраняются в политике государств. Яркими примерами этого являются бесплатное образование и медицина. Однако современный гуманизм нередко защищает права меньшинств в ущерб интересам большинства. В частности, гуманизм в педагогике закономерно и акцентированно защищает права детей, не принимая во внимание, опять же, воспитательские права (интересы) родителей, которым запрещается требовать, например, послушания, выполнять какую-либо работу, пока детям не исполнится 18 лет, либо вознаграждать детей за хорошее поведение, так как вознаграждение

рассматривается как скрытая форма принуждения. Родители не должны также вмешиваться в вопрос успеваемости ребенка в школе, так как это является его личным делом.

Среди важных проблем, которые предстоит решить гуманизму сегодня, находятся: защита окружающей природной среды от загрязнения; этическая проблема защиты человека от сопутствующих негативных следствий научно-технического прогресса; гуманность и этичность новых, в частности медицинских технологий; противодействие терроризму; урегулирование политических кризисов; проблема толерантности и уважения прав меньшинств; определение границ личной свободы человека и гражданина. Следовательно, как и в века начал становления гуманизма, мы стремимся к справедливости и к обеспечению гуманизма в системе «человек – общество – государство – природа» как основы социального прогресса, залога сотрудничества, согласия и процветания общества и его индивидов.

А. Волкова

ПРОБЛЕМЫ АРГУМЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ

В современном междисциплинарном знании понятие научной *аргументации* определяется как логико-коммуникативный процесс обоснования мысли; «интеллектуальная, социальная, вербальная деятельность, которая служит доказательству или опровержению точки зрения, представленной системой утверждений для одобрения определенной аудитории» (А. П. Алексеев); «полиструктурное образование» (Я. С. Яскевич). К основным аспектам теории аргументации относят фактуальный, риторический, аксиологический, этический, логический. Структуру аргументации образуют тезис, аргументы и демонстрация. Виды научной аргументации классифицируют по расположению компонентов (прогрессивная, регрессивная), по способу доказательства (прямая, косвенная), по силе воздействия (восходящая, нисходящая), по способу связи аргументов (единичная, множественная, сочинительная, составная подчинительная), по структуре аргументации (конвергентная, дивергентная), по приемам аргументации (корректная, некорректная).

Модели аргументации в современной науке многочисленны. Американский философ С. Тулмин разработал «стандарты рациональности и понимания», лежащие в основе научных теорий, считал, что понимание в науке определяется соответствием ее утверждений принятым в научном сообществе «матрицам». Он предложил модель аргументации в области коммуникации и риторики как описание последовательных ходов для защиты своей точки зрения, включающую в себя утверждение-претензию, которое ссылается на данные; основание, для которого требуется поддержка; квалификаторы.

Бельгийские философы Х. Перельман и Л. Ольбрехтс-Титека в работе «Новая риторика» рассмотрели основные схемы аргументации. Квазиалогическая аргументативная схема предполагает принципы тождественности, противоречия, транзитивности, статистической вероятности, сопоставления математических свойств, отношения «часть–целое». Аргументативная схема, основанная на структуре действительности, базируется на приемах отношения следования и сосуществования. Аргументативная схема, устанавливающая структуру действительности, основана на приемах рассуждения по аналогии и указания на отдельный случай.

Нидерландские исследователи Ф. Х. ван Еемерен и Р. Гроотендорст разработали прагма-диалектику. В книге «Речевые акты в аргументативной дискуссии» они предложили концепцию, которая опирается на дискурсивный анализ и теорию речевых актов Дж. Остина. Показали, что идеальная модель критической дискуссии состоит из четырех стадий: конфронтации, открытия дискуссии, аргументации, заключительной стадии, на которой устраняется спорный момент. Интеграция прагматического и диалектического измерений достигается здесь благодаря тому, что аргументативный дискурс представляет собой целенаправленную активность, интерактивный и социальный, критический процесс, вербальную экспликацию позиций и обмен мнениями.

Л. Градович

ПРОЯВЛЕНИЕ МЕНТАЛЬНОСТИ В ОТНОШЕНИЯХ СТРАН – ЧЛЕНОВ СНГ

Менталитет – это совокупность умственных, эмоциональных, культурных особенностей и ценностных ориентиров, которые присущи той или иной общественной или этнической (национальной) группе; это часть индивидуальной психики человека, которая формируется в процессе его приобщения к культуре. Менталитет народа – это глубинные структуры его сознания, постоянные, стабильные, объединяющие разные исторические эпохи. Менталитет нации проявляется в ее культуре, языке, придавая ей национальное своеобразие. Американский политолог С. Хантингтон предложил «теорию столкновения цивилизаций», посвященную миру после «холодной войны». Она обозначает основной источник конфликта, который будет доминировать в современном мире. И этот источник будет иметь не идеологическую и не экономическую основу. Главные линии, разделяющие человечество и основной источник конфликта, имеют культурную основу. Государства с однородным национальным составом останутся самыми сильными игроками на международной арене, но принципиальные конфликты в глобальной политике будут происходить между нациями и группами разных цивилизаций. Столкновение цивилизаций будет доминировать в глобальной политике.

Среди стран СНГ есть такое понятие, как «совковый менталитет». Типичные, самые яркие признаки этой «совковости» остались в таких утверждениях, как «Запад – враг», «ты должен (или должна) быть как все, ничем не выделяться (стадное мышление), думать как все, быть как все».

Проявляются различия ментальности в экономике, политике, быту народов СНГ. Отсюда вытекают разные подходы к достижению своих целей.

Экономическая ментальность является результатом предшествующего развития общества, имеет национальный характер, что обуславливает широкую вариативность для различных этносов, наций, стран и их регионов. Как следствие, она оказывает существенное влияние на формирование моральных и этических принципов. Для российского и белорусского экономического менталитета характерен коллективизм, межнациональность, низкая дисциплина, мы не склонны к систематически выполняемой деятельности, которая не зависит от настроения. У нас «не принято» выполнять неукоснительно распоряжения руководителя. Результатом этого являются всевозможные организационные проблемы, которые приводят к существенным потерям и снижению доли прибыли.

Современное общество можно определить как трансформирующееся, переживающее очередной этап модернизации по капиталистическому типу. Такой переход сопровождается крушением прежних социальных идеалов и введением новых моделей поведения, деятельности и общения, которые чужды культурным архетипам менталитета.

А. Гурская

ВЗАИМОСВЯЗЬ КАТЕГОРИЙ «ПРОСТРАНСТВО» И «ВРЕМЯ» И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В ФИЛОСОФИИ И ЛИНГВИСТИКЕ

Категории «пространство» и «время» являются одними из ключевых в философской онтологии и когнитивной лингвистике, так как участвуют в познании человеком различных форм бытия. В современной науке утвердилось реляционное понимание пространства и времени, которое подразумевает их взаимосвязь и взаимозависимость, невозможность восприятия и изучения отдельно друг от друга.

Пространство – философская категория, которая обозначает структурность, размерность, порядок, рядоположенность, протяженность бытия; показывает величину и координату объектов, их размеры, положение по отношению друг к другу. Пространство размерно, однородно, изотропно. Время – философская категория, которая обозначает процессуальность бытия, взаимодействие и смену состояний, последовательность и длительность, скорость, ритм, темп. Время необратимо и анизотропно.

Понятия пространства и времени объединены в концепцию четырехмерного континуума. К видам пространства-времени относят реальное, перцептуальное (экзистенциальное) и концептуальное пространство и время.

Реальное пространство и время, в том числе биологическое и социальное, наделены рядом метрических и топологических свойств – образуют хронотоп. К примеру, изучая романский хронотоп, М. М. Бахтин выделил хронотопы встречи, дороги, города, порога, гостинной.

В когнитивных исследованиях категория «пространство» представлена в большей мере, так как в качестве объекта изучения является более доступной для анализа. Языковое выражение концепты «пространство» и «время» получают посредством грамматических и лексических единиц. Для отражения пространственных значений используется лексика, указывающая на близость/отдаленность от субъекта действия; лексика, связанная с отражением трехмерности пространства и его геометрических параметров. Большое значение в выражении пространственных отношений отводится предлогам.

Для передачи временных значений используются различные синтаксические конструкции. В языке принято различать время грамматическое (морфологическое, синтаксическое) и лексическое. Определение лингвистической темпоральности присутствует в работах многих исследователей: Н. К. Фролова, С. М. Беляковой, А. В. Бондарко, Е. В. Тарасовой, О. Н. Селиверстовой.

Пространственные значения являются первоосновой многих языковых средств обозначения и могут переноситься на другие значения, в том числе временные и область человеческой психики: «В моей душе сомненья нет», «Есть в близости людей заветная черта». В таком переносе сказывается абстрагирующая способность нашего мышления.

В. Дайнеко

КОНЦЕПЦИЯ ИДЕАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА В РАБОТАХ Т. МОРА И Т. КАМПАНЕЛЛЫ

Системный кризис капитализма, очевидно выявленный пандемией коронавируса, обострил проблему выбора направления развития общества – левого социалистического и правого капиталистического. Советский проект не был лишен недостатков, в связи с этим становится важным пересмотр всех основ левого проекта с самых его истоков. Поэтому интересно будет рассмотреть концепцию идеального общества в работах основоположников утопизма Т. Мора и Т. Кампанеллы. Идеалом их общества является единое общество, основанное на базе общественной собственности и отрицании частной, что дает возможность преодоления противоречия частного и общественного. Общественную собственность Т. Кампанелла понимает широко, вплоть до введения принципа общности жён. Стоит отметить его трепетное отношение к процессу формирования подрастающего поколения. Распространение общественных столовых и введение сословия «кормилиц» облегчает процесс воспитания детей, освобождая женщин от домашних

забот. Идея общности жен имеет не только экономическую подоплеку, но предполагает идею «выведения лучшей человеческой породы», поскольку он считает, что общественное воспитание способствует выведению более совершенного человека. Распределение общественной собственности осуществляют избираемые должностные лица. Их власть ограничивается их малочисленностью, органами самоуправления и предельным сроком их полномочий (1 год). «Верховный правитель», выбирается один раз и правит до конца своей жизни, но может быть свергнут при подозрении в стремлении к тирании. Утописты следуют традиции Платона и считают, что правитель должен быть одновременно и философом. Т. Кампанелла желает довести этот принцип до идеала и вводит понятие «абсолютного знания», которым должен владеть идеальный правитель. Труд есть обязанность всех членов общества. Женщины трудятся наравне с мужчинами и могут занимать любую должность. Лишь ученые, послы и торговцы освобождаются от труда. Торговля не предполагает наживу, заменена бартером, поэтому общество не нуждается в денежной системе. Задача торговцев заключается в обеспечении связи общества с другими государствами. Общество не допускает эксплуатации, поэтому фактически отсутствует и сословие рабов. Т. Мор допускает рабство лишь как наказание за тяжкие преступления. Рабочая неделя ограничена шестью днями по шесть рабочих часов (Т. Мор). Т. Кампанелла не приводит точного количества рабочих дней, указывает лишь количество рабочих часов в день – четыре часа. Т. Мор и Т. Кампанелла расходятся лишь в представлении духовной сферы идеального общества. Т. Кампанелла сохраняет христианскую традицию веры в бессмертную душу, загробная жизнь души определяется земными поступками. Т. Мор выступает за религиозный плюрализм, однако отмечает необходимость перехода к христианской религии как прогрессивного явления.

Несмотря на определенную наивность, идеи Т. Кампанеллы и Т. Мора могут дать основания для выстраивания взгляда, отличного от традиционного, на левый проект.

А. Далецкая

ФАКТОРЫ ОПТИМИЗАЦИИ САМООЦЕНКИ В КОНТЕКСТЕ САМОРАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ: ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Современное общество все больше стало нуждаться в людях, которые способны быстро развиваться, постоянно совершенствуются и не останавливаются на достигнутом. Для формирования личности огромное значение имеет выстраивание объективных отношений между потребностями человека, его желаниями и способностями, которые развиваются в процессе жизнедеятельности. Как человек относится к себе и к окружающему миру, зависит от такого важного фактора, как самооценка. Процесс становления

самооценки не может быть конечным, поскольку сама личность постоянно развивается, а следовательно, меняются и ее представления о себе и отношении к себе. Источником оценочных представлений индивида о себе служит его социокультурное окружение, в том числе социальные реакции на какие-то проявления его личности, а также результаты самонаблюдения.

Работа над своей самооценкой – огромный труд. Как же не поддаваться на давление общества и не принижать себя, или, наоборот, научиться слушать людей и не ставить себя выше других? Предоставим некоторые соображения по этому поводу.

Первое, что нужно перестать делать, это сравнивать себя с другими. Далее надо найти в себе достоинства, положительные черты и прекратить поиск недостатков. Обратить внимание, что ваша самооценка не должна быть построена исключительно на мнении окружающих, на их комментариях и словах. Стараться ставить перед собой реальные и достижимые цели, так как от их достижения зависит ваша самооценка. Ключевое влияние на уровень самооценки оказывает окружение. Поэтому надо расширять круг коммуникативного взаимодействия, знакомясь с людьми позитивного склада характера, которые способны конструктивно и адекватно оценивать поведение и способности других.

Самооценка имеет большое значение в развитии личности. Именно она закладывает некий личностный фундамент, который помогает человеку иметь представление о себе в целом, разбираться в своих достоинствах и недостатках, а также выстраивать взаимоотношения с окружающими и ставить перед собой новые цели в профессиональной деятельности. Разные виды самооценки по-разному влияют на личность человека, его профессиональную деятельность и социальное поведение.

В. Жигало

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ГЕРМЕНЕВТИКИ XIX ВЕКА

Немецкий философ Ф. Шлейермахер преобразовал традиционную библейскую герменевтику в общую герменевтику, его подлинный вклад заключается в том, что он подчеркивал необходимость постановки специфической герменевтической задачи в рамках общего понимания текста. Герменевтика – учение об искусстве понимания с учетом универсальности непонимания, вызванного поспешностью или предубеждением. Для Шлейермахера непонимание – это обычное состояние, а для достижения понимания необходимы большие усилия. Философ выделил два принципа толкования: грамматический и психологический. Метод грамматической интерпретации требует лингвистических знаний. Шлейермахер на этой основе развивает понятие «герменевтический круг»: мы не можем понять значение всего текста, не понимая значения его отдельных элементов; мы не можем правильно понять отдельные части, не имея некоторого понимания

целого. Этот герменевтический метод подразумевает движение взад-вперед по тексту, в котором чем больше движения, тем полнее будет понимание. Психологический принцип толкования Шлейермахер объяснял как вхождение в творческий ум автора, также известный как «авторское намерение». По мнению ученого, ответ на проблему герменевтики состоит в том, чтобы понять индивидуальную цель автора, выраженную в тексте, и закладываемый им смысл.

Внимание следующего поколения сместилось в сторону методов филологической интерпретации. Концепция А. Бёка основывалась на том, что в соответствии с определением понимания мы различаем интерпретацию и критику как его существенные элементы. При прочтении текста интерпретатор фокусируется на знаках и смыслах, заложенных в этих знаках, а также на связи между планом выражения и планом содержания, и все это для того, чтобы можно было перейти от правильного понимания форм к их содержанию и смыслу.

Немецкий историк и философ Вильгельм Дильтей акцентирует внимание на том, что «герменевтический круг» должен рассматриваться как гипотетический или рефлексивный элемент, а не как нечто конкретное. Из этого Дильтей заключает, что: (1) смысл контекстуален; (2) смысл историчен, он изменяется со временем; (3) нет истинной отправной точки для понимания; (4) таким образом, нет никакого предположительного понимания. Главный тезис Дильтея состоит в том, что «понимание» – это такое слияние, взаимодействие с другим; это повторное открытие себя в другом. Текст рассматривается в герменевтике Дильтея как приглашающий к интерпретации, как активно удерживающий себя в позиции готовности начать процесс коммуникации. Кроме того, текст двойственен, с одной стороны, задающий коммуникацию в современности, с другой – посредством информации о прошлом, включая читателя в историю.

Т. Жигарь

МОРАЛЬНЫЙ АБСОЛЮТИЗМ И ЛОЖЬ ВО БЛАГО

Моральный абсолютизм – утверждение о существовании лишь одного источника нравственных норм, значимость которого признается универсальной и ничем не ограниченной. Моральный абсолютизм противопоставляется моральному релятивизму – учению об относительности морали. Проанализируем статью И. Канта «О мнимом праве лгать из человеколюбия» как источник прояснения вопроса о природе и сущности моральных абсолютов, а также тех форм, в которых они представлены в структуре морального сознания.

Кант декларирует, что следует говорить только правду в любой ситуации, даже тогда, когда, например, злоумышленник, преследующий спрятавшегося в вашем доме друга, спрашивает о его местонахождении.

Вопрос состоит в том, во всех ли случаях следует соблюдать запрет на ложь. Очевидно, ситуации могут быть самыми разными, каждая со своими нюансами. Следует отметить, что Кант описал идеальную ситуацию, идеальный мир, где ложь невозможна априори. Тогда здесь можно возразить тем, что в идеальном мире невозможна и ситуация, при которой злоумышленник будет кого-то преследовать.

Согласно консеквенциалистскому подходу, важен не сам поступок, а последствия, к которым он привел. Деонтологический же подход тесно связан с абсолютизмом; в нем утверждается, что ценны не столько последствия, сколько сам поступок как таковой. Очевидно, что сам Кант – приверженец деонтологии.

Позицию Канта в дискуссии о допустимости лжи развивал А. А. Гусейнов, утверждая, что мораль – то, что относится только к самой личности, а поскольку непосредственно человеку доступно только его собственное сознание, то и ответственен за какое-либо событие он может быть только в том случае, когда является единственной его причиной. Однако, если следовать такому взгляду, человек может слишком сильно сконцентрироваться на себе и перестать замечать, какой эффект его поступки оказывают на окружающих, что приведет к эгоизму.

Как известно, из двух зол всегда выбирают меньшее – к этому призывал еще Аристотель. Но проблема заключается в том, что многие, выбирая меньшее зло, принимают его за добро. Но ведь нельзя сказать, что одно из зол – добро только потому, что оно приносит не такой большой вред. С этим согласны сторонники морального абсолютизма, так как в нем добро и зло резко разграничены. А идея о том, что меньшее из зол можно воспринимать как добро, ближе релятивистам, у которых понятия добра и зла относительны.

Я считаю, что любая ложь – начало зла, и главный вопрос не в том, лгать или не лгать. Важно не расценивать ложь как добро, даже если солгать – моральная необходимость. Нельзя смешивать понятия – зло, пусть и меньшее, должно называться злом, хотя каждая ситуация уникальна и требует индивидуального рассмотрения. Критическое мышление помогает расставить все на свои места.

К. Зиновьева

ФИЛОСОФИЯ ФЕМИНИЗМА В КОНТЕКСТЕ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ

В философии феминизма категория пола используется в качестве инструмента анализа культуры. Феминизм далеко не сразу сформировался как альтернативная философская концепция социокультурного развития. В течение длительного периода он существовал как идеология равноправия женщин и как социально-политическое движение. Эти два аспекта феминизма важны для становления его теории: именно в поисках ответов на

реальные вопросы относительно статуса женщин в обществе теоретики феминизма, не удовлетворенные традиционной социальной наукой, стали формулировать теоретические претензии к общепринятому знанию и разрабатывать новые методологические подходы к анализу культуры.

Можно выделить три этапа формирования лингвистических гендерных исследований: «алармистский этап», который ознаменован изучением институализации и ритуализации пола, роли социальных структур в формировании гендерной идентичности, отношений единиц языка и говорящей личности; этап феминистской концептуализации и постфеминистский этап лингвокультурологического исследования гендера.

В психолингвистике текст рассматривается динамически: как продукт речевой деятельности. При этом важны его цельность, наличие смысловых пропусков, эмотивность, прецедентность. Психолингвистика показывает, каким образом текст существует в сознании тех, кто его воспринимает. В тексте сохраняются и следы невербального поведения участников коммуникации – он обладает большой степенью интерпретативности.

Нарратив – это один из способов отражения социальных конструктов, с помощью которых можно получить представление о мировосприятии другого человека. Отношения личности с миром раскрываются через повествование с помощью языка и отражают внутренние причины человеческого поведения.

«Феминное» письмо проявляет себя как результат деконструкции фреймов, характерных для патриархального дискурса. Сегодня это направление в гендерных исследованиях интенсивно развивается. Так, одной из задач критика-женщины выступает декодировка и деконструкция устоявшихся кодов и доминант культуры, поскольку традиционный культурный код является изначально мужским знаком патриархальной культуры.

Женщина выявляет в тексте «спрятанные» знаки и символы женского начала и дешифрует их, разрушая или констатируя тем самым целостность текста, заданную или отрицаемую автором-мужчиной. Если же автором текста является женщина, главным в интерпретации становится нахождение соответствий авторской модели мировосприятия некоей общей феминистской картине мира, объединяющей все характерные представления и взгляды женщин.

Ю. Зубрицкая, Е. Магаревич

ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ СИМВОЛА СВАСТИКИ: СОЦИАЛЬНЫЕ ВЛИЯНИЯ

Свастика является одним из тех символов, которые до сих пор вызывают горячие споры среди философов и историков всего мира. У представителей некоторых наций она вызывает ассоциации с нацизмом и тиранией, а для других людей этот символ приобретает совершенно противоположное значение удачи и благополучия.

Происхождение данного символа датируется 10–15 тысячелетием до н.э. и означает «благоденствие», «добро и благо» на санскрите. Издревле свастикой украшали предметы быта, гербы и храмы. Во времена бронзового века свастику часто изображали внутри круга, и тогда она приобретала солярное значение. Британский математик И. Стюарт привел научное объяснение повсеместному распространению свастики. По мнению ученого, это обусловлено состоянием возбуждения квадрантов поля зрения человека, которые отображаются в различных областях мозга и образуют вращающиеся образы, подобные данному символу.

Ярким примером традиционно положительного восприятия свастики является буддизм, где она буквально означает «вихрь» – стремительное движение жизни, в котором все изменяется, а рождение сменяется смертью. Сакральный символ означает единство мужского («ян») и женского («инь») начал. Свастика, закрученная против часовой стрелки, символизирует любовь и сострадание, нежность, а направление по часовой стрелке олицетворяет силу и стойкость духа. Таким образом, последователи буддизма четко осознают многогранность этого мира, где сила без добра означает зло, а добро, лишенное силы, слабо в своем проявлении. В культуре древних славян данный символ также активно использовался. Его можно найти в вышивках, домотканых поясах и даже архитектуре.

Негативный смысл данный символ приобрел в результате применения его Адольфом Гитлером в продвижении национал-социализма. В автобиографическом труде «Mein Kampf» политический лидер Германии по причине банальной неосведомлённости присваивает себе звание первооткрывателя свастики. В трактовке Гитлера красный цвет означал идею движения, белый – небо и национализм, свастика – труд и антисемитскую борьбу арийцев. Страны, понесшие непоправимые потери от нападения нацистских захватчиков, резко негативно воспринимают свастику. В Беларуси она приравнивается к символу экстремизма, и за ее демонстрацию в публичном месте вводится уголовное наказание.

М. Калач, А. Ефимович

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ДЕСТРУКТИВНОМУ ВЛИЯНИЮ ИНФОСФЕРЫ НА СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Инфосфера позволяет нам использовать ее в нужном направлении: поиск новой и нужной информации, ее систематизация и оптимизация, более качественное освоение необходимых знаний. Однако длительное времяпрепровождение негативно сказывается на функциях организма человека: приводит к нарушению работы системы высшей нервной деятельности, эндокринной, иммунной, репродуктивной систем, костно-мышечного аппа-

рата, сосудов и зрения. Но не менее серьезными оказываются и психологические последствия использования интернет-пространства, особенно в юношеском возрасте.

Следует учитывать также, что информационная сфера включает в себя расширенный арсенал способов воздействия на психику индивида и масс с целью внедрения в подсознание психологических установок и формирования форм поведения в бессознательной психике. Так или иначе, люди сталкиваются с восприятием любой информации. По нашему мнению, прежде всего необходимо оптимизировать этот процесс, что позволит своевременно устранить погрешности ее дальнейшего использования. Для противодействия деструктивному влиянию инфосферы можно руководствоваться следующими правилами.

1. Воспитание в себе силы воли. Отсутствие у человека воли приводит к самым тяжелым последствиям. Люди со слабой волей позволяют одержать вверх внешним обстоятельствам, подчиняются им и зависят от них.
2. Развитие навыка избирательности. С его помощью можно оптимизировать поиск информации, выбирая и исключая нужное либо ненужное, активно располагать необходимой информацией и осознанно ею пользоваться.
3. Развитие навыка скорочтения, позволяющего в более короткие сроки охватить тот же объем информации, при этом не сокращая углубленного понимания и запоминания. Это умение может помочь быстро и оперативно выбирать либо исключать ту или иную информацию в виртуальном и реальном мире.
4. Развитие навыка активного чтения – пропуск некоторых слов или предложений. Это позволяет сосредоточиться на том, что нужно запомнить. Усвоив принципы активного чтения, можно повысить скорость не за счет количества прочтенных слов, а за счет пропуска ненужной информации. Несомненно, в ситуации с активным чтением первое что нужно делать, – это руководствоваться критическим мышлением, что и формирует избирательный подход.

П. Киреева, А. Криштапова

ФЕНОМЕН МАССОВИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ФАКТОР ЕГО ДЕВАЛЬВАЦИИ

В постиндустриальном обществе высшее образование стало продуктом массового потребления. В самой системе высшего образования не заложено понятие «естественного отбора», когда за студенческую парту садятся только те, кто на деле доказал свое стремление бороться, искать и побеждать, она сегодня выступает в роли конвейера и «штампует» всех на бакалавров, специалистов, магистров.

Эксперты отмечают, что современное образование в Беларуси не скоординировано с рынком труда. Как результат учреждения высшего

образования нацеливают на получение не профессии, а диплома, исходя из того, что дипломированный специалист на рынке труда ценится больше, чем работник без диплома. Возникает ценностно-мотивационный провал. Он заполняется теми, для кого вузовский диплом всего лишь строчка в резюме, то есть будущими «отчужденными работниками». Но они, как правило, совершают ошибку, поскольку высшее образование еще несколько десятилетий назад перестало быть гарантией высокооплачиваемой или хотя бы «чистой» работы. Сегодня диплом в нашей стране перестал быть атрибутом элитарности и вовсе не гарантирует его владельцу успешную карьеру. При этом старшее поколение, опираясь на советские стереотипы, по инерции продолжает верить в престижность университетского диплома и любыми силами старается отправить детей в вузы.

Количество дипломированных специалистов в Беларуси, безусловно, превышает запросы. Несмотря на то, что цены на коммерческие отделения постоянно растут, число мест и желающих их занять постоянно увеличивается. Ранее в белорусские вузы трудно было поступить, нужны были знания, отличный аттестат, высокие оценки на вступительных экзаменах. Люди старшего возраста помнят: из класса студентами вузов становились единицы. Теперь – единицы студентами не становятся. Программа прежних вступительных экзаменов была, конечно, в пределах школьной, но по глубине знаний, способности абитуриентов к самостоятельному творческому мышлению отбирались лучшие. С подачи Президента Республики Беларусь А. Лукашенко Министерство образования анонсировало разработку независимого национального выпускного экзамена, который школьники будут сдавать не своим преподавателям, возможную отмену ЦТ по части гуманитарных предметов как один из шагов по повышению статуса высшего образования.

Возможные пути решения проблем: переобучение и переподготовка сразу после университетской скамьи; введение в вузах статистики трудоустроенных выпускников (рейтинг); сокращение числа вузов. Можно предположить, что выпускник хорошего колледжа имеет более возможности успешно работать в среднем звене, при этом у него есть шанс сделать карьеру, «добирая» затем высшее образование.

А. Ковалёва

ФИЛОСОФИЯ ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМА В ТВОРЧЕСТВЕ А. КАМЮ

Альбер Камю – один из представителей атеистического экзистенциализма, направления философии, которое утверждает, что сущности человека предшествует его существование, т.е. пройденный им жизненный путь. Центром внимания его творчества была проблема смысла жизни. Философ полагал, что жизнь человека по сути бессмысленна. Он приводит два

главных доказательства абсурдности жизни: то, что при соприкосновении со смертью многие важные вещи теряют свою актуальность и становятся бессмысленным, и то, что человек беспомощен перед существующей миллионы лет природой. В итоге смысл жизни, по Камю, находится не во внешнем мире, а создается самим существованием человека, в то время, как внешний мир, являющийся для субъекта обществом, в котором и реализуется его существование, изначально задает основания полагать его абсолютную бессмысленность.

Поскольку А. Камю был известным писателем, то свои философские взгляды он выражал через образы героев своих произведений. Так, главный герой повести «Посторонний», Мерсо, был абсолютно свободен. Это возможно потому, что он становится центром мира, в котором царит абсурд. В нем нет Бога и нет смысла, есть одна истина – истина смерти. Смерть – центральная точка произведения, его начало и финал.

В «Мифе о Сизифе» мифологический герой Сизиф начинает там, где закончил Мерсо. Его труд абсурден, он знает, что камень, который он поднимает на гору, все равно скатится вниз. Но он поднимается над богами, над судьбой, превращая подъем камня в дело своей жизни.

В романе «Чума» ощущается сомнение философа в убежденности изначальной абсурдности жизни – образ родины и осознание необходимости ее защищать от зла фашизма, губящего жизни людей, предполагает более глубокий смысл, очевидный не сразу. Внимание автора в этом романе сосредоточено на группе героев, которые, подобно Сизифу, осознают тщетность своих усилий, но все равно продолжают работать не покладая рук, чтобы облегчить страдания сограждан. Абсурд обретает образ чумы, и его значение расшифровывается без всякого труда: фашизм, война, оккупация.

В «Постороннем» все ограничивалось одним вариантом действий, который и выбирал герой романа. В «Чуме» же много героев, а значит, и вариантов выбора. Позитивное утверждается в «Чуме» не как истина или идеал, а как следование нравственному долгу.

Таким образом, философия А. Камю актуальна и сегодня. Проблема смысла жизни человека – это вечная проблема. По Камю, этот смысл заключается в том, как человек жил. Не всегда смерть становится концом. Для людей, обретших смысл жизни, их бытие продолжается и после смерти.

Д. Лазакович

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК СТИМУЛИРУЮЩИЙ ФАКТОР В РАЗВИТИИ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЧЕЛОВЕКА ЭПОХИ ПОСТМОДЕРНИЗМА

Вопрос смысла жизни интересовал не только многих мыслителей, но и обыкновенных людей на всем пути развития философии. Так, независимо от исторического периода, реализация смысла жизни каждого законо-

послушного гражданина во многом зависит от наличия демократических свобод, гуманных целей и соответствующих им средств. На протяжении существования государственности подобные детерминанты создает высокая политическая культура. Однако каждая историческая эпоха готовит массу препятствий, мешающих людям приобретать и сохранять свои смысло-жизненные ориентиры. Постмодернистское пространство не является исключением. В состоянии ли современная политическая культура создать основу для развития здоровых смысло-жизненных ориентаций человека эпохи постмодерна?

Постмодернизм предполагает отказ не только от рационализма, но и от попыток привести мир в систему, порождает сомнения в достоверности научного познания и веру в неспособность познания мира человеком, пропагандирует плюрализм, нивелирование личности. Кроме того, он утверждает как отсутствие какого-либо единого начала, так и универсальных предпосылок во всех сферах человеческой деятельности. Таким образом, постсовременность «садит» в человеческом сознании семена неопределенности и неуверенности.

Доказать способность современной политической культуры справиться с вышеперечисленными проблемами можно, проанализировав ее функции. Например, *идентифицируя и ориентируя* индивидуумов, политическая культура помогает человеку осознать, что он является личностью, носителем определенных целей, идей, мнений и принципов, что способствует выражению индивидуальности во всех своих действиях. *Интегрируя* различные слои и группы общества, она стимулирует человека давать свободу не только своей воле, но и понимать, что он не может действовать, нанося вред социуму. А через функцию *социализации* человек осознает, что он является творцом своей жизни и всего происходящего вокруг него, что значительно повышает самооценку и дает стимул для совершенствования. Функции *коммуникации и адаптации* также играют ключевую роль, так как постоянно меняющаяся окружающая действительность сильно влияет на психологический фон индивидуума, чаще всего в отрицательном плане, а формирование таких черт, как лабильность, коммуникабельность и открытость, помогают человеку быть востребованным во всех направлениях, уверенным в себе и своем будущем.

Через решение стоящих перед лицом современного человека проблем политическая культура влияет на его психику, поведение и эмоциональный фон, призывая его не только к рефлексии над вечными вопросами («кто я? Что? Для чего я живу?»), но и помогая ему глубже разобраться в современной постмодернистской ситуации.

ДУХОВНОСТЬ, ГРАЖДАНСТВЕННОСТЬ, ПРОФЕССИОНАЛИЗМ – КЛЮЧЕВАЯ ТРИАДА ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ ПЕДАГОГА

Актуальность проблемы формирования личности педагога обусловлена ее влиянием на уровень воспитания, образования и развития обучающихся, так как сама личность педагога выступает средством профессиональной деятельности.

Согласно определению из Современного толкового словаря личность – это устойчивая система социально значимых черт, характеризующих индивида как члена общества или общности. При этом по степени значимости проблему формирования личности педагога следует рассматривать как триаду следующих факторов: *духовность*, *гражданственность* и *профессионализм*. Важно, что структура данных факторов не является иерархичной. Значит, в идеале, личность педагога динамично развивается под одновременным влиянием этих трех базовых факторов. Обратимся к значениям данных понятий.

Духовность – это свойство души, состоящее в преобладании нравственных и интеллектуальных интересов над материальными. *Гражданственность* – позиция, основанная на системе моральных норм, выражается в чувстве ответственности личности перед неким гражданским образованием, частью которого индивид себя воспринимает (семья, профессиональная общность). *Педагогический профессионализм* – это высокое искусство осуществления обучающей деятельности на основе знаний, личностных качеств и педагогического опыта, проявляемое в комплексном решении задач образования, воспитания и развития обучающихся в частности и социума в целом. Каждый из приведенных факторов социозависим, изменчив и пластичен. Другими словами, человек способен ежедневно развивать свою личность в разных направлениях, создавать и дополнять себя под влиянием круга общения.

В профессиональной сфере определяющим положительным социальным фактором развития личности педагога является дружественная атмосфера в коллективе. Она способствует обогащению педагога знаниями и опытом, укреплению его профессиональной уверенности, снятию возникающих негативных отношений к своей работе, устранению стереотипов профессиональных действий. Для укрепления гражданственности необходимо создание ситуации успеха, поддержка со стороны членов гражданского объединения, осознание собственной важности и способности к действию. Развитие духовности возможно посредством улучшения самопонимания и самопринятия, встреч с друзьями, разделяющими схожие духовные цели и направляющими друг друга.

Таким образом, успешное формирование личности педагога является необходимой задачей, ключом к развитию общества, а для ее сбаланси-

рованного развития нужны оптимальные условия, созданные тем же социумом, что предполагает непрерывную причинно-следственную связь между ними.

А. Мельникович

ПРОБЛЕМА СУТИ ЗНАНИЯ ЧЕРЕЗ ПЛАТОНОВСКИЙ ДИАЛОГ «ТЕЭТЕТ»

Проблема сути знания является актуальной по сей день, поскольку на данном этапе не существует четкой формулировки определения, которая позволила бы закрыть семантические пробелы. Для поиска ответа на вопрос, что собой представляют знания, я выбрала диалог «Теэтет», поскольку именно в нем красочно и аргументированно представляются самые распространённые ошибочные формулировки.

Первой концепцией знания является трактовка Теэтета: «То, чему мы можем научиться у кого-то». Это значит, что знание понимается через сферу его применения, выступающую как «функциональная составляющая», связывая *род деятельности* и *теоретическую/практическую базу*. Данное определение ошибочно, поскольку понятие объясняется через лишь некоторые частные свои проявления (подобно тому, как для определения *глины* недостаточно сказать, что это – *глина горшечников* и *глина печников*). Так мы не проясним предмета рассуждений, поскольку в определении содержится круг.

Следующая гипотеза в цепочке рассуждений «Теэтета» – «знание есть ощущение». Ее ложность становится очевидной, когда мы обнаруживаем, что в ее основании – идея, что «человек есть мера всех вещей». Это сильно персонализирует «знания» и трактует их как исключительно динамические. Фактически этот динамизм выливается в то, что следует признать, что нет такой вещи, которую можно было бы воспринять или назвать. Следовательно, знание отождествлять с ощущением неверно.

Финальная гипотеза – «знание есть истинное мнение». Сократ говорит в «Теэтете», что мнение – разговор души с собой о наблюдаемом. Из этого вытекает два способа формирования истинного или ложного мнения. Первый базируется на умозаключениях, второй же – на ощущениях. Относительно первого мы хорошо осознаем, что людям свойственно иметь мнение о том, что они знают и не знают. И это самое мнение они будут воспринимать как истинное, поскольку оно есть разговор человека с самим собой, который строит его на базе определенных умозаключений. Относительно же второго, когда за основу берутся ощущения, то несуществующее мнится нами не может. Герои диалога приходят к констатации, что существует не ложное мнение, а некое «иномнение», но это – не что иное, как черта несуществующего.

В «Теэтете» приводятся три основных неправильных понимания знания – как частного знания, как ощущения, как правильного мнения. Гипотезы произведения не дали четкого ответа на вопрос о сущности знания, однако их можно считать определенного рода отправной точкой, которая способна вывести на более продуктивные формулировки.

В. Морозов

СЕМЬЯ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ. ОСНОВНЫЕ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ

Семья представляет собой один из важных феноменов бытия человека. Она является социальной колыбелью для каждого человека, началом начал его рождения и вхождения в жизнь, становления его как личности – самой высшей общественной ценности. Ведь активный, правильно социализированный, способный к плодотворной творческо-преобразовательной деятельности человек определяет развитие самого общества, его историю, настоящее и будущее.

Основные функции, составляющие миссию семьи, общеизвестны: репродуктивная – обеспечивающая биологическое воспроизводство членов общества; социализирующая – закладывающая исходные начала становления индивида как личности; воспитательная – обеспечивающая передачу каждому члену семьи знаний, опыта, эстетических, моральных и других ценностей, помощь в освоении социальных ролей; хозяйственно-бытовая – приобщающая человека к ведению совместных дел по обеспечению жизнедеятельности семьи; экономическо-материальная – обеспечивающая необходимую поддержку несовершеннолетних и нетрудоспособных членов семьи.

В развитии современной семьи наблюдаются следующие тревожащие общество тенденции: разрушение традиционной расширенной (многопоколенной, родственной) патриархальной семьи; рост числа фактических, но юридически не оформленных «свободных» семей, так называемых партнерских семейных союзов, и рожденных в них детей; рост количества разводов, повторных браков, неполных семей и числа брошенных детей; сокращение ведущих позиций семьи в социализации индивидов, в организации их жизнедеятельности.

Базовыми семейными ценностями в их традиционном общественном восприятии являются любовь, доверие, верность, взаимопонимание, доброта, ответственность, уважение и другие, обретаемые в семье социальные чувства и качества, которые объединяют людей. Безусловно, центральной ценностью семьи всегда были и остаются дети.

Основными целями государственной политики Республики Беларусь по укреплению семьи являются: улучшение социально-экономических условий

жизнедеятельности семьи и выполнения ею репродуктивной, экономической и воспитательной функций; укрепление нравственных основ семьи и повышение ее престижа в обществе.

Несмотря на проявляющиеся негативные тенденции в развитии современной семьи, противоречащие глубинным социальным основам ее развития как первичной социальной общности, она остается традиционно высокоценным микрокосмосом человеческого бытия и фундаментальной ячейкой развития общества.

3. Пыко

МИРОВОЗЗРЕНИЕ И ИДЕОЛОГИЯ КАК РЕГУЛЯТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Мышление человека носит образно-понятийный характер и напрямую зависит от мировоззрения, которое складывается у человека как стихийно, так и целенаправленно, определяясь преимущественно социальной средой. Мировоззрение – это система обобщенных взглядов на мир и место человека в нем, на отношение людей к окружающей их действительности и к самим себе, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности.

Существует множество типов мировоззрения, но основными являются: житейское, в котором отражаются традиционные взгляды о мире и человеке, основанные на здравом смысле; религиозное, связанное с верой в сверхъестественные силы; философское, в котором обобщается опыт духовного и практического освоения мира. Мировоззрение дает представление о мире в целом, а не об отдельных его фрагментах. Оно формируется в течение долгого времени, в период познания человеком явлений действительности и меняется довольно медленно, складываясь путем проб и ошибок.

Идеология – система политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических и философских взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей преимущественно к социальной действительности. Идеология выражает взгляды и идеи социально-политического устройства общества, интересы, мировоззренческие и политические идеалы и ценности. Типы идеологий: социально-политические (анархизм, консерватизм, либерализм, фашизм), экономические (социализм, коммунизм, капитализм), национально-этнические (расизм, нацизм, национализм, шовинизм), другие (гуманизм, феминизм).

Человек всегда ориентирован на смысл. Стремление к поиску и реализации человеком смысла своей жизни иногда рассматривают как врожденную мотивационную тенденцию, присущую всем людям и являющуюся двигателем поведения и развития личности. Общество, как и человек, также нацелено на смысл. Оно стремится понять смысл своего существования и ощущает фрустрацию или вакуум, если это стремление остается нереали-

зованным. Результатом поиска обществом смысла своего существования и является создаваемая им идеология. Особенность идеологии как средства упрочнения общества в том, что она не просто вписывает человека в общество, в систему социальных связей, а стремится сделать его приверженцем вполне конкретного общества и противником всякого иного общественного устройства и любой иной идеологии. Идеология и мировоззрение непосредственно взаимосвязаны, являясь неотъемлемыми частями социальной действительности, политического и духовного бытия современного общества.

И. Рабизо

БАЗОВЫЕ ПРАВСТВЕННО-ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ЛИЧНОСТИ

Каждый человек является творением эпохи,
в которой он живет, и немногие способны
подняться над идеями своего времени.

Вольтер

Ценностные ориентации человека являются важнейшей характеристикой его личности, поскольку определяют его отношения и особенности взаимодействия с окружающим миром, детерминируют и регулируют его поведение. Осознавая собственные ценностные ориентации, человек ищет свое место в мире, размышляет над смыслом и целью жизнедеятельности

Осмысление базовых нравственно-ценностных ориентиров личности – проблема не новая, но актуальная и для нас, так как сформированные исторически, в течение многих поколений, ценностные основы отдельной личности и общества эволюционируют. Углубившись в эту тему, мы выделили следующие базовые нравственно-ценностные ориентиры личности:

- 1) человеколюбие, уважение к другим людям;
- 2) внутренняя гармония, свобода от сомнений и внутренних противоречий;
- 3) самостоятельность, инициативность и смелость в отстаивании своего мнения и своих взглядов;
- 4) гражданская ответственность и патриотизм;
- 5) чувство долга, умение держать слово;
- 6) социальная справедливость;
- 7) умение сопереживать другим (эмпатия) ;
- 8) жизнерадостность и честность;
- 9) снисходительное отношение к проступкам окружающих;
- 10) терпимость к взглядам и мнениям других людей;
- 11) способность быть стойким и непримиримым к злу;
- 12) почитание родителей, забота о старших и младших;

13) преемственность, сохранение и развитие лучших традиций своего народа;

14) трудолюбие;

15) для верующих – религиозная вера.

Формирование ценностных ориентиров в значительной мере обусловлено индивидуальным опытом человека и определяется теми жизненными отношениями, в которых он находится. Существенный вклад в формирование базовых нравственно-ценностных ориентиров личности призвана внести педагогическая деятельность, избранная мною в качестве профессии.

Е. Радивилю, Д. Самсонова

ХОЛОКОСТ В МЕСТЕЧКЕ СВИСЛОЧЬ В ГОДЫ ФАШИСТСКОЙ ОККУПАЦИИ (1941–1944)

Вторая мировая война – самая кровавая война в истории человечества. Погиб каждый третий житель БССР... Она ужасна не только многочисленными потерями на фронтах, но и огромным количеством невинных жертв среди мирного населения. Не обошла война и местечко Свислочь, как и другие белорусские деревни, поселки и города. Оно было захвачено немецкими войсками 29 июня 1941 года, и оккупация продолжалась до 17 июля 1944 года. Больше всего пострадало еврейское население. Согласно Всесоюзной переписи населения 1926 года в Свислочи проживало 1825 человек, половина из них – евреи, и фактически все они погибли за время оккупации.

Война полностью изменила облик Свислочи. Немецкие захватчики заняли основные здания. Всех, кто каким-то образом сочувствовал или укрывал евреев, тут же расстреливали. Политику оккупантов в местечке проводили противники советской власти, в основном состоявшие из отбросов общества: преступников и предателей.

С 3 июля полицаи стали брать «на работу» еврейских мужчин, но оттуда никто не возвращался. Забирали женщин-евреек, потом расстреливали их и сбрасывали с моста. Многих небольшими партиями сгоняли в клуб, увозили на машинах в лес и расстреливали. Массовое уничтожение еврейского населения началось осенью 1941 года, когда расстреляли всех евреев, которых немцам и местным полицаям удалось найти. Евреи, которым удалось сбежать, часто пополняли ряды партизан.

Война, безусловно, затронула всех жителей Свислочи. Она проявила у людей как наилучшие побуждения человеческой души – стойкость, взаимопомощь, готовность к самопожертвованию, так и низменные – способность некоторых на грабеж, убийство, предательство. Но все же большинство жителей сохранили в себе человечность и мужественно помогали другим, рискуя собственной жизнью, спасали евреев, например, священник

Стефан Кучинский, Ивчик Иван, Яновская Анастасия. После войны на месте массового расстрела свисловчан поставили небольшой обелиск, а полицаев судили.

«Нет ничего печальнее, чем тишина» (Лео Бек). Актуальность нашей работы заключается в том, чтобы в очередной раз показать людям, насколько во время войны бесчеловечными могут стать одни, и безмерно храбрыми – другие. В наших интересах, чтобы вопрос – как такое могло произойти? – сохранил свой вес и остроту. Социальная напряженность, межэтнические и межконфессиональные конфликты, всплески экстремизма и неофашизма по-прежнему придают актуальность этой теме. Несмотря на определенные успехи в освещении Холокоста в ряде местечек Беларуси, эта проблема все еще ждет своего изучения, и наша работа – небольшой вклад в копилку всех исследований, связанных с темой Холокоста.

А. Родич, К. Демьянова

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СФЕРА РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ И РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

Процесс формирования личности профессионала обусловливается синтезом ее возможностей, способностей, активности и требованиями деятельности. Развитие личности в деятельности отражается в формировании профессионально ориентированных качеств человека, расширении сферы познания окружающего мира, развитии форм и содержания предмета общения.

Профессиональная деятельность человека задает направление развития его личности. Каждая профессия формирует сходные интересы, установки, черты личности, манеру поведения и т. д. В этой связи можно говорить об идентификации личности с профессией, то есть о процессе адаптации личности к требованиям конкретной деятельности.

Отрицательным проявлением этого процесса выступает так называемая профессиональная деформация личности, когда профессиональные привычки, стиль мышления и общения и другие особенности личности гипертрофируются и отражаются на взаимодействии с другими людьми (например, у врачей – снижение уровня эмоциональных переживаний, у учителей – авторитарность, поучающая манера общения и т. д.).

Не всякая трудовая деятельность развивает личность, и не всякое развитие профессиональных способностей равнозначно развитию личности. Оно так же, как и появление потребности в труде, связано с достижением субъектом чувства удовлетворенности от процесса и результатов деятельности, наличием стремления к преодолению трудностей и успешностью решения сложных задач, желанием проявить свои возможности в трудовом процессе.

Под творческой активностью понимается способность к реализации собственных креативных усилий в учебной и профессиональной деятельности в соответствии с индивидуальными интересами и целями. Творческая активность является неиссякаемым резервом профессионального роста и личностного развития человека. Для реализации творческой активности необходимо решить следующие задачи: формировать способности самостоятельно мыслить, добывать и применять знания; развивать познавательную, исследовательскую и творческую активность; формировать профессиональный кругозор и творческий подход к своей профессиональной деятельности.

А. Рунец

ГЕНДЕРНАЯ ТЕОРИЯ: АКТУАЛЬНОЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНОЕ

Гендер – это совокупность характеристик, которые относятся к понятиям маскулинности и феминности. Здесь прослеживается некоторая связь с биологическим полом: наши паттерны поведения зависят от определенных комбинаций хромосом. Разница в том, что гендер – набор культурных, психологических и социальных характеристик, а понятие *пол* описывает только физическую сторону жизни. Гендер вторичен по отношению к полу.

Гендер и его изучение привели к созданию отдельного направления гуманитарной мысли – гендерным исследованиям, которые дали начало таким новым областям знания, как гендерная психология, гендерная лингвистика и гендерная социология. Это смежные дисциплины, помогающие лучше описывать и осмысливать существующую картину мира. Гендерные исследования часто критикуются, будучи объектом большого количества шуток. Главные причины критики следующие: размытость самой теории, необъяснимая любовь исследователей к оперированию сложными терминами и неверное их понимание.

Квир-теория – это критическая социологическая теория, сторонники которой отдают главную роль в формировании гендера социуму, а не биологии. Она является ответвлением гендерных исследований, но представляет лишь небольшую их часть, которая, к сожалению, формирует представления о всей области знания. Квир-теория изучает несоответствия между биологическим полом и гендером. Ее цель – понять, как сложились существующие идеалы, и найти инструмент для их разрушения. В основном она изучает сексуальность, которую часто ошибочно принимает за гендер. Пренебрегая достижениями антропологии, биологии и эволюционной психологии, квир-теория имеет перед собой неясную цель и подменяет понятия, но ее главный минус заключается в том, что она говорит человеку: «Ты можешь выбрать свой гендер самостоятельно». Это невозможно. Гендер – это призма, через которую мы воспринимаем людей, а люди воспринимают нас. Если я начну воспринимать людей каким-то своим особым способом, они не начнут автоматически воспринимать меня так же.

Гендерные исследования не стали причиной трансформации института брака, как часто ошибочно полагают. Это параллельные явления.

Из гендерных исследований появилось новое направление мысли – постгендеризм. Его сторонники выступают за устранения гендера у людей с помощью биотехнологий и вспомогательных репродуктивных технологий, так как убеждены, что существование гендерного неравенства в социальной стратификации в основном зависит от репродуктивной роли, и если ее убрать, то неравенство отпадет само собой.

Таким образом, гендерная теория и ее изучение создала почву для возникновения новых интересных смежных гуманитарных дисциплин, которые являются хорошим инструментом для описания и познания реальности.

А. Силенкова

МОРАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ВОПРОСА ВОЗМОЖНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА РЕШАТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКУЮ СУДЬБУ

Многие характеризуют искусственный интеллект (ИИ) как нечто более похожее на человека, нежели машину, способное выполнять свойственные человеку «творческие» функции. Проблематично описать, какие именно системы можно назвать интеллектуальными, но уже существуют узко-специализированные машины, например, способные обыграть человека в шахматы.

Есть известный мыслительный эксперимент – проблема вагонетки. Тяжелая неуправляемая вагонетка несется по рельсам. На пути ее следования находятся пять человек, привязанные к рельсам. Есть возможность переключить стрелку – и тогда вагонетка поедет по другому пути. Но там находится один человек, также привязанный к рельсам. Расчетливей убить одного и спасти пятерых. Но это сделать сложнее, будь этот один человек хорошим другом или родственником или если пятеро – пожилые люди, а тот один – ребенок. А что, если решение будет принимать не человек, а программа ИИ?

Уже существуют прототипы программ для беспилотных автомобилей не только в фильмах. У программы нет чувств и ценностей, что дает преимущество сделать наиболее объективное логическое решение, и ни одна программа по идее не должна причинять вред человеку. Но иногда трагедии не избежать. Когда у беспилотника отказывают тормоза, он либо собьет пешехода, либо рискнет жизнью пассажира, съехав в кювет. А если внутри машины никого нет, но съехать с дороги просто некуда и нужно решить, сбить девочку или старика? Так или иначе, программа будет решать ценность возможных пострадавших по таким параметрам, как профессия, наличие судимости, возраст, а может, и здоровье, и семейное положение.

В теории смысл довольно прост – снизить потери и минимизировать последствия. Но каждый ли готов поставить свою жизнь на весы по таким требованиям?

Беспилотные летательные аппараты уже вошли в обиход, они используются не только военными, но и самыми широкими категориями людей. На данный момент дроны управляются вручную через оператора, но следующее их поколение не будет иметь «пилотов», управляющих ими. То есть если разведка регистрирует определенные данные, которые «запустят» протокол удара по противнику, никакой человек не сможет в реальном времени на месте действия уточнить параметры ситуации, в результате чего могут пострадать невинные люди.

Недавно в Италии стали использоваться роботизированные медицинские помощники. Роботы готовы обеспечить безопасность пациентов и медицинского персонала в условиях эпидемии. Но могут ли роботы заменить терапевтов, хирургов и других узкоспециализированных врачей? Как известно, в работу врачей входит не только лечение пациентов, но и диагностирование, а также необходимость мыслить нестандартно, что пока для ИИ невозможно.

Е. Спарш

ГУМАНИСТИЧЕСКИЕ ИДЕИ ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМА КАК КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОСНОВАНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ

Философия экзистенциализма «перевернула» в XX в. представления о сущности бытия и времени, человека и мира, свободы и необходимости. Произошел крах субстанциального образа человека, изменение сущности и структуры научного знания и образования, кризис системы ценностей «неподлинного бытия». Гуманистические идеи экзистенциализма – свобода и ответственность личности, мотивация выбора и поступок, поиск идентичности – сыграли важнейшую роль в образовании и воспитании личности кризисной современности, стали своеобразным запросом на поиск новых смыслов и опор в культуре и философии как ее ориентире.

Немецкий философ М. Хайдеггер (1889–1976), стоявший у истоков всех направлений современной философии, разработал версию экзистенциализма, в которой центральной категорией выступает «человек как сущее». Бытие рассматривается как присутствие человека, а время распадается на ряд моментов «теперь», «здесь-и-сейчас». В своем «бытии-в-мире» человек всегда существует с «другими» в особом модусе бытия – «со-бытии». Здесь важны всеобщие условия человеческого существования, осмысление потенциала личности по преодолению абсурдности и хаотичности бытия, поиск путей освобождения человека от негативных тенденций времени через развитие творческих способностей индивида, расширение его идеалов и ценностей, постоянная рефлексия и «критический поиск».

Образование, построенное на экзистенциальных основаниях, способствует формированию ряда ценностей. Это необходимость и право выбора собственной жизненной позиции как аутентичного способа реализации; уникальность индивидуального жизненного опыта и невозможность его нивелировки; личностная нравственная позиция, основанная на ассимиляции в структуре мировоззрения концептов «свобода», «ответственность», «выбор», «поступок», «поиск идентичности». М. Хайдеггер характеризовал это состояние как «заботу», а Ж.-П. Сартр – как реализацию человеком своего «проекта». Человек фундаментально свободен и сам создает свое бытие. Это самоназначение раскрывает способность занять рефлексивную позицию по отношению к собственной жизни в целом. Идея самоопределения как активного и сознательного контроля за ходом собственной жизни базируется на ресурсах рефлексивного сознания и способностях самоназначения.

Экзистенциальный диалог в процессе обучения представляет собой продукт речевой деятельности, главная цель которого – поиск пути к осмыслению своей жизни, осознанию своих жизненных ценностей, принятию полной ответственности за собственный выбор. Внедрение таких диалогов в процесс образования является важным аспектом формирования не только нравственных качеств и ценностных ориентиров, но и самостоятельного пути учащегося, навыка критического осмысления бытия и своего места в нем.

Е. Чирка, К. Ситулова

РАЗВИТИЕ ИТ-СФЕРЫ В БЕЛАРУСИ

В результате возрастающей заинтересованности жителей Беларуси, особенно молодого поколения, в ИТ-сфере, актуальность исследуемой проблемы четко прослеживается в свете статистики вакансий за 2017 год, демонстрирующей сферу высоких технологий как одну из наиболее востребованных в современном цивилизационном развитии нашей республики. В анализируемом периоде было доступно максимальное количество вакансий за последние 4 года. Область ИТ находится на втором месте по количеству вакансий (14 %), в то время как, например, сфера туризма составляет 5,7 %, а медицина – 3 %. Более того, наблюдается тенденция роста ИТ: по сравнению с 2016 г. произошло увеличение на 5 %. Актуальность исследования данной проблемы не подлежит сомнению. Исходя из вышесказанного, цель нашей творческой реферативной работы – изучение развития и влияния ИТ-сферы в Беларуси в долгосрочной перспективе.

Сегодня ИТ-индустрия является наиболее динамично развивающейся отраслью. В 2005 г. был создан Парк высокий технологий (ПВТ), который считается белорусской «Кремниевой долиной», 6 компаний-резидентов которого вошли в список лучших провайдеров услуг аутсорсинга. Более того, по данным 2017 года экспорт ПВТ превысил 1 млрд долларов. Как результат Беларусь входит в число мировых лидеров по экспорту ИТ-услуг на душу

населения. Собственно, на долю ИТ приходится 5,1 % общего ВВП Беларуси. Очевидно, что это еще не предел, и сфера высоких технологий будет продолжать успешно развиваться. Основанием для этого служит тот факт, что сегодня почти четверть от общего числа студентов обучается на STEM-специальностях. Каждый год выпусков специалистов в ИТ примерно 7 тысяч, а их подготовку ведет 21 вуз страны. Кроме того, государство активно содействует развитию сферы высоких технологий, о чем убедительно свидетельствует, например, принятый декрет № 8 «О развитии цифровой экономики», считающийся «революционным». Он дает основательные преимущества в развитии Беларуси как ИТ-страны, всколыхнув интенсивную заинтересованность в ПВТ. Как результат в Парк приходит всё больше новых резидентов. Специальный режим ПВТ закреплён до 2049 года. Благодаря этому возможны разработки в сфере медицины, биотехнологий, авиационных и космических технологий, киберспорта, биржи криптовалют и другого. Это позволяет вывести различные сферы производства и услуг на принципиально новый уровень, развивая экономику нашей страны.

Таким образом, ИТ будет продолжать развиваться, принося всё больше дохода и обеспечивая движение вперед страны.

Е. Шатыбелко

ЦЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ ПОДТАЛКИВАНИЯ ПРИ МАССОВОЙ ИСТЕРИИ

Паника – это эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо, напротив, ее избытка и проявляющееся в импульсивных действиях. Часто паника свойственна толпе. Толпа – это как стихийное, так и организованное, но временное скопление большого количества людей, которые объединены единым эмоциональным центром внимания, импульсирование которого вызывает у них тождественные реакции. Основным свойством толпы является ее превращаемость. Это значит, что насколько быстро толпа образовалась, настолько легко она способна превращаться из одного вида (подвида) в другой. Существуют различные подвиды действующей толпы (паническая, агрессивная, стяжательная и повстанческая).

Массовая паника опасна тем, что при пересечении целей отдельных людей может возникать острый отрицательный эффект. Чаще всего паническое поведение не только не является спасительным, но и становится более опасным фактором, чем то, что ее спровоцировало.

Психологическими механизмами массовой истерии являются так называемая «циркулярная реакция», а также внушение, заражение и подражание, что можно отнести к определенным видам подталкивания. Циркулярная реакция представляет собой вращение по кругу эмоциональных состояний, которые переживаются массой людей.

Паника возникает вследствие различных факторов:

- социальных,
- физиологических,
- психологических,
- идеологических.

Решающим фактором возникновения массовой паники является психическое состояние субъекта, неадекватное относительно объективной опасности. Реальная опасность обратно пропорциональна осведомленности, а точнее, оперативной готовности к опасности. Большая роль в распространении массовой паники принадлежит СМИ и Интернету, следствием чего является распространение ложной, нагнетающей и недостоверной информации с большой скоростью.

Н. Ширкевич

ФИЛОСОФИЯ СВЯЩЕННОСТИ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

Понятие *историческая память* было введено на рубеже XX–XXI вв. Однако о нем можно говорить в контексте всей истории человечества.

На протяжении веков люди передавали из поколений в поколения рассказы о былых временах в виде былин, сказок, басен, мифов и легенд, которые дают нам возможность сейчас узнать о том, как жили наши предки много веков назад, чем занимались. Ответы на эти вопросы мы также можем получить из предметов, найденных на полях былых сражений, руин замков. Многие из них теперь хранятся в музеях.

Термины *история* и *историческая память* часто воспринимаются как синонимы, однако это совсем не так. История направлена на более точное отражение прошлого, часто посредством теорий и подходов, заимствованных из других научных дисциплин, в то время как память сохраняет и воспроизводит события через призму воображения, а также настоящего.

Государство также оказывает влияние на сохранение исторической памяти. Так, например, в постсоветских странах трепетно относятся к памяти о событиях Великой Отечественной войны, устраиваются парады в честь Победы, по телевидению рассказывают истории участников тех событий, снимается множество фильмов на эту тематику. Особую популярность получили движения «Бессмертный полк» и патриотическая акция «Беларусь помнит», ежегодное участие в которых является свидетельством памяти о войне и всенародной благодарности поколению победителей.

Особую актуальность обретает также противодействие искажениям истории. В представленной Российской Федерацией в Страсбурге Декларации о недопущении пересмотра истории Второй мировой войны, поддержанной депутатами ПАСЕ, отмечается, что «с течением времени уроки

истории начинают не просто забываться, а сознательно искажаться в угоду политической конъюнктуре». Подписанты декларации считают необходимым «внесение в учебники истории для школ и университетов всех стран Совета Европы правдивой информации о Второй мировой войне с учетом позиций, утвержденных Нюрнбергским трибуналом в 1947 году». Они призывают поддержать «глобальную инициативу о признании Победы над нацизмом во Второй мировой войне и памятники борцам с нацизмом во всех странах – Всемирным мемориалом наследия человечества».

Таким образом, историческая память – неотъемлемая часть жизни людей. Ее сохранение необходимо для того, чтобы человечество помнило о прошлом и имело представление, как все было много лет назад.

О. Шуколюкова

ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

Понятие *информационное общество* может быть охарактеризовано как гипотеза-антиномия о постиндустриальном интеллектуально развитом социуме, удовлетворяющем материальные и духовные потребности посредством информационных технологий. Сегодня информация одновременно является важнейшей социальной ценностью и основным товаром, а знание выступает решающим фактором развития общества. Однако обнаруживаются противоречия: знания оказываются подчиненными информатизации, объективизации, хаотизации социальных процессов. Производство знаний и информации все чаще ограничивается ситуациями, когда заранее известно, что они востребованы и эффективны. Особое внимание сегодня уделяется информационной культуре личности.

Концепции информационного общества допустимо разделить на историко-философские (Д. Белл, Э. Тоффлер, В. Л. Иноземцев), исходящие из глобального взгляда на историю человеческой цивилизации; и прогностические, рассматривающие конкретный образ информационного общества. Прогностические, в свою очередь, подразделяются на технократические (М. Кастельс, Р. Ф. Абдеев), исходящие из принципа технократического детерминизма; и гуманистические (П. Дракер, А. Д. Урсул), отдающие приоритет развитию человека в искусственной информационной среде.

В концепциях Д. Белла и Э. Тоффлера формирование нового общества связано с прогрессом научного знания и технологическими достижениями. Основная метафора, используемая Э. Тоффлером, – столкновение волн, приводящее к переменам. Информация как новый системообразующий ресурс теснит производство. В. Л. Иноземцев отмечает, что к господствующей страте принадлежит сегодня тот, кто владеет информацией, обра-

зованностью и творческими способностями. В концепциях М. Кастельса и Р. Ф. Абдеева отмечается, что технологическая революция служит двигателем перемен в «информационную эпоху». По мнению П. Дракера и А. Д. Урсула, власть и контроль переходят от обладателей капитала к тем, кто обладает знанием, информацией и эффективными технологиями их использования.

В Республике Беларусь развитие информационного общества является национальным приоритетом, закрепленным на уровне программных документов. Многие задачи развития информатизации решены, о чем свидетельствуют оценки международных организаций, осуществляющих соответствующий мониторинг. Однако Беларусь отстает от государств-лидеров по таким показателям, как коэффициент изобретательской активности, удельный вес инновационных товаров и услуг, экспорт наукоемких услуг в силу ряда экономических причин. На данный момент продолжают приниматься меры для совершенствования ситуации в сфере информатизации государства и общества.

К. Ясінская

АСАБЛІВАСЦІ БЕЛАРУСКАЙ ВЕРСІІ ЭКЗІСТЭНЦЫЯЛІЗМУ НА ПРЫКЛАДЗЕ ТВОРЧАСЦІ ВАСІЛЯ БЫКАВА

Экзістэнцыялізм – феномен культуры і філасофіі XX стагоддзя, які ўзнікае пасля Першай сусветнай вайны ў якасці спробы стварыць новую канцэпцыю сутнасці існавання чалавека. Прыйшоў на змену філасофіі жыцця і распаўсюдзіўся сярод навукоўцаў, што імкнуліся набыць такую апору ва светаўспрыманні, якая б не паддавалася зменлівасці жыцця. Яскравыя прадстаўнікі экзістэнцыялізму ў Заходняй Еўропе – К. Ясперс, М. Хайдэгер, Ж.-П. Сартр, А. Камю. Філасофія экзістэнцыялізму акцэнтуюе ўвагу на індывідуальным быцці кожнага чалавека. Экзістэнцыялісты сцвярджаюць, што існаванне папярэднічае сутнасці, то-бок чалавек нараджаецца свабодным і на працягу свайго існавання робіць выбар, які вызначае яго сутнасць. Асобую праблему у экзістэнцыялізме складаюць пытанні наконт пераходу ад несапраўднага існавання да сапраўднага (экзістэнцыі). Пераход да экзістэнцыі часта здараецца ў памежных сітуацыях.

Васіль Быкаў – выдатны беларускі пісьменнік, мысліцель, творчасць якога мае велізарнае значэнне для нашай краіны і свету. Чалавек, які на працягу ўсяго свайго жыцця расплюшчваў людзям вочы на праўду, паказаў падзеі XX стагоддзя ў сапраўдным абліччы. Мастак слова, які быў надзелены талентам глыбіннага пранікнення ў чалавечую сутнасць, што дае падставы знаходзіць экзістэнцыяльныя матывы ў яго творчасці. Пісьменнік ставіць сваіх герояў у памежныя сітуацыі, востра ўздымае праблему свабоды і яе

абмежавання, прапануе героям выбар паміж жыццём і смерцю, але часцей паміж смерцю і, зноў-такі, смерцю. Творы Васіля Быкава прасякнуты глыбокім псіхалагізмам, бо аўтар аналізуе ўнутраны свет чалавека, яго памкненні, пачуцці, думкі – усё, што складае сапраўднае існаванне асобы.

У апавесці «Сотнікаў» Васіль Быкаў уздымае праблему адказнасці людзей за іх уласны выбар, высвятляе прычыны маральнага падзення, здрадніцтва адных і духоўнай велічы, высакароднасці другіх. Героі робяць выбар паміж жыццём і смерцю – знаходзяцца ў памежнай сітуацыі. Сотнікаў выбірае памерці, але захаваць сваю сутнасць, перайсці да сапраўднага існавання. Рыбак абірае жыццё, але дзеля гэтага ідзе на здраду. Ні адзін герой, ні другі не адчуваюць палёгкі або ўнутранай разняволенасці пасля зробленага выбару.

Беларуская версія экзістэнцыялізму – песімістычная філасофская канцэпцыя, якая сцвярджае, што ніякае дзеянне не дазволіць чалавеку жыць, калі свабода абмежаваная. Дзеянне прыводзіць да чарговага тупіка, з якога няма выйсця. У такіх умовах чалавек не можа выбраць сябе, стварыць сябе. Гэтым Васіль Быкаў паказвае жорсткасць і бесчалавечнасць таталітарнага рэжыму, які пазбаўляе чалавека свабоды.

П. Бегунова

К ВОПРОСУ О НАУЧНОЙ ОБОСНОВАННОСТИ ПОНЯТИЯ «ОРАНЖЕВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ»

Под «оранжевой революцией» обычно понимается широкая кампания мирных протестов, митингов и забастовок, которая происходила в ряде городов Украины с ноября 2004 по январь 2005 гг. Своего рода «вторым изданием» оранжевой революции стал Евромайдан 2013–2014 гг. в Киеве, который закончился смещением президента Януковича. В политических дискуссиях понятие «оранжевая революция» чаще всего используется в оценочном смысле для дискредитации политического противника. Можно ли придать ему более строгое, приближенное к научному звучание? Попробуем разобраться в этом, сопоставив его с близкими по смыслу понятиями «государственный переворот», «бархатная революция» и «революция».

Под государственным переворотом, как правило, понимают смену власти в государстве, осуществляемую с нарушением действующих на данный момент конституционных и правовых норм, обычно с применением силы для захвата центров управления государством и осуществлением физической изоляции действующих его руководителей. В Украине до сих пор ведутся ожесточенные споры о том, был ли Евромайдан 2014 года государственным переворотом. Его участники и сторонники это отрицают, утверждая, что это была «революция достоинства». Однако если рассматривать это событие с сугубо правовой точки зрения, это, безусловно, был государственный переворот, который привел к смене действующей на тот момент власти неконституционным путем.

«Бархатная революция» – это бескровный, ненасильственный способ, качественного изменения политической системы общества в результате прихода к власти новых социально-политических сил. Данное определение позволяет установить радикальное отличие «бархатной революции» от «оранжевых революций» в Украине. Майданы 2006 и 2014 годов не повлекли за собой «качественного изменения политической системы общества» и привели лишь к некоторым изменениям политического курса. Кроме того, Евромайдан 2014 года не был «бескровным и ненасильственным» и повлек за собой многочисленные жертвы.

Остается главное сопоставление понятий «революция» и «оранжевая революция». Применительно к Украине оно выглядит парадоксально, потому как ни первый, ни второй майдан революцией, в строгом смысле этого слова, назвать нельзя. Само понятие «революция» означает радикальный переворот в общественно-политических отношениях, насильственным путем приводящий к смене всего общественного строя. Ничего подобного после «оран-

жевых революции» в Украине не случилось. При всей значимости этих событий они не решили стоящих перед страной проблем, создав лишь иллюзию революционности. Таким образом, можно сделать вывод, что понятие «оранжевая революция», равно как и понятие «революция достоинства», в Украине не имеет сколь-либо строго научного смысла и используется политическими противниками преимущественно в пропагандистских целях.

Я. Горбачевская

ОСНОВАНИЯ ПРИЗНАНИЯ ФИКТИВНОГО БРАКА НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Брак – это оформленный в законном порядке добровольный союз мужчины и женщины, целью которого является создание семьи, а также взаимные права и обязанности. Согласно ст. 45 Кодекса Республики Беларусь о браке и семье (КоБС), указанное соглашение признается недействительным, если у обеих сторон не было намерения создать семью (фиктивный брак). При отсутствии такого намерения у одной из сторон брак может быть признан недействительным как заключенный под влиянием обмана, т.е. без взаимного согласия, необходимого для заключения брака.

Причинами заключения фиктивных браков являются: получение иностранцами гражданства Республики Беларусь, улучшение жилищных условий, получение пенсии, наследства и т.д.

Согласно ст. 46 КоБС, признание брака недействительным производится в суде. Иск вправе предъявить: один из супругов; лицо, права которого нарушены; органы опеки и попечительства; прокурор или органы внутренних дел.

Совет Министров Беларуси постановлением № 891 от 10 июня 2010 г. утвердил Положение, согласно которому разработан порядок получения органами внутренних дел документов и сведений, подтверждающих, что брак с гражданином Беларуси или постоянно проживающим здесь лицом, заключен иностранным гражданином или лицом без гражданства исключительно в целях получения разрешения на постоянное проживание в нашей стране.

Согласно статье 49 КоБС, у лиц, состоявших в браке, признанном недействительным, никаких прав и обязанностей супругов не возникает. Доли приобретенного в таком союзе имущества определяются на основании Гражданского кодекса Республики Беларусь.

Если один из супругов скрыл от другого, что состоит в браке, то при признании союза недействительным суд вправе взыскать с него средства на содержание лица, состоявшего с ним в недействительном браке, по правилам статей 29–33, 40 КоБС, а также применить к имуществу, приобретенному этими лицами совместно с момента заключения брака до момента признания

брака недействительным, правила, установленные статьями 23–26, 41 КоБС. Супруг, не знавший о наличии препятствий к заключению брака, вправе сохранить фамилию, избранную им при регистрации. Признание брака недействительным не влияет на права детей, родившихся в таких отношениях, в том числе не исключает возможности заключения Соглашения о детях.

Таким образом, фиктивный брак является прямым нарушением действующего законодательства Республики Беларусь. Заключенный как сделка, он может быть признан судом недействительным, а в отдельных случаях предусматривается и юридическая ответственность.

В. Дайнеко

ПАКТ МОЛОТОВА–РИББЕНТРОПА В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИКИ ПАМЯТИ СОВРЕМЕННЫХ ЕВРОПЕЙСКИХ ГОСУДАРСТВ

Под политикой памяти в современной Европе понимается деятельность государства и гражданского общества, направленная на утверждение того или иного образа прошлого в массовом сознании и в международных отношениях. Википедия определяет политику памяти (или историческую политику) еще более узко: как «набор приемов и методов, с помощью которых находящиеся у власти политические силы, используя административные и финансовые ресурсы государства, стремятся утвердить определенные интерпретации исторических событий как доминирующие». Тем самым историческая наука и происходящие в ней дискуссии становятся элементом большой политики, в которой участвуют государства и содружества. При этом исторические факты и события нередко искажаются в угоду конъюнктурным политическим соображениям и становятся средством политической борьбы с идеологическим (геополитическим) противником.

Политическое и экономическое противостояние западных и восточных европейских государств имеет длительную историю. После распада СССР и социалистического лагеря в странах Восточной Европы начался процесс декоммунизации, связанный с переосмыслением и переоценкой прошлого. Одной из его страниц, вызывающей жаркие споры, стала интерпретация пакта Молотова–Риббентропа, подписанного в 1939 году между СССР и Германией. В Европе, за исключением некоторых восточно-европейских стран, этот исторический факт трактуется как предательство и первопричина Второй мировой войны. Доказательством этого служат резолюции и декларации Европейского парламента, а также «Пражская декларация о европейской совести и коммунизме». Суть данных документов заключается в уравнивании нацистской и коммунистической идеологии.

Российская Федерация считается правопреемником СССР и выступает как ответчик в этом споре. При том, что в этой стране начиная с 1990-х годов также происходит декоммунизация. Тем не менее налицо противостояние,

примером служит принятие резолюции Европейского парламента от 19 сентября 2019 г. и ответный комментарий как Министерства иностранных дел, так и президента Российской Федерации. Кроме взаимных обвинений в искажении истории ни польской (которая стала инициатором этой резолюции), ни российской власти не удалось добиться хоть сколько-нибудь положительного результата. Министерство иностранных дел Российской Федерации, следуя советской историографической традиции, называет в качестве истинной причины Второй мировой войны Мюнхенское соглашение 1938 г. и саму политику умиротворения агрессора со стороны европейских государств.

Таким образом, мы имеем очередное доказательство того, что история становится оружием в руках политиков и используется не столько для установления исторической правды, сколько для достижения экономических и политических побед над противником.

М. Дингилевская

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТА ЛИЧНОСТИ И. СТАЛИНА

Личность Сталина до сих пор остается одной из самых неоднозначных в истории. Одни считают его великим вождем, другие – жестким диктатором. Виной всему служит явление *культа личности*, благодаря чему Сталин так долго удерживал свои лидирующие позиции в государстве.

Культ личности – возвеличивание ролей и функций человека, занимающего, руководящую должность в государстве, что наиболее характерно для стран с авторитарным или тоталитарным политическим режимом. Идея самого культа заключалась в том, чтобы советский народ во всем был обязан своему вождю. Вокруг Сталина создавался образ непогрешимого правителя: по отношению к нему использовались титулы «великий вождь», «вождь и учитель».

Предпосылки формирования культа личности были как объективными, обоснованными историческим и культурным положением страны в те годы, так и субъективными, связанными с личностными качествами Сталина. И субъективные, и объективные предпосылки можно объяснить потребностью в идеологическом обеспечении функционирования тоталитарной системы, манипулировании общественным сознанием и его мифологизации.

В качестве субъективных факторов культа личности можно рассматривать такие качества Сталина, как подозрительность и злопамятность. Еще Ленин отмечал, что «стоит обдумать способ перемещения Сталина с поста генсека и назначить кого-то более терпимого, лояльного и внимательного к товарищам; менее капризного». Сам Сталин, стремясь создать образ «отца народов», руководствовался главным принципом психологии масс: «Для

толпы нужно быть богом или ничем». Формирование культа личности Сталина связывают с уровнем политической культуры руководства страны. После чистки партии 1929 г. высшие государственные руководители начали бояться Сталина и верили, что если они поддержат его, то они и их семьи смогут избежать репрессий. Таким образом, сама партия стремилась упрочить свои позиции посредством поддержания культа личности.

В качестве объективных предпосылок выступает низкий уровень политической культуры населения, допускающий существование народной веры в величие и непогрешимость вождя. Это объясняется положением государства в то время: недавние революция и гражданская война, массовый голод и разгул криминала. Народу нужен был жесткий правитель, который смог бы навести в стране порядок любой ценой. Население страны безоговорочно верило в правильность поступков своего руководителя и готово было слепо идти за ним.

Вряд ли СССР в то время мог избежать культа личности Сталина. Возможно, предотвратив некоторые из предпосылок, можно было бы минимизировать его последствия для страны и народа.

А. Журавлева

ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА: ПОЛИТИЧЕСКИЙ РАКУРС РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Глобальное изменение климата является одной из самых важных проблем современности, затрагивающих интересы всех стран и народов, а также будущее всего человечества, и имеет комплексный, системный характер. Для успешного ее решения, от чего зависит социальный прогресс и сохранение цивилизации, требуются объединенные усилия всех стран и народов.

Факт глобального изменения климата подтвержден научными наблюдениями и не оспаривается большинством ученых, его невозможно оспорить, но смягчить негативные последствия можно. Все климатические изменения непременно оказывают существенное воздействие на условия жизни граждан и являются серьезным фактором риска для здоровья населения. Основная мера, которую должна предпринять каждая страна, – это снижение объемов выбрасываемых в атмосферу парниковых газов. Политики ставят задачи по сокращению данных выбросов, более масштабному применению возобновляемых источников энергии, а также повышению эффективности использования энергии обычных энергетических ресурсов.

Такие проблемы требуют международных договоренностей и условий, которые закреплены в некоторых документах (Рамочная конвенция ООН, Киотский протокол, Парижское климатическое соглашение). По этим документам все страны призваны предпринимать определенные меры

несмотря на то, что их положение различается и они имеют разные условия. В то же время страны несут ответственность за принятие мер как по смягчению последствий изменения климата, так и по адаптации к ним.

Республика Беларусь, как и другие европейские страны, несомненно, предпринимает действия для решения этой глобальной проблемы. В частности она твердо намерена и дальше предпринимать усилия по адаптации к изменениям климата и смягчению воздействия на него. В стране активно разрабатываются нормативные документы, определяющие рамки деятельности Беларуси по решению климатических проблем.

Политика и меры для решения проблемы дают определенный эффект и замедляют изменение климата. Многие государства стремятся к тому, чтобы предпринимаемые действия оказали положительное влияние. Бездействие в этом вопросе может привести к катастрофическим последствиям.

Д. Зобнина

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЯМОЙ ДЕМОКРАТИИ В ШВЕЙЦАРИИ

Прямая демократия – форма политической организации и устройства общества, при которой основные решения иницируются, принимаются и исполняются непосредственно гражданами. При этом между волей народа и ее воплощением в решения нет опосредующих звеньев – народ сам участвует в обсуждении и принятии решений. В Швейцарии прямая демократия сочетается с представительной.

В некоторых швейцарских кантонах прямая демократия имеет давние традиции и берет начало с XIV века. С 1848 г., когда Швейцария стала федеральной страной, инструменты прямой демократии были установлены и на общенациональном уровне. Федеральная конституция ввела принцип проведения обязательных референдумов для изменения конституции, принцип использования народной инициативы для полного пересмотра конституции. Дальнейшие права референдумов были установлены в 1874 г., а использование народной инициативы для частичного пересмотра конституции – в 1891 г. Основными элементами прямой демократии являются народные инициативы – право граждан предложить новый закон и референдумы, позволяющие учитывать мнение граждан по важнейшим вопросам государственной жизни.

Референдумы могут быть двух уровней: кантональный и федеральный. На кантональный референдум можно вынести на рассмотрение вопрос об изменении закона. На федеральном уровне нельзя использовать инициативу как инструмент пересмотра или принятия нового закона. Чтобы инициатива была вынесена для голосования народом, она должна быть оформлена в виде готового законопроекта. Вместе с тем существует вероятность, что Феде-

ральное собрание может представить контрпроект со своими предложениями. Если большинство кантонов проголосовало за один проект, а граждане за другой, то оба проекта не принимаются. Также с помощью этих референдумов народ может менять как местные или союзные законы, так и конституцию страны.

Как правило, четыре раза в год население на референдумах выражает свое мнение, в среднем, по пятнадцати вопросам. Темы, которые обсуждаются на референдумах, могут быть абсолютно разными. Например, на референдуме, который проводился в феврале 2020 г., на обсуждение были вынесены вопросы: «Доступное жилье» и «Антидискриминационное законодательство».

Положительными сторонами прямой демократии являются возможность граждан принимать участие в управлении своим городом, кантоном и страной, компромиссное принятие решений и законов, устраивающих большинство. Однако процесс принятия важных и необходимых решений может занять много времени и даже привести к нулевому результату, что можно рассматривать как недостаток прямой демократии.

Вместе с тем именно такая демократия отвечает потребностям современного швейцарского общества и создает баланс сил в стране.

Е. Кандыба

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛУЧЕНИЯ ГРАЖДАНСТВА В ПОЛЬШЕ

В современном мире миграция приобрела масштабный характер. Граждане разных государств находятся в поисках страны, где их профессия высоко ценится и является высокооплачиваемой, можно получить качественное образование, высокий уровень жизни. Одним из таких плацдармов является Польша, которая расположена в центре Европы, входит в различные экономические и политические союзы и имеет стабильно развивающуюся экономику. По данным управления по гражданству и миграции Польши, на начало 2020 года здесь проживало 25,6 тысяч белорусов с действительными видами на жительство.

В настоящее время в рассматриваемом государстве действует достаточно простая процедура получения гражданства по сравнению с другими странами Евросоюза. Этому способствовала, в первую очередь, лояльная миграционная политика, так как экономический рост здесь в последнее десятилетие связан с притоком иностранной рабочей силы.

В Законе о гражданстве, принятом в 2009 году и вступившем в силу в 2012 году, указаны 4 отдельные процедуры, на основании которых можно получить польское гражданство:

1) согласно праву или путем репатриации – репатриация предусмотрена для тех граждан, у которых родственники до второго колена являлись князьями, поляками или военнопленными – срок рассмотрения заявки – до трех лет;

2) восстановление польского гражданства – если человек по каким-либо причинам его утратил до 1999 года, он имеет право обрести гражданство вновь – это упрощенная процедура, длится не более 1 года;

3) присвоение польского гражданства Президентом:

- получение гражданства с Картой Поляка – срок рассмотрения 4–12 месяцев;

- получение гражданства на основании ведения предпринимательской деятельности – срок рассмотрения занимает до 5 лет;

- получение гражданства в связи с обучением или работой – до 5 лет;

4) признание польским гражданином – получение польского гражданства на основании «корней».

Таким образом, ежегодный приток мигрантов на территорию Польши, в том числе из Беларуси, объясняется, в первую очередь, качественным образованием, возможностью получить международный диплом, европейское гражданство, свободой передвижения по странам Евросоюза, географическим положением и близостью границы с нашей страной.

Д. Капитанчик

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В КОНТЕКСТЕ ОПТИМИЗАЦИИ МЕХАНИЗМОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Глобальная сеть стала неотъемлемой частью повседневного существования и оказывает значительное влияние на политическую сферу жизни общества. Интернет-ресурсы непрерывно видоизменяют механизмы политического управления, внося качественно новые элементы, что имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Глобальная сеть активно используется в качестве канала политической коммуникации, что позволяет властвующим институтам советоваться с народом в кратчайшие сроки. Это не только увеличивает интерес граждан к политике, но и, как следствие, приводит к активному участию масс в политических процессах. В то время как информационные порталы, социальные сети, видеохостинги и др. являются важными инструментами для выяснения их интересов.

Способами использования интернет-ресурсов для оптимизации механизмов политического управления являются: совершенствование контроля за информацией путем тесного сотрудничества со СМИ; создание и развитие технологий «электронного правительства»; прямое общение политических деятелей с гражданами в социальных сетях (например, Twitter) для повы-

шения легитимности власти и работы над имиджем; применение электронных петиций для решения не глобальных, но важных вопросов жизни общества.

К проблемам, связанным с реализацией способов воздействия интернет-ресурсов на политическое управление, относятся следующие обстоятельства: распространение СМИ ложной или искаженной информации; невозможность полностью решить противоречивую ситуацию, связанную с проверкой достоверности информации, которая находится в Интернете; возможность использования деструктивной оппозицией глобальной сети в качестве своего продвижения; отсутствие во многих странах нужной технологической базы и определенных условий для активного внедрения современных технологий в сферу политики. Необходимо отметить, что политическая власть в различных регионах мира не рассматривает электронные петиции всерьез.

Сосуществование Интернета и политики является важным вопросом современности. Особое внимание уделяется возможности их своеобразного симбиоза. Различные интернет-ресурсы могут быть использованы для оптимизации механизмов политического управления. Однако Интернет имеет колоссальную силу, которую можно сравнить с гипнозом. Чем больше возможностей в нем появляется, тем тяжелее людям отказаться от него. Политическая сфера, как и другие сферы общественной жизни, в данных условиях просто вынуждены искать пути их совместного развития с интернет-ресурсами. В то же время все еще остались страны, в которых технологии глобальной сети плохо развиты или мало используются, что облегчает процесс управления обществом и контроль за информацией. Но успешный опыт многих стран, относящихся к развитым локальным цивилизациям, показывает, что использование различных интернет-ресурсов при осуществлении политического управления способно укрепить демократические процессы.

С. Винничек, Я. Лантас

КИБЕРСПОРТ КАК ОБЪЕКТ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Одним из приоритетных направлений развития Республики Беларусь является пропаганда здорового образа жизни и популяризация спорта. В связи с этим на современном этапе перспективным можно считать развитие интеллектуального спорта. Главной составляющей здесь является элемент соревнования, где всегда есть победитель.

Отечественное законодательство киберспорт определяет как вид регламентированной соревновательной деятельности, предшествующей деятельности по подготовке к состязаниям, которая осуществляется при помощи смоделированного программным обеспечением виртуального пространства

между командами или отдельными участниками, а технологии выступают в роли спортивного инвентаря. Важным элементом виртуального спорта выступает создание игр и спортивных симуляторов. В связи с этим возникает вопрос о защите прав интеллектуальной собственности разработчиков, программистов и компаний, так как в мире наиболее остро стоит вопрос о теневом рынке контрафактных и пиратских копий такого продукта.

В Беларуси правовая охрана компьютерных игр регламентируется: Гражданским кодексом (главы 60–68); законами «Об авторском праве и смежных правах», «О товарных знаках и знаках обслуживания», «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы».

Игровая компьютерная программа целиком является объектом авторского права, но юридически не определено, кто именно будет автором части, элемента такого объекта: видеоролика, музыки, меню игры и др. В видеоиграх также имеются аналогичные неохранные элементы: правила в определенном спортивном симуляторе, метод проведения, собственно идеи, методы, системы, способы, концепции и принципы; название, которое состоит из набора обычных слов или из одного слова; аудиовизуальные объекты, произведение графики и дизайна в самой игре.

Флаги стран, за которые участнику предоставляется возможность играть в составе сборных команд, а также гимны перед началом матча не являются объектами охраны. Однако, как и в случае с песнями, использование гимна должно осуществляться на основании лицензионного договора

Таким образом, благодаря высокому технологическому прогрессу в компьютерной индустрии виртуальный спорт с каждым годом динамично развивается и захватывает все игровые жанры и дисциплины. В Республике Беларусь создана правовая база для охраны авторских прав в сфере компьютерных технологий и программ, используемых в том числе и в киберспорте, однако существуют пробелы в законодательстве, связанные с защитой отдельных элементов указанных объектов интеллектуальной собственности.

П. Лебедченко, К. Биза

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫДАЧИ НОТАРИАЛЬНОЙ ДОВЕРЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современном мире все отношения строятся на сделках, среди которых выделяют выдачу нотариальной доверенности. Вопросы оформления указанного документа в Беларуси регулируются статьями 186–190 Гражданского кодекса.

Согласно действующему законодательству, доверенность – это односторонняя сделка, которая представляет собой письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом (представляемым) другому (представителю) для

представительства перед третьими лицами, удостоверенное в определенном порядке. Рассматриваемый документ выдается только дееспособными гражданами на совершение правомерных юридических действий.

Нотариальная доверенность составляется письменно и заверяется у нотариуса. Иногда роль последнего могут выполнять соответствующие должностные лица организаций. Обязательными реквизитами здесь являются: дата выдачи, фамилия, имя, отчество и место жительства обеих сторон.

Законодательством установлен максимальный срок действия доверенности – 3 года. Если срок не указан, он составляет 1 год.

Гражданский кодекс Беларуси определяет 3 вида доверенностей:

1) генеральную – предоставляет максимальный спектр полномочий, кроме дарения и акта благотворительности (т.е. необходимо указание на одаряемого или получателя и предмет дарения);

2) специальную – выдается на совершение лицом однородных действий на протяжении срока ее действия (например, получение заработной платы в течение года);

3) разовую – для совершения однократного действия (например, получение денег по почтовому переводу).

Основаниями прекращения действия доверенности являются:

1) истечение срока ее действия;

2) отзыв доверителя;

3) закрытие компании-доверителя или в случае смерти лица, которое выдало доверенность или которому она выдана;

4) признание субъекта недееспособным или безвестно отсутствующим.

Законодательством предусмотрена также процедура нотариального передоверия, в силу которого полномочие представителя передается другому лицу. На основной доверенности обязательно делается отметка о передоверии.

Таким образом, в Республике Беларусь юридически четко регламентированы вопросы выдачи доверенности, что позволяет представляемому лицу наделить правами и обязанностями своего представителя в определенных жизненных ситуациях.

О. Мельник

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В последнее время все больше и больше стали говорить об «электронном правительстве». Однако пока далеко не все представляют себе, что это такое и о чем идет речь. Электронное правительство подразумевает эффективное использование новых технологий и, в первую очередь, Интернета, для улучшения взаимоотношений и усовершенствования связей между

государственными службами и обществом. Преимуществами электронного правительства является повышение степени участия граждан в процессах государственного управления, обеспечение прозрачности и доступности информации, а также сокращение возможностей для коррупции. Создание электронного правительства – сложный и многогранный процесс. В Беларуси очень многое сделано с точки зрения развития инфраструктуры, а индекс человеческого капитала оценивается как высокий. Это означает, что люди готовы к восприятию новых идей и к реальному взаимодействию с данным проектом, поэтому данная тема в Беларуси очень актуальна. Рейтинг развития электронного правительства стран определяет ООН на основе взвешенного индекса оценок по трем составляющим: степень охвата и качество интернет-услуг, уровень развития ИКТ-инфраструктуры и человеческий капитал. Среди 193 стран мира Беларусь занимает почетное 38 место. Правительство Беларуси уже работает в электронном формате. Наиболее успешны в этом Министерство здравоохранения и Министерство образования. Около 65 % документооборота проходит в электронном варианте, что позволяет работать более динамично. Достигнуты значительные успехи в развитии национальной информационной инфраструктуры. Завершена реализация программы ускоренного развития услуг в сфере ИКТ.

В Беларуси на данный момент созданы пока только базовые компоненты электронного правительства, также остаются вопросы к качеству его работы. Главная проблема – это отсутствие специального органа, который бы занимался развитием и распространением электронного правительства в стране. Требуется создать Агентство по вопросам электронного правительства, которое бы несло ответственность за это направление и за привлечение внимания к данной отрасли. Было бы целесообразным участие различных ИТ-компаний в реализации проектов электронного правительства. Перспективы развития предполагают, что в 2020 г. 75 % документооборота между юридическими лицами должно осуществляться в электронной форме, в 80 % школ будет введена электронная система обучения, все рецепты будут выписывать в электронной форме.

В настоящее время еще пока не существует единой концепции развития электронного правительства, а имеется лишь набор общих требований. Различные категории потребителей объединяет единое стремление получить более эффективные и усовершенствованные средства доступа к информации с тем, чтобы сделать взаимодействие с государственными органами более простым, быстрым и удобным.

**МОЛОДЕЖНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ В КОНТЕКСТЕ
РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ**

В современном стремительно развивающемся мире мы чаще слышим о проблеме возникновения политического экстремизма в молодежной сфере. Молодежный политический экстремизм – это приверженность к крайним взглядам и мерам, нацеленным на разрушение каких-либо систем в стране с применением насильственных или основанных на страхе форм воздействия среди молодежи.

Острая необходимость решения этой проблемы обуславливается тем, что молодежь является индикатором всех изменений и перемен в социуме. Возможность возникновения молодежного экстремизма обуславливается развитием современного информационного общества. Таким образом радикально направленные группировки получают неограниченный доступ к сознанию молодежи и могут осуществлять скрытую пропаганду насилия и преступности. Еще одной предпосылкой возникновения молодежного политического экстремизма может быть отсутствие высоких идеалов у молодежи.

Но несмотря на это, существует много возможностей преодоления стремительно развивающейся проблемы. В первую очередь необходимо усиление контроля за деятельностью СМИ, за распространением интернет-сайтов экстремистской направленности, ограничение пропаганды насилия. Важным является также повышение уровня образования и достаточное включение молодежи в трудовую деятельность, формирование и развитие системы патриотического и гражданского воспитания, являющейся сильным сдерживающим, блокирующим экстремизм фактором, пропаганда здорового образа жизни и внедрение конструктивных путей достижения жизненного успеха, воспитание гуманизма и толерантности в молодежной среде, повышение уровня культуры молодежи.

В борьбе с молодежным экстремизмом важную роль играет семейная профилактика, социальное оздоровление семьи, работа с неблагополучными семьями, поддержка семьи на государственном уровне. Также особое внимание следует уделить поведению маргинально ориентированных подростков и процессу предупреждения преступлений, являющихся питательной почвой для экстремизма.

Молодежный экстремизм имеет достаточно высокий темп развития, но решение данной проблемы в значительной степени возможно благодаря поиску качественно новых подходов и ее изучению, осуществлению конкретных мер, которые помогут снизить уровень политического экстремизма среди молодежи.

БЕЛОРУССКО-БРИТАНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ БРЕКСИТА

Тема брексита была серьезно поднята еще в первой половине прошлого десятилетия. Еще тогда политологи были заинтересованы в предсказании развития событий после него и предполагали, как изменится баланс сил в Европе, если он все-таки случится. Различные варианты развития событий описывались в научных работах и трудах ученых, которые публиковались в значительном количестве, а издательства огромными тиражами издавали книги о брексите, которые в момент становились лидерами продаж в силу исключительности темы.

В настоящей работе мы хотим посмотреть на столь актуальную тему с другого угла и, конечно, проанализировать, получают ли граждане Беларуси что-нибудь позитивное в контексте сложившейся ситуации. Поскольку в последнее время проблемы Беларуси и России по газовому вопросу обострились, желание иметь на Западе противовес России совершенно понятно. Однако маловероятно, что ЕС в любом своем составе предпримет какие-то очень уж решительные шаги в защиту Беларуси. Так что в политическом плане для нашей страны брексит вряд ли сыграет серьезную негативную роль.

Великобритания может ввести санкции против Беларуси в ответ на недавний смертный приговор от 6 марта 2020 г. в отношении 29-летнего жителя Слуцкого района Виктора Скрундика, признанного виновным в убийстве двух пенсионеров и покушении на жизнь третьего человека, так как в закон 2018 г. внесли так называемую «поправку Магнитского», предусматривающую возможность запрещать въезд и замораживать активы лиц, причастных к серьезным нарушениям прав человека во всем мире. А в ЕС данный поступок Беларуси просто осудили.

Тема белорусско-британских отношений после брексита в отечественных СМИ практически не освещена. Возможно, причина этому – отсутствие сильных изменений во взаимоотношениях. Президент Республики Беларусь отметил, что в брексите есть и много положительных моментов. Мы можем наблюдать расширение возможностей для торговли с Великобританией, например, предложить что-то из IT-технологий уже без посредника в виде Брюсселя.

Хотя описанные выше изменения и имеют крайне незначительный вклад в отношения Беларуси и Великобритании, напряжение между Беларусью и Россией может изменить направление развития отношений первых. Вместе с тем, Великобритания стала избирательней в выборе союзников и партнеров. Еще жестче британцы стали относиться к миграционной политике – это

обстоятельство может изменить векторы миграционной активности граждан Республики Беларусь, так как теперь бонусов гражданам ЕС на рабочие места не будет.

В целом от брексита белорусам не нужно ждать чуда. У Беларуси появляются новые возможности – их нужно использовать.

О. Никитенко

ОСОБЕННОСТИ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ ЛИБЕРАЛЬНОЙ ИДЕОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИКЕ

Либерализм – одна из основных идеологий в политике, возникшая еще в XVIII в. и получившая широкое распространение в мире. Центральное место в данной идеологии занимает свобода личности и ее право на самореализацию.

В классическом либерализме государству отводилась минимальная роль в обществе: оно должно было поддерживать общественный порядок и обеспечивать внешнюю защиту, регулировать отношения между гражданами, охранять частную собственность. Важная идея либерализма – полное равенство всех людей перед законом. Со временем либеральные идеи перестали отвечать экономическим интересам общества, из-за чего они были изменены. Прежде всего, речь идет о возможности государства воздействовать на экономику. Разные представления о возможности такого воздействия и взгляды относительно средств на достижение процветания в обществе способствовали формированию новых направлений в либерализме. Одним из таких направлений явился социальный либерализм, который можно рассматривать как политическую идеологию и как осуществляемую на практике технологию.

Социальный либерализм поддерживает основные либеральные идеи о свободе и равенстве, но имеет и свои собственные. Важнейшая из них – расширение прав государства по вмешательству в социальную и экономическую сферы. Государство должно заботиться о социальной справедливости и поддерживать конкурентную рыночную среду, а также через налоги взимать часть доходов и распределять их между бедными слоями населения, что будет способствовать экономическому росту страны. Один из принципов социал-либерализма – сочетание индивидуальной свободы с социальным благополучием: только в обществе человек может реализовать свой потенциал. Свобода означает возможность развития как индивида, так и коллектива, а собственность становится инструментом в достижении свободы. Жесткая конкуренция была заменена сотрудничеством. Это привело к тому, что идея равенства возможностей превратилась в идею равенства условий, то есть социальный либерализм ориентируется на то, чтобы у людей были равные начальные условия для развития своего потенциала. Социальный

либерализм как политика стал реальностью стран Запада и показал себя как эффективная посткризисная технология переустройства общества в США в период Великой депрессии, в Германии после Второй мировой войны.

Таким образом, социальный либерализм стал чем-то совершенно новым среди политических идеологий. И непосредственно на его основе в современном мире развиваются и совершенствуются идеи демократии, к достижению которой стремятся многие страны мира.

В. Николаевич

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ СОЗДАНИИ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Одним из самых популярных видов политической рекламы в современном мире является *визуальная*. Она имеет много преимуществ и поэтому активно используется при проведении избирательных кампаний. Качественная политическая реклама может существенно помочь потенциальному избирателю определиться с выбором кандидата. И, напротив, ошибки при ее создании могут сформировать о нем неправильное или вовсе негативное впечатление. Целью данного исследования, проведенного на материале примеров визуальной политической рекламы современных российских политических деятелей, является анализ наиболее распространенных ошибок при создании визуальной политической рекламы.

В результате анализа были выявлены четыре наиболее часто встречающиеся ошибки, характерные для современной политической рекламы в России. Первая – отсутствие в тексте рекламы конкретной информации о выдвигаемом кандидате. Вместо нее может содержаться или обобщенная информация без каких-либо пояснений, или же абстрактная фраза, имеющая мало общего с политической программой данного кандидата: «16 новых стадионов». Другой пример: «Выходя из дома, не забудьте выключить утюг!». Политическая реклама, содержащая подобный текст, мало информативна и не приносит избирателю какой-либо пользы.

Вторая ошибка – упоминание в тексте политической рекламы нелестных фактов и сведений из жизни кандидата, которые могут создать у электората негативное представление о политике: «Моя судимость (ст. 228 – сбыт наркотиков) погашена!». Несмотря на то что в данной политической рекламе кандидат демонстрирует свою честность и открытость перед электоратом, подобная информация может вызвать негативную реакцию. Далеко не все избиратели обладают критическим мышлением, позволяющим трезво оценить подобного рода факты из биографии кандидата.

Третьей ошибкой является включение в текст визуальной политической рекламы неуместного юмора, который может вызвать вопросы у избирателей: «Остаться честной и быть полезной не получилось!» Четвертая

ошибка заключается в наличии противоречия между изображением и текстом, содержащимися в визуальной рекламе. Примером может быть фотография кандидата, сидящего за столом со сложенными руками, надпись на которой гласит: «Мы не сидим сложа руки!»

Как видим, наиболее типичными ошибками при создании визуальной политической рекламы являются отсутствие конкретного посыла в тексте рекламы, упоминание нелицеприятных фактов из биографии кандидата в тексте рекламы, наличие неуместного юмора или противоречие между текстом и изображением.

И. Сапежинская

ОСНОВЫ МИГРАЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ЯПОНИИ

В современном мире Япония считается самобытной и «закрытой» страной. Это относится и к получению свободного доступа к официальным документам, в том числе в сфере миграционного законодательства. Имеющиеся источники не содержат глоссария с переводом на английский или другие языки.

Долгое время данное государство оставалось однородным в этническом отношении. Однако некоторые факторы способствовали модернизации и демократизации его законодательства. Хронологию развития миграционных потоков Японии условно можно разделить на шесть периодов, начиная с 1639 г. по настоящее время. В них просматриваются кардинальные изменения относительно указанной политики: от абсолютного «закрытия» до «ослабления контроля».

В настоящий момент выделяют три основные категории длительно проживающих иностранцев в стране: 1) постоянные резиденты; 2) трудовые мигранты; 3) беженцы. Вопросы въезда и пребывания иностранных граждан на территории Японии регламентируются Законом об иммиграционном контроле и признании статуса беженца 1951 г. с последующими изменениями. Для иммиграции на данную территорию необходимо иметь действительный паспорт и установленное Министерством юстиции разрешение на въезд. Существуют также основания для отказа во въезде: состояние здоровья, финансовое положение и т.д. Министерством юстиции Японии 24 мая 1990 г. разработан Циркуляр № 16 с последующими изменениями, где четко указано, в специалистах каких профессий заинтересовано государство. В Приложении II указанного документа определены статусы лиц, имеющих более тесные связи с данной страной: продолжительность проживания, родственные связи с ее гражданами или жителями.

Изменение приоритетов Японии после принятия Конституции 1947 г. привело к увеличению притока иностранцев и расширению сфер их деятельности. Государственная власть стала рассматривать данный процесс как

комплексную проблему и осуществлять миграционную политику на плановой основе. Всего было принято три Основных плана, направленных, в первую очередь, на смягчение и демократизацию законодательства.

В 2019 году произошел «радикальный переворот»: с 1 апреля в Японию законно въехали 345 тысяч иностранных трудовых мигрантов, занятых в 14 отраслях экономики, в том числе строительстве, сфере ухода за престарелыми людьми, сельском хозяйстве и др., что значительно улучшило текущее положение в данной стране. Этот шаг был продиктован тем, что длительная жесткая антимиграционная политика привела к проблемам на рынке труда: во многих сферах не хватало рабочей силы.

Таким образом, наибольший интерес в Японии как стране с консервативными взглядами представляет динамика изменений миграционных процессов в сторону лояльности действующего законодательства.

А. Сидорович, Д. Козел

УГОЛОВНО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В БЕЛАРУСИ ЗА ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА

Беларусь занимает 5-е место в мире и 3-е в Европе по количеству суицидов, что составляет 26 эпизодов в год на 100 тысяч человек. Наиболее распространенными причинами указанного негативного явления можно считать: психическое и физическое состояние здоровья, вредные привычки, зависимость от мнения окружающих и др. В последние годы добавился так называемый «эффект Вертера»: под влиянием СМИ, телевидения люди массово начинают подражать моделям поведения.

Уголовный кодекс Республики Беларусь в разделе «Преступления против жизни и здоровья человека» предусматривает две статьи, которые регулируют вопросы, связанные с некоторыми причинами суицида:

- 1) ст. 145 УК – «Доведение до самоубийства»;
- 2) ст. 146 УК – «Склонение к самоубийству».

Часть 1 ст. 145 УК устанавливает, что уголовно наказуемыми способами доведения до самоубийства или покушения на него являются:

- а) жестокое обращение с потерпевшим;
- б) систематическое унижение его личного достоинства.

Для наличия состава преступления по ст. 145 УК необходимы:

- 1) причинная связь между действиями лица, доведшего потерпевшего до самоубийства или покушения на него;
- 2) наступившие последствия такого поведения.

В части 2 ст. 145 УК предусматривается повышенная ответственность за то же деяние, совершенное в отношении лица, находившегося в материальной или иной зависимости от виновного или заведомо несовершеннолетнего.

Статья 146 УК устанавливает, что основным является возбуждение у другого лица решимости совершить акт суицида путем воздействия на сознание и волю другого лица. При этом не парализуется воля потерпевшего, решение он принимает самостоятельно. В качестве последствий этого преступления названо самоубийство потерпевшего или покушение на него.

Если вина доказана: 1) по статье 145 УК, то виновный в содеянном наказывается арестом или ограничением свободы на срок от 3 до 5 лет; 2) по ст. 146, ч. 1 УК – лишением свободы на срок до 2, а по ст. 146 ч. 2 УК – лишением свободы до 5 лет

Таким образом, рассмотренные преступления являются общественно опасными. Главная проблема при рассмотрении таких деяний заключается в их латентности, поэтому выявить состав преступления здесь крайне сложно. В связи с этим основной задачей общества и государства можно считать работу по их профилактике.

II. Слепцов

ВЛИЯНИЕ НАДНАЦИОНАЛЬНЫХ СТРУКТУР НА ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Знание и понимание массовых процессов и законов или хотя бы исторических закономерностей позволяют относительно небольшим группам направлять эти процессы. В XVIII в. появились три фактора, которые внесли качественное изменение в исторический процесс. Это начало формирования массового общества, небывалое усиление финансового капитала и резкий рост общественной роли информационных потоков. Все это предоставило огромные возможности манипуляторам. В целом наднациональные структуры часто диктуют свою волю правительствам, парламентам, отдельным лицам. Но они ни в коем случае не представляют собой некий единый орган мировой верхушки. Мировая верхушка – совокупность семей монархов (не всех, разумеется), старой европейской аристократии, банкиров и промышленников. Это элита, изменяющая общество и корректирующая его развитие. Если какой-либо субъект меняется вместе с обществом, к элите он никак не относится.

Мир слишком велик и сложен, чтобы им управлять из одного центра. Это первое. Второе: мировая верхушка не едина. Клань конкурирует друг с другом. Они связаны между собой деловыми, родственными и оккультными связями, организованы в закрытые ложи, клубы, комиссии, представляя собой семейно-деловую паутину, существующую в ее нынешнем виде на протяжении 150–200 лет. Это вовсе не декоративные реликты Средневековья, каковыми их часто изображают, а один из сегментов того, что британский премьер Б. Дизраэли называл «хозяевами истории». Закрытые общества, раз возникнув, как правило, не исчезают, они трансформируются. Примерами

такой трансформации являются: жреческие организации древнего Ближнего Востока, Триады, тамплиеры, иллюминаты, англосаксонские клубы и многие другие. Вещество (люди), энергия (деньги) и информация (идеи), объединившись, приобретают надчеловеческие, надсоциальные качества и начинают существовать сами по себе, тщательно оберегая себя, свои границы и убеждая окружающий мир в том, что они как организации не существуют. В то же время вряд ли кто-то сможет оспорить тот факт, что далеко не все причины и мотивы происходящего в мире лежат на виду – наоборот, они скрываются; далеко не все цели общественной деятельности декларируются открыто. Нельзя отрицать того, что большая политика делается тайно, реальная власть – это тайная власть. Зона же функционирования «высоких финансов» также окутана ореолом таинственности. Конструирование социальных процессов – это схватка проектов, систем и элит, носящая глубоко латентный характер. Наиболее рельефно данное противостояние проявляется при капитализме, который как система невозможен без наднациональных структур.

Н. Солодинская

ОСОБЕННОСТИ ТОТАЛИТАРНОГО РЕЖИМА В XXI ВЕКЕ

Тоталитаризм – политический режим, при котором государство стремится к полному контролю над всеми сферами жизни общества и желает подчинить жизнь людей политической власти и господствующей идеологии. При тоталитаризме в государственном управлении присутствует крайний централизм: управление – это исполнение команд сверху. Центром такой системы является вождь, личность которого обожествляется. Существует одна правящая партия, концентрирующая в своих руках реальную власть. Характерен полный контроль над СМИ, системой образования, экономикой. Тоталитарный режим широко и постоянно применяет террор по отношению к населению, так как физическое насилие – главное условие для укрепления и осуществления власти. Идея о военной опасности важна для сплочения общества и превращения его в военный лагерь. Поэтому милитаризация – одна из главных характеристик тоталитарного режима.

Формирование тоталитарных режимов связывают со вступлением общества в индустриальную стадию и появлением СМИ, которые способствовали установлению полного контроля над личностью. В этот период также формируется коллективистское мировоззрение, появляется массовый тип партии, усиливается роль государства. Основной же предпосылкой появления таких режимов служит наличие системного кризиса в обществе.

Пример тоталитарного государства сегодня – Корейская Народная Демократическая Республика. В КНДР можно заметить множество особенностей тоталитаризма XX в. Неотъемлемыми чертами по-прежнему является ориентированность на милитаризацию, плановую экономику, полицейский

контроль и идеологизацию жизни. Вся власть в стране находится в руках Трудовой партии, а ее лидер обожествляется. КНДР продолжает существовать как закрытое государство, связь с мировым сообществом минимизирована. Поэтому за этой страной закрепился образ «страны-изгоя». Ее политика осуждается демократическими странами, и даже традиционные союзники – Китай и Россия – не проявляют полной поддержки. Жесткая политика изоляционизма не позволяет стране развиваться в соответствии с тенденциями научно-технического прогресса. КНДР возглавляет списки стран с низким уровнем жизни. Не имея средств коммуникации, Интернета, основная масса населения не осознает бесперспективность своего положения и не может получать информацию о внешнем мире. Монополизация СМИ и сильное идеологическое влияние на сознание народа помогает правительствам держать власть вот уже 70 лет.

Таким образом, все признаки современного тоталитаризма, который можно наблюдать в Северной Корее, соответствуют представлениям о тоталитаризме как феномене XX в. Современные процессы развития информационно-коммуникативных контактов различных стран, электронных СМИ, Интернета представляют основную угрозу для этого типа режима и способствуют его постепенной трансформации в сторону авторитаризма.

М. Станкевич

РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Долговременная экономическая, социальная и политическая стабильность любого государства практически невозможна без сформированного и активно функционирующего гражданского общества и его структур. Многочисленные общественные организации, в которых задействованы представители различных интересов социума, выступают в качестве своеобразных ячеек гражданского общества. Получая знания и осваивая новейший социально-политический опыт, молодое поколение граждан либо интегрируется в существующий социум и тем самым модернизирует его, либо постепенно отчуждается. Участие молодежи в общественно-политической жизни имеет принципиальное значение для развития страны. В Беларуси существует достаточно большое количество молодежных организаций разной направленности, среди наиболее известных: Общественное объединение «БРСМ», молодежная организация «Молодые демократы», Белорусский национальный молодежный совет, Объединение православной молодежи, Белорусский союз молодых предпринимателей, Белорусская ассоциация клубов ЮНЕСКО, волонтерские организации и другие.

Для более четкого понимания уровня вовлеченности молодых людей в работу молодежных организаций было проведено онлайн-анкетирование, в котором приняло участие 76 студентов МГЛУ. Исходя из результатов

анкетирования следует отметить, что несмотря на достаточно развитую сеть молодежных общественных организаций в Беларуси, многие молодые люди не осведомлены об их существовании и основных направлениях и целях деятельности. Достаточно большой процент молодежи не имеет мотивации для участия в жизни общественных организаций или не видит необходимости в членстве в них, так как считает, что молодежные организации не обладают достаточными полномочиями для решения важных для молодых людей вопросов. Данная ситуация может привести к отсутствию активной жизненной позиции, снижению уровня политической культуры и вторичной политической социализации подрастающего поколения, что в перспективе негативно отразится на развитии социума в целом.

Исходя из вышесказанного, молодежным общественным организациям и объединениям необходимо увеличить доступность информации об их деятельности, активно использовать средства массовой информации для привлечения молодых людей, дистанционно информировать о предстоящих мероприятиях и событиях. Необходимо добавить новые, популярные среди молодежи направления деятельности для активного вовлечения более широкого круга участников. Важным требованием является тесное сотрудничество общественных организаций с вышестоящими органами и рассмотрение предложений, которые вносят их участники.

Таким образом, при правильном объединении работы и постоянном активном сотрудничестве государственных органов, учреждений образования и молодежных общественных организаций может быть достигнута конечная цель – выработка активной гражданской позиции и стабильное развитие гражданского общества в стране при активном участии молодежи, которая является залогом успешного будущего страны в целом.

А. Третьяк

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в Беларуси активно развивается *франчайзинг* — особая процедура, согласно которой предприятия с отработанной технологией и известным брендом разрешают другим компаниям пользоваться своим именем.

Указанный механизм появился в отечественном законодательстве с принятием в 1998 г. нового Гражданского кодекса (ГК). Однако в ст. 910 данного нормативного правового акта не было определения такому договору. В нем присутствовала лишь отсылочная норма к специальному законодательству, которое содержало ряд пробелов, в связи с чем заключение указанного договора для белорусских субъектов хозяйствования оставалось невозможным.

27 февраля 2005 г. вступили в силу изменения, внесенные в ГК Законом Республики Беларусь № 316-З «О внесении дополнений и изменений в Гражданский кодекс Республики Беларусь по вопросам регистрации недвижимого имущества, состава участников ассоциаций и союзов, комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), правового режима имущества крестьянского (фермерского) хозяйства», что значительно активизировало такие отношения.

Согласно ст. 910 ГК, договор комплексной предпринимательской лицензии (договор франчайзинга) – соглашение, по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре срок или без указания срока лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования, товарного знака и других объектов интеллектуальной собственности правообладателя. Ст. 910-1 ГК установлена письменная форма такого договора с последующей регистрацией его в патентном органе.

В нашей стране, согласно статистике, рынок товаров и услуг франшиз наиболее активно внедряется предприятиями сначала на столичном рынке, а затем в областных центрах. Примером отраслей, где сегодня в Беларуси наиболее развиты франчайзинговые отношения, можно считать розничную торговлю и систему общепита (сети ресторанов «IL Патио», «Штолле», McDonald's и др.).

В республике национальные организации стали также создавать свои франшизы, некоторые из них получили популярность, например, компания «НТС». Активно открывает свои магазины за рубежом по системе франчайзинга, например, «Milavitsa».

Таким образом, франчайзинг – это: с одной стороны, наиболее действенный путь развития для компаний, которые уже достигли определенных вершин и нацелены на дальнейший рост; с другой – отличный шанс открыть успешный бизнес для любого желающего. В Республике Беларусь создана качественная правовая основа для такого рода деятельности.

К. Челнокова

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СУРРОГАТНОГО МАТЕРИНСТВА В БЕЛАРУСИ

Бесплодие – неспособность иметь детей и продолжить свой род – известна человечеству с древнейших времен. В связи с этим в качестве решения данной проблемы появилась идея суррогатного материнства.

В настоящее время Закон Республики Беларусь «О вспомогательных репродуктивных технологиях» от 7 января 2012 г. № 341 (Закон) под суррогатным материнством понимает вид вспомогательных репродуктивных технологий, заключающийся в соединении сперматозоида и яйцеклетки, изъятых из организма генетической матери, или донорской яйцеклетки вне

организма женщины, развитии образовавшегося в результате этого соединения эмбриона, дальнейшем переносе данного эмбриона в матку суррогатной матери, вынашивании и рождении ею ребенка.

Суррогатное материнство применяется на основе договора суррогатного материнства, типовой образец которого утвержден Советом Министров Республики Беларусь. Данное соглашение заключается в письменной форме между суррогатной и генетической матерями или женщиной, воспользовавшейся донорской яйцеклеткой, и подлежит нотариальному удостоверению.

Статья 22 Закона определяет, что суррогатной матерью может быть женщина в возрасте

а) от 20 до 35 лет включительно:

- состоящая в браке;
- имеющая собственного ребенка;
- без юридических препятствий;

б) в возрасте от 20 до 49 лет включительно при условии, что она является:

- родственницей генетической матери или женщины, воспользовавшейся донорской яйцеклеткой, или родственницей супруга генетической матери или супруга женщины, воспользовавшейся донорской яйцеклеткой, а также состоит в браке и имеет несовершеннолетнего ребенка;

- родственницей генетической матери или женщины, воспользовавшейся донорской яйцеклеткой, либо родственницей супруга генетической матери или супруга женщины, воспользовавшейся донорской яйцеклеткой, а также имеет совершеннолетнего ребенка и не имеет несовершеннолетнего ребенка.

Статья 23 Закона Беларуси определяет также права и обязанности суррогатной матери, например, право на возмещение понесенных расходов, обязанность регулярно проходить медицинские осмотры и вести здоровый образ жизни и др.

Таким образом, уровень развития современной медицины позволяет решить проблему бесплодия. В настоящее время законодательство Беларуси в полном объеме регламентирует данную процедуру.

Б. Щербо

ПРОЦЕДУРА ПОЛУЧЕНИЯ ГРАЖДАНСТВА В АВСТРИЙСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Австрийская Республика считается наиболее стабильной и безопасной страной Европейского союза. Ее рейтинг – один из самых высоких в мире.

Получение гражданства в данной стране регулируется Законами «О гражданстве» от 01.08.2013 г. и «О поселении и пребывании» от

01.01.2006 г., которые предъявляют жесткие требования к кандидатам: материальная стабильность, отсутствие судимости, владение государственным языком и т. д.

Здесь выделяют 4 способа получения гражданства:

1) по рождению («право крови») – дети, рожденные в браке, а также усыновленные до 14 лет, приобретают гражданство автоматически, если хотя бы один из родителей является гражданином Австрии;

2) в результате брака с гражданином Австрии – эта процедура предоставляет право получения гражданства через 6 лет после его заключения. Брачные отношения регулируются параграфами 89 и 90 Гражданского кодекса указанного государства, а также Законом «О браке»;

3) путем натурализации – требует соблюдения строгого перечня условий, в том числе ценза оседлости, который составляет 10 лет с правом снижения до 6 лет для некоторых категорий лиц. По истечении данного времени появляется возможность оформить бессрочное ПМЖ или подать заявку на гражданство;

4) за инвестиционную деятельность – более 20 лет в стране действует специальная программа ускоренного получения гражданства для состоятельных иностранцев (Закон «О гражданстве» §10). Для этого необходимо сделать крупный имущественный вклад в экономику Австрии, такой как создание новых рабочих мест, расширение экспорта, инвестирование свыше 10 млн евро в один из секторов австрийской экономики.

Первым шагом для получения гражданства является оформление разрешения на пребывание – вида на жительство (ВНЖ). Большинство категорий ВНЖ ограничиваются квотами и выдаются на 1 год (Закон «О поселении и пребывании» §13). Через 5 лет можно получить ПМЖ.

Австрийское законодательство запрещает двойное гражданство, кроме случаев: рождения на территории другого государства; признания беженцами; приглашения в страну выдающихся деятелей науки и искусства; отказа кандидатам в освобождении от гражданства в стране рождения.

Таким образом, миграционная политика Австрии сложная и бюрократическая, но при строгом соблюдении действующего законодательства иностранные граждане и лица без гражданства могут легально получить вид на жительство и гражданство в данном государстве.

С. Аванесов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях организация сервисной деятельности и принятие необходимых управленческих решений в этой области требует наличия и переработки значительного объема информации с использованием информационных технологий (ИТ).

По прогнозным данным расходы на системы управления взаимоотношениями с клиентами, электронную коммерцию, средства клиентской аналитики и другие решения, которые помогают компании привлекать и удерживать заказчиков, в 2020 г. вырастут до 33 % в суммарном объеме рынка ИТ.

В Республике Беларусь в отрасли компьютерных и информационных услуг работает более 971 компании, из которых государственными являются только 24 (менее 2,5 %) от общего числа компаний, большинство из которых расположены в Минске.

Показатель производства ИТ-услуг, по данным национальной статистики, включает издание программного обеспечения, разработку программного обеспечения и консультирование в этой области, обработку данных, деятельность, связанную с базами данных. В этот показатель также включены затраты организаций на разработку собственных ИТ-продуктов и услуг для внутреннего использования. Основная часть объема производства ИТ-продукции и услуг приходится на разработку программного обеспечения и консультирование в этой области (85 %).

В настоящее время налаживается поставка и наладка бесконтактной оплаты проезда в общественном транспорте (контракт Сбербанка с Минсктранс). Благодаря новым игрокам на рынке мобильной связи (А1), общая картина постепенно меняется в сторону улучшения качества связи, а также достигаются новые рекорды скоростей беспроводной (мобильной) передачи данных.

На современном этапе в рейтинге Международного союза электросвязи ООН по индексу развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index) Беларусь занимает 31 место среди 175 стран и поднялась на 10 позиций вверх по сравнению с 2013 г. Беларусь пятый год подряд входит в ТОП-10 экономик мира с наибольшей динамикой роста показателей ИТ, характеризующей не только технический уровень развития современной и информационно-коммуникационной инфраструктуры, но и то, как эта инфраструктура используется обществом, бизнесом и государством.

Таким образом, это весьма динамично изменяющаяся сфера, требующая постоянного мониторинга.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОТИВАЦИОННЫХ СИСТЕМ ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Технологии управления текучестью персонала в зарубежных компаниях представляют собой комплекс инструментов, способствующих повышению заинтересованности сотрудников и улучшению условий труда. Вопросы их оптимизации рассматриваются в первую очередь в контексте развития мотивационных систем.

Направлениями трансформации мотивационных систем компаний за рубежом являются: повышение прозрачности; усиление взаимосвязи между стратегией развития компании и формированием вознаграждения; создание мотивационной организационной среды, направленной на формирование идеологии и культуры предприятия; усиление мотивационной составляющей всех элементов управления персоналом на предприятии; разработка индивидуальных программ стимулирования для наиболее ценных руководителей и сотрудников; обеспечение отслеживания и учета тенденций рынка труда, количественных и структурных характеристик заработной платы в компании и отрасли в целом для построения и внесения изменений в существующую систему оплаты труда; совершенствование навыков мотивирующего руководства со стороны менеджеров всех уровней; своевременный пересмотр существующей системы вознаграждений персонала при изменении конъюнктуры рынка труда и стратегии развития предприятия.

Средствами достижения такого рода изменений являются: постепенная легализация доходов руководителей и сотрудников, установление зависимости конечных результатов работы предприятия и итогового вознаграждения персонала, очевидность качественных и количественных результатов работы, влияющих на вознаграждение; разъяснение целей и миссии организации всем сотрудникам. При наличии равных и несколько худших составляющих успеха (финансовых, организационных, материальных ресурсов) те компании, в которых осознана позитивная миссия и социально значимы цели, обладает более сильным мотивационным ресурсом.

Причины текучести кадров выявляются на основе системного мониторинга и анализа данных HR-департаментов и функциональных подразделений, изучения микроклимата в рабочих группах (наблюдения, беседы менеджеров с сотрудниками, анонимное анкетирование), внешнего аудита. Распространение получили беседы с сотрудниками, которые уже приняли решение покинуть организацию.

Практика корректирующих и предупреждающих управленческих решений по уменьшению текучести кадров позволяет существенно снизить показатели текучести и избежать потери инвестиций в стратегически ориентированное развитие человеческих ресурсов, минимизировать риски, связанные с оттоком инсайдерской информации и отрицательной селекцией персонала.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ КНР В СТРАНАХ ЕВРОСОЮЗА

В период с 2014 по 2018 г. на территории стран Евросоюза китайскими компаниями было заключено около 140 сделок слияний и поглощений, из них 44 сделки предполагают 100 % владение акциями китайскими инвесторами (практически треть от всех сделок), причем больше 120 сделок предоставили китайским инвесторам право владения более 10 % акций, что практически в большинстве крупных компаний означает владение контрольным пакетом.

Самые крупные сделки слияния и поглощения прошли в Великобритании и Германии. Покупка китайской инвестиционной корпорацией CIC складской и логистической компании в Великобритании Logisor в середине 2017 г. (сумма сделки составила 13,79 млрд долл). стала крупнейшей сделкой с частным капиталом в ЕС за всю историю. Правительство Китая активно стимулирует приобретение китайскими инвесторами складских, логистических, грузовых компаний в Европе и Азии. В 2017 г. было объявлено о покупке китайскими компаниями логистических фирм по всему миру на сумму 32,2 млрд долл., что в два раза больше, чем в 2016 году.

Основными реципиентами китайских инвестиций за последние три года стали Германия, Великобритания и Франция. В 2017 г. доля китайских инвестиций в эти страны достигла рекордного уровня и составила 75 % от всего объема китайских инвестиций в страны ЕС. Кроме того, в 2018 г. к основным европейским реципиентам присоединилась Финляндия, замыкая четверку наиболее привлекательных стран для китайских инвестиций в ЕС. На протяжении пятилетнего периода инвестиции в страны ЕС стабильно увеличивались, и их доля составляла больше 80 % от всех инвестиций в Европу, только в 2017 г. наблюдалось резкое снижение доли китайских инвестиций в страны ЕС до 53 %. Такая тенденция была связана с увеличением инвестиций в Швейцарию, где основным инвестором выступил китайский конгломерат компаний HNA Group.

В 2014 и 2015 гг. безоговорочными лидерами по привлечению китайских инвестиций были страны Южной Европы, в частности, основные финансовые потоки были направлены в Италию. За два года китайские инвестиции достигли 18,4 млрд долл., причем основные сделки слияния и поглощения произошли в энергетическом секторе. Однако начиная с 2016 г. ситуация начала меняться, и в лидеры по привлечению прямых китайских инвестиций вышли Франция, Германия и Великобритания. В этих странах китайские инвесторы были активны в таких секторах, как высокие технологии, недвижимость и производство транспортных средств. Географическая структура китайских инвестиций в Западной Европе в 2018 г. более диверси-

фицирована, чем в предыдущие годы: на фоне уменьшения доли капиталовложений в экономику Франции растут объемы поступлений в страны Северной Европы, доля которых достигла почти 20 % инвестиций КНР в регионе. По-прежнему незначительной при этом остается доля стран Восточной Европы и Бенилюкса.

В. Бенько

РАЗВИТИЕ АУТСОРСИНГА В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Транспортно-логистический аутсорсинг представляет собой приобретение у третьей стороны услуг по управлению запасами, транспортировке товара, его складированию, информационному сопровождению и всеми, связанными с этими операциями и бизнес-процессами. Развитие аутсорсинга в сфере транспорта и логистики обусловлено постоянным усложнением технологии ведения бизнеса, ростом значимости его инфраструктурной составляющей, в частности, транспортно-складской сферы.

Республика Беларусь находится на пересечении основных торговых путей, и транспортная логистика здесь весьма востребована. Однако по качеству транспортно-логистических услуг Беларусь сегодня проигрывает своим ближайшим соседям и находится на 120 месте по условиям развития логистики. Основными проблемами развития предложения транспортно-логистических услуг в стране являются: нехватка инвестиций в развитие инфраструктуры, не сформированность рынка 3PL-услуг, отсутствие системных интегратора уровня 4PL, невысокий уровень квалификации персонала, несовершенство таможенного и иных видов контроля на внешней границе, незавершенность системы нормативно-правового регулирования, отсутствие на национальном уровне развернутого статистического учета показателей развития логистики, слабая интегрированность в Евразийскую логистическую систему.

Для решения этих проблем необходимы:

- повышение рейтинга страны в показателях логистики, создание и расширение современной инфраструктуры 3PL- и 4 PL-операторов;
- повышение квалификации персонала логистических организаций (изучение, адаптация и распространение международного опыта внедрения передовых технологий логистики и управления цепями поставок в программах обучения студентов; установление партнерских отношений учебных заведений с логистическими компаниями-лидерами и т.д.);
- внесение изменений в закон «О транспортно-экспедиционной деятельности» относительно законодательного закрепления этих видов услуг нормами закона;

- модернизация основных средств белорусских логистических операторов;
- повышение скорости прохода транспортных потоков через таможенную за счет упрощения таможенных процедур и повышения терпимости таможенных органов.

Реализация предложенных мер может способствовать прогрессу в развитии аутсорсинга, укреплению положения транспортно-логистических компаний Республики Беларусь на международной арене, привлечению инвестиций в транспортно-логистический сектор, расширению экспорта транспортно-логистических услуг, обеспечению устойчивого экономического развития страны как на микро-, так и на макроуровнях.

Ван Хуань

ЭКСПОРТ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНОК КНР

Несмотря на стабильное увеличение производства и переработки молока, Китай по-прежнему является главным мировым потребителем и импортером молочных товаров. Внутреннее производство и импорт растут, поскольку потребление молочных продуктов за последние пять лет увеличилось практически в два раза. Возможности для роста потребления до сих пор значительны, что позволяет надеяться на длительное и стабильное увеличение импорта данной позиции на рынок КНР. В 2018 г. на одного жителя КНР в пересчете на молоко приходилось всего 30 кг молочных продуктов, что до сих пор является одним из наиболее низких объемов потребления в мировой экономике.

Динамика роста рынка стабильно высокая: всего за пять лет сухого молока и сухих молочных продуктов для детей в КНР стали потреблять в два раза больше. В 2009 г. на них приходилось всего 5,3 кг на человека в пересчете на молоко в год, а в 2019 г. – уже 11,2 кг. Китай потребляет 11 % молочного импорта мира, 9 % всего мирового импорта сухого обезжиренного молока и пятую часть всего объема импорта сухого цельного молока.

Китай является одним из наиболее емких и динамично развивающихся рынков сбыта для экспорта отечественного продовольствия. Поставки белорусской сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в КНР только в 2018 г. выросли в 4,4 раза. В структуре экспорта белорусского продовольствия в Китай доминирует молочная продукция, поставки которой только в 2018 г. в денежном выражении возросли в 9, в натуральном – в 13 раз: в 2017 г. ее доля составляла только 35,2 %, в 2018 г. – 73,4 %. Право поставок в Китай получило 51 молочное предприятие Республики Беларусь, включая известные белорусские бренды «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Беллакta». ЗАО «Мясо-молочная компания» создала на терри-

тории КНР три совместных предприятия для продвижения белорусской продукции в Шанхае, Гонконге и Чанчуне. Тем не менее в 2019 г. экспорт молочной продукции в КНР, составивший 1,526 млн долларов, снизился на 5,9 % до 2 466 т, потеряв в стоимостном выражении 11,7 %, поскольку закупочные цены в Китае дотируются государством и удерживаются на относительно невысоком уровне.

ЗАО «Мясо-молочная компания» у белорусских предприятий закупает для экспорта в КНР килограмм сухого молока по 1,95 долл., при том, что реализация продукции на внутреннем рынке возможна по цене порядка \$2,3 за 1 кг (по состоянию рынка в апреле 2019 года). В результате отгрузка молокопродуктов белорусских поставщиков в Китай в 2019 г. существенно сократилась, составив всего 1 % от планового объема. Существенным сдерживающим фактором является стоимость перевозок: от терминала Колядичи в Минске до Чунцина поездом доставка контейнера обходится в 4 500 долл (доставка 20 дней), а из Клайпеды морем до Шанхая – в 350 долл (доставка 45 дней).

Ван Хуань

НАПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЛЬНЯНОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК ПРОВИНЦИИ СЫЧУАНЬ (КНР)

Республика Беларусь и Китайская Народная Республика поддерживают динамичные, постоянно расширяющиеся торговые отношения, результатом которых является стабильное увеличение экспорта белорусской продукции в КНР. В последние годы существенно растет экспорт белорусской сельхозпродукции. Значительную долю в ее экспорте занимает льноволокно и полуфабрикаты из него. Беларусь находится на третьем месте среди экспортеров льнопродукции, общий объем ее экспорта в 2019 г. составил 24 326 тонн, из них в КНР было поставлено 11 430 тонн. Основная масса предприятий льнопереработки сосредоточена в Витебской области – ОАО «Городокский льнозавод», ОАО «Верхнедвинский льнозавод», ОАО «Лиозненский льнозавод», РУПТП «Оршанский льнокомбинат». Основная продукция белорусских предприятий по переработке льна это льноволокно короткое, льноволокно длинное, семена льна, льноватин, льняной шпагат, пакля льняная, топливные брикеты, техническое и пищевое льняное масло, полотно и спецодежда.

В ноябре 2019 г. в столице провинции Сычуань городе Чэнду был открыт Белорусский национальный павильон, организаторы планируют использовать его как выставку для белорусских товаров, площадку для проведения бизнес-форумов. Павильон находится в свободной экономической зоне, рядом располагается крупный железнодорожный узел, связывающий крупнейшие рынки западного Китая.

Основные текстильные производства КНР расположены в провинциях Чжэцзян и Цзянсу, значительные объемы текстильных предприятий находятся также в Фуцзяне, Шандуне и Гуандуне. Так, государственное предприятие ОАО «Сычуаньская Импортно-Экспортная Текстильная Группа» занимается импортом и экспортом как текстиля, так и сырого материала, что делает его привлекательным по многим торговым позициям, прямые поставки сырого льноволокна различной длины от белорусского производителя могут составить сильную конкуренцию на рынке. Предприятие занимается реэкспортом материалов и текстиля в другие страны Юго-Восточной Азии, что позволит увеличить потребляемые объемы материала. Льняное волокно может использоваться в качестве армирующего волокна в производстве пластиков, что способно заинтересовать компании, связанные с производством новых материалов, такие как ОАО «Группа компаний Новые материалы Сычуань Вэйбо». Другое перспективное направление – пищевая промышленность. Жмых льняного семени может применяться для производства биоактивных добавок к пище, кроме того льняное семя и льняное масло может быть использовано при производстве детского питания. Среди потенциальных партнеров отметим компании ООО «Сычуань Шукан Трейд», занимающееся оптовыми продажами пищевых масел, и ООО «Продукты Сычуань Люй Ван Цзя», занимающееся поставками пищевых продуктов на рынки Сычуань и соседних провинций.

У. Гапутина

СООТНОШЕНИЕ ПОЗИЦИЙ США И КИТАЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Растущее геополитическое значение Китая и его роль в мировой экономике привели к растущему давлению со стороны развитых стран, в первую очередь – США, желающих защитить свою технологическую ренту и рынки сбыта от усиливающегося конкурента. Позиции КНР в этом противостоянии нам представляются более уязвимыми. Несмотря на огромные успехи, Китай все еще существенно отстает от стран Запада в целом и от США в частности в ряде прорывных отраслей (искусственный интеллект, высокоточная электроника, атомная энергетика, квантовые компьютеры и т.п.). КНР зависит от импорта полупроводников (210 млрд долл). Значительная доля этого импорта – либо полупроводники, произведенные непосредственно в США, либо по американским патентам. Технологическая уязвимость Китая, сопоставима с двумя другими – зависимостью от поставок углеводородов и от американского доллара как глобальной резервной и торговой валюты.

В области контроля над стратегически важными для США товарами у Китая практически нет рычагов давления кроме ограничений на экспорт

редкоземельных металлов, которые являются стратегически важным сырьем для электроники (аккумуляторы, магниты, смартфоны, каталитические конвертеры и т.д.) и других хай-тек-отраслей, включая ВПК (оборудование для GPS, ночного видения, точного наведения и т.д.). КНР является монополистом на этом рынке, контролируя 85 % мирового производства, поэтому ограничение экспорта китайских редкоземельных металлов в США может подорвать технологические цепочки во многих отраслях американской экономики. США уже готовятся к такому варианту, так как единственный крупный некитайский производитель – австралийская компания Lynas (до 10 % мирового рынка) недавно объявила о строительстве обогатительной фабрики на их территории.

В последние годы доля «сборочного» китайского экспорта с высокой долей высокотехнологичных компонентов из Японии, Южной Кореи, Тайваня и стран Запада устойчиво падает. Параллельно растет и импорт хай-тек-компонентов в КНР, но он, скорее всего, может быть снижен, как только китайские компании освоят или скопируют технологии. Китай активно проводит промышленную политику и существенно продвинулся в сборке товаров для рынков развитых стран, в копировании технологий и теперь производит и экспортирует товары класса medium-high technology. За последнее десятилетие заметно выросла доля КНР в экспорте таких товаров, как LCD- и LED-панели, бульдозеры, локомотивы, танкеры, солнечные панели, кондиционеры, турбогенераторы, дизельные генераторы.

Ю. Гладкая

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Десятилетия бурного индустриального развития породили сложнейший комплекс экологических проблем. Важнейшей из них является загрязнение воздуха, показатели которого в промышленных районах значительно превышают уровень, безопасный для здоровья людей. Причиной того является эксплуатация угольных электростанций, постоянно увеличивающееся количество автомобилей и работа заводов. Следующая по значимости – проблема загрязнения воды, вызванная стоками промышленных и городских отходов. Немаловажным остается и вопрос прогрессирующей эрозии почв, которая приводит к опустыниванию и засолению земель и, соответственно, к снижению урожайности и плодородности. Постоянно растущее количество бытовых перерабатываемых отходов и возникающие вследствие этого несанкционированные свалки становятся проблемой развития крупных городов. Наконец, весьма остро стоит вопрос сохранения биологической вариативности – многие виды растений и животных стоят на грани вымирания.

В настоящее время правительство Китая уже не может игнорировать эти проблемы и предпринимает энергичные меры по их решению. Так, противодействуя загрязнению атмосферы, государственные органы отслеживают и закрывают предприятия, которые не соблюдают экологические регламенты. Страна постепенно переходит на использование чистых энергоносителей вместо угля и вводит штрафы для заводов, выбросы которых превышают допустимые нормы. Проводится работа по консервации предприятий, мелких шахт, которые производили строительные материалы с нарушением экологических норм. В КНР также ускорена работа по распространению транспортных средств на новых источниках энергии. В борьбе с дефицитом воды правительство обязало заводы и фабрики обновить и улучшить свои очистные сооружения. Для охраны природной среды реки Янцзы введены ограничения на освоение и использование ее водных ресурсов. Активизировалась работа по озеленению земельных участков и противодействию опустыниванию в ряде регионов страны. В качестве меры по борьбе с растущим количеством перерабатываемых отходов Китай ввел запрет на импорт мусора из других стран, тем самым снизив нагрузку на перерабатывающие и мусоросжигательные заводы страны.

В целях последовательной реализации этих направлений правительство постоянно ужесточает нормы экологического регулирования путем введения дополнительных санкций за нарушение экологических стандартов; расширяет практику приостановки производств, отрицательно влияющих на экологическую ситуацию в стране. В то же время наряду с санкциями активно применяются положительные стимулы решения экологических вопросов, как, например, увеличение финансирования природоохранной деятельности из государственного и местных бюджетов, стимулирование развития альтернативной энергетики, стимулирование участия государства и бизнеса в реализации совместных экологических проектов.

Е. Доготарь

РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА В ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ КОМПАНИЯХ США

Основным мотивом любого бизнеса служит максимизация прибыли, которая достигается увеличением продаж посредством грамотно организованной маркетинговой деятельности. Производители применяют различные инструменты, чтобы максимально привлечь внимание клиентов и завоевать конкурентную позицию на рынке. Одним из таких средств продвижения продукта любой компании является реклама, будучи важным компонентом в системе маркетинга. Реклама – это любая форма неличного представления и продвижения коммерческих идей, товаров и услуг, оплаченная четко указанным рекламодателем.

Лишь немногие коммерческие предприятия могут сегодня успешно вести дела без рекламы в том или ином виде. В крупных фирмах, где есть штатные специалисты и обеспечена поддержка рекламного агентства, разные функции легко распределить среди подходящих для их выполнения работников. Многие общенациональные рекламодатели ежегодно тратят миллионы долларов и охотно рискуют огромными суммами ради выведения на рынок новых марочных товаров или услуг.

Современный маркетинг представляет собой важный атрибут экономической жизни предприятий и экономики как единого целого. Он рассматривается как комплексная система, позволяющая связать возможности предприятия с реалиями внешней среды. Маркетинг интегрирует научные, финансовые, производственные и человеческие ресурсы предприятия в четко управляемую систему, гибко реагирующую на изменения структуры и требования рынка, а также условия предпринимательской деятельности на нем.

Быстрое экономическое развитие США, которое сопровождается массовым созданием и использованием новых маркетинговых инструментов на внешних рынках, а также высокий уровень конкуренции и рыночных рисков обуславливают актуальность эффективного использования и традиционных маркетинговых средств стимулирования рынка, к которым в первую очередь относится реклама. Особенности маркетинговой деятельности американских предприятий определяют и специфику рекламной деятельности на внешних рынках.

В США расходы на маркетинг составляют 55–60 % от конечной цены товара, т.е. более половины национального продукта – это затраты на рекламу, продвижение, транспортировку, упаковку и торговлю.

Т. Дрозд

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Парфюмерно-косметическая отрасль – относительно новое направление в промышленности Беларуси, а появляющиеся парфюмерно-косметические предприятия активно пытаются зарекомендовать себя среди покупателей, реализуя свою продукцию как на отечественном рынке, так и за рубежом. Однако иностранные бренды пользуются большей популярностью ввиду активной рекламной кампании и высокой конкурентоспособности. Белорусские парфюмерно-косметические предприятия нуждаются, в первую очередь, в поддержке государства, а также в разработке рекомендаций по повышению конкурентоспособности внутри самих предприятий.

Поскольку любые мгновенные меры улучшают конкурентоспособность предприятия лишь на короткое время, то, учитывая всю полноту информации и неординарность проблем, для эффективного их решения необходимо реализовать комплекс следующих мероприятий:

- внедрение инновационной политики предприятия, которая позволяет ему конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках;
- снижение барьеров входа на рынок и выхода с рынка с целью усиления давления потенциальной конкуренции;
- переход от агрессивной политики по ограничению импорта к политике стимулирования экспорта для создания стимулов отечественным предприятиям по выходу на международные рынки.

Для повышения конкурентоспособности белорусских парфюмерно-косметических предприятий можно предложить комплекс рекомендаций:

- регулярный пересмотр ассортимента компании с целью выявления продукции, приносящей прибыль, а также нерентабельной продукции и отказа от ее дальнейшего производства;
- повышение качества косметической продукции и применение адекватной ценовой политики;
- внедрение инноваций и новых технологий при производстве косметической продукции;
- развитие сети каналов распределения продукции, а также проведение мероприятий по продвижению товаров для повышения узнаваемости парфюмерно-косметических брендов как в Беларуси, так и за ее пределами;
- развитие интернет-торговли парфюмерно-косметической продукцией.

Для реализации указанных мероприятий необходимо, чтобы предприятие максимально использовало рыночную ситуацию в собственных интересах. Это обеспечит достижение уникальных конкурентных преимуществ и закрепит позицию парфюмерно-косметических компаний на рынке.

Ду Сымэн

БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ В КНР

Бренд как важный нематериальный актив компании служит ключом к завоеванию лояльности клиентов, долгосрочному выживанию и росту бизнеса. Формирование сильного бренда и его последующее продвижение с использованием бренд-коммуникации являются важными составляющими маркетинговой политики, обеспечивающей успешное функционирование предприятия на рынке. Малый ресторанный бизнес КНР — самостоятельный сектор, несущий определенную экономическую и социальную ответственность, обладающий большим инновационно-производственными потенциалом. Поэтому необходимо разрабатывать комплексный

подход к рассмотрению теоретических и практических аспектов формирования комплекса бренд-коммуникации в развитии малого ресторанного бизнеса в КНР.

Рыночная среда постоянно меняется, предприятия непосредственно сталкиваются с конкуренцией и проблемами. Создание конкурентоспособного бренда в современных условиях хозяйствования является одной из приоритетных задач любой организации.

Развитие самой концепции брендинга в ресторанном бизнесе основывается на применении разнообразных методов маркетинговых исследований и коммуникации. Применение современных инструментов бренд-коммуникации, таких как бренд-журналистика, сенсорный брендинг, технологичные решения не только в плане интерьера заведения, но и автоматизация внутренних бизнес-процессов поможет заведениям общественного питания занять лидирующие позиции на рынке среди конкурентов.

На основе анализа состояния использования сетевых медиа как интернет-каналов бренд-коммуникации в малом ресторанном бизнесе в КНР можно сделать вывод, что в Китае активнее всего используют Weibo, Wechat и Tiktok. Рост популярности социальных сетей вызвал интерес со стороны бизнеса к этим площадкам как к новому инструменту для продвижения брендов.

Систематизировав тенденции и перспективы развития малого ресторанного бизнеса посредством бренд-коммуникации в КНР, выделим следующие рекомендации по его развитию:

- правильный выбор местоположения ресторана;
- улучшение качества обслуживания, презентации блюд и вывод сервиса на более высокий качественный уровень;
- сотрудничество с благотворительными фондами;
- разработка соответствующего фирменного стиля бренда и активное использование социальных сетей как канала бренд-коммуникации.

Бренд-коммуникация в малом бизнесе в КНР адаптируется к изменениям конъюнктуры рынка, способствует активному внедрению новых технологий и повышает уровень ведения бизнеса.

И. Ерощенко

АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СЕТИ INSTAGRAM ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

Сеть Instagram является одной из наиболее молодых и перспективных платформ для рекламы и продвижения брендов и услуг. Согласно статистике, предоставленной на официальном сайте Instagram, более 1 миллиарда пользователей имеют активные аккаунты, и около 60 % используют данную платформу для поиска информации о товарах и услугах.

В данной работе будут представлены несколько популярных инструментов данной сети – использование хэштега, Instagram stories и Crowdfire.

Правильный выбор хэштега является одним из ключевых факторов узнаваемости и продвижения бизнеса. Для правильного распознавания необходимо проанализировать, какие хэштеги наиболее распространены и имеют большую вероятность быть замеченными. Обычно 3–5 хэштегов размещают в описании поста профиля для успешного прироста аудитории. Они объединены общей тематикой, однако имеют разное языковое выражение.

Следующий популярный инструмент – использование Instagram stories. Они могут быть представлены следующими видами: видео по 10 секунд, онлайн-трансляция и фотографии.

Одно из главных преимуществ использования Instagram stories заключается в том, что благодаря этому инструменту можно наглядно показать результаты, процесс или другие детали, связанные с услугами, предлагаемыми в Instagram. Данный инструмент также удобен для использования, так как каждая Instagram stories автоматически удаляется по истечении 24 часов, тем самым не занимая большое количество памяти аккаунта.

Согласно опросам среди пользователей данной платформы, систематизация в Instagram stories тоже играет важную роль. Необходимо правильно определить количество публикаций в день для грамотного привлечения покупателя.

Crowdfire – это сервис, направленный на облегчение работы с подписчиками и платформой. Благодаря ему можно увидеть количество людей, которые подписались или отписались от аккаунта, публиковать посты в заранее обозначенное время и анализировать ленты подписчиков в аккаунтах со схожей тематикой. Последняя функция позволяет выявить новых потенциальных клиентов.

Одним из ярких примеров компаний, которые использовали Instagram для продвижения своих услуг, является итальянский банк UBI Banca. Согласно статистике, предоставленной на официальном сайте Instagram, прирост узнаваемости увеличился в 2,5 раза после создания аккаунта и грамотной работы с подписчиками при помощи популярных инструментов.

Таким образом, сеть Instagram обладает обширным спектром инструментов, которые могут быть использованы для реализации маркетинговых стратегий при продвижении и развитии бизнеса в сфере услуг.

Т. Ефимец

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ И ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ИСПАНИИ

В настоящее время в условиях рыночного производства товаров недостаточно просто произвести товар, необходимо организовать его сбыт с целью получения плодотворных результатов.

Сегодня франчайзинг получил развитие в более чем 70 отраслях хозяйства и признан в мире как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса. Данная форма широко распространена в зарубежной практике, кроме того, договор франчайзинга является самостоятельным объектом правового регулирования более чем в 80 странах мира.

Говоря об организации бизнеса в такой стране, как Испания, следует отметить, что именно франчайзинг давно вознесся на пьедестал как один из самых эффективных способов в кратчайшие сроки достичь высоких результатов и стать частью популярного бренда. Испанию на международном уровне представляют более 450 брендов в 139 странах.

Огромные возможности открывает туристическая сфера, так как поток туристов с каждым годом растет и для их обслуживания необходима развитая туристическая инфраструктура, прокат автомобилей, предприятия в сфере услуг, кафе и рестораны. Самыми востребованными местами для развития бизнеса являются Каталония, Балеарские и Канарские острова, Андалусия, Валенсия, Мадрид.

Наиболее известные испанские франшизы Telepizza, Springfield, MANGO, Women"secret, Majorica, Pressto, Паэлья d'Or. Нельзя не упомянуть и корпорацию Inditex, владеющую сетью магазинов модной одежды Zara, – компанию, у которой есть, чему поучиться в плане организации и ведения собственного бизнеса. Именно бизнес-стратегия Inditex на сегодня признана одной из самых успешных, она владеет такими дочерними компаниями, как Zara, ZaraHome, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho и Uterquë, четыре из которых представлены в нашей стране. С 2011 г. Inditex расширился на 60 %, что говорит о том, что франчайзинг эффективен и набирает популярность во всем мире.

Таким образом, франчайзинг позволяет франчайзеру увеличить число торговых точек, распространяющих товар или услугу, предлагаемых его организацией, при минимальных капитальных вложениях, так как в бизнес уже вкладываются и франчайзи. При наличии удачного продукта даже небольшие предприятия могут стать франчайзерами, а некоторые впоследствии – международными франчайзерами. Очевидно, что в Республике Беларусь франчайзинг со временем будет так же распространен, как и в других странах, и станет эффективным способом реализации различных идей и проектов, давая возможность для становления нового класса предпринимателей.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ОСОБЕННОСТИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Интернет уже давно стал не только значимой частью жизни людей, но и инструментом исследования рынка.

Периодом зарождения интернет-маркетинга считается начало 1990-х гг., когда начали появляться текстовые корпоративные сайты с помещаемой на них информацией о товарах. Постепенное развитие интернет-маркетинга привело к тому, что через Интернет либо благодаря ему стали продаваться целые информационные пространства, бизнес-модели, программные продукты и т.п.

Интернет-маркетинг открыл для людей и компаний совершенно новые горизонты, прежде всего с точки зрения достижения максимально широкой аудитории для идей, товаров, услуг, позволил реализовывать стратегию прямого отклика, включающую такие инструменты, как прямая почтовая рассылка, рекламные ролики, которые приобрели особые качества в интернет-среде. Появились новые способы осуществления маркетинга: поисковый, вирусный, партнерский маркетинг, а также контент-маркетинг.

Интернет, предоставивший людям возможность общаться посредством сети, породил новые формы взаимодействия между продавцом и покупателем. Так возникла такая форма торговли, как модель C2C «Consumerto Consumer», которая успешно реализуется на таких платформах, как eBay.com, Kufar.by, avito.ru.

Отдельным пунктом стоит отметить влияние социальных сетей на потребителя. Блог стал новой формой скрытого маркетинга и местом для размещения рекламы. Огромные корпорации заключают с блоггерами договора на рекламную интеграцию их продуктов, и одно только упоминание товара в блоге может принести компании доход и новых покупателей. Более того, сами социальные сети используются компаниями для исследования рынка и расширения клиентской базы, а аккаунты в таких соцсетях, как Instagram, Facebook, Вконтакте, являются неотъемлемой частью маркетинговой стратегии SMM (от англ. *Socialmediamarketing*).

Таким образом, Интернет стал эффективным инструментом развития торговли и бизнеса, воздействия на аудиторию, позволив компаниям пользоваться возможностью точного отслеживания статистики, касающейся потребителей, и находиться с ними в непрерывном контакте. Сегодня весьма проблематично представить себе крупную или среднюю компанию, не продвигающую себя в Интернете, что свидетельствует о том, что интернет-маркетинг стал обязательной частью маркетинговой стратегии и важным звеном ее реализации.

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Мировой рынок компьютерных игр в последние годы стремительно растёт, и Беларусь не исключение. Всё большую экономическую роль отводят игровым компаниям, которые формируют ключевые тренды и создают инновации. Сегодня можно выделить три основные тенденции развития рынка – киберспорт, free-to-play игры и VR-технологии.

Киберспорт становится одной из самых быстро развивающихся сфер в игровой индустрии. Медийными белорусскими командами, которые активно играют в заметных турнирах, являются Nemiga и GoodJob. Организатором турниров выступает Белорусская федерация киберспорта (БФК). Иногда Беларусь используется как площадка для международных турниров, потому что благодаря безвизовому режиму это удобно. Киберспорт – отличный пиар игр. Так, например, танковый киберспорт развивается в большом количестве форматов. Самый успешный из них – соревнования профессиональной Wargaming.net League, ставшей местом встречи лучших «танкистов» со всего мира.

Что касается VR-технологий, то по прогнозам к 2025 г. рынок VR превысит 45 млрд долларов. Всё это указывает на большой потенциал VR в рамках игровой индустрии. Очевидно, что одним из ключевых факторов роста популярности станет снижение цен на сами гаджеты – признаки этого видны уже сейчас, на первых порах развития технологии. Относительно низкая цена шлема, доступность PS4 и простота подключения сыграли решающую роль для многих потребителей. В 2018 г. Wargaming анонсировала новый проект, разработанный совместно с VRTech – версия World of Tanks для виртуальной реальности. Игра сумела собрать множество положительных отзывов. Пока эти сегменты рынка VR очень невелики. Существующие устройства для виртуальной реальности и дополненной реальности не позволяют играть долго, это может быть тяжело физически, и интересного контента на этом рынке пока совсем немного.

Получать прибыль в данном бизнесе можно не только за счет прямых продаж, но и от встроенной в игру рекламы. Перспективным направлением развития рынка являются free-to-play игры. Их основной способ заработка – внутриигровая реклама, за количество показов которой рекламодатели платят деньги. В настоящий момент все больше и больше компаний выбирают способ free-to-play, и уже 73 % дохода рынка компьютерных игр приходится именно на free-to-play игры.

Среди разработчиков компьютерных игр в Беларуси можно выделить Aterdux Entertainment, Melsoft Games, Steel Monkeys, Wargaming.net. В игры Melsoft Games играют более 60 млн игроков по всему миру. Подстегивает интерес к игре активный маркетинг. Для продвижения Wargaming.net

задействует известных актеров (Стивена Сигала, Дольфа Лундгрена), серьезные ресурсы вкладываются в киберспорт. Растущий интерес к игре, которая существует в рамках бизнес-модели free-to-play, приносит ее создателям значительные доходы.

Наджафи Захра

ПРОБЛЕМЫ РАСШИРЕНИЯ ИМПОРТА ЗЕРНА ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ ИРАН

Внешняя торговля является одним из важных компонентов не только повышения производственного потенциала экономики страны, но и обеспечения ее продовольственной безопасности. Это имеет особую актуальность для Ирана, находящегося под воздействием экономических санкций, особенно нефтяного эмбарго. С одной стороны, это вызывает необходимость диверсификации экспортной продукции, расширения экспорта не нефтяных продуктов. С другой стороны, требует решения проблемы обеспечения населения продовольствием путем освоения новых направлений импорта зерновой продукции в условиях высокого курса конвертируемых валют и волатильности цен на мировом рынке.

Неблагоприятные погодные условия в последние годы привели к дефициту зерна на внутреннем рынке, в то же время с увеличением численности населения потребности Ирана в этом продукте постоянно росли. На внутренний рынок Ирана зерно поступает из ряда государств Европы, Азии, Северной и Южной Америки. Однако возможности существенного расширения его импорта связывается с российским и казахстанским направлениями.

Наращивание импорта зерна из России и Казахстана требует решения ряда логистических и финансовых проблем. Портовая и транспортная логистика Каспийского моря не позволяет обеспечить перевозку значительных объемов зерна: мелководность портов, недостаток мощностей погрузочных терминалов и отсутствие у всех сторон флота, который мог бы перевозить большие объемы российского и казахстанского зерна. В настоящее время транспортировка зерна осуществляется преимущественно через порты Черного и Азовского морей.

Существенные проблемы в торговле Ирана с другими странами связаны с трудностями в расчетах долларами. В свою очередь, использование национальных валют влечет за собой риски, обусловленные неустойчивостью валютных курсов и т.п.

На наш взгляд, расширение импорта зерна Ираном из России и Казахстана требует ряда правительственных мер. Во-первых, необходимо решение транспортно-логистических проблем (укрепление транспортного флота на Каспийском море, реконструкция и обновление причалов и оборудования). Во-вторых, необходимы создание совместных экспертных групп

между тремя странами для пересмотра правил торговли, создание совместной инспекционной компании, совместное использование банков и заключение соглашения о сотрудничестве между банками. В-третьих, целесообразно создание совместных предприятий Ираном, Россией и Казахстаном, занимающихся торговлей и транспортировкой зерновой продукции.

А. Каледа

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

В условиях дигитализации экономики внедрение интернет-технологий в маркетинговую деятельность предприятий позволяет последним адаптироваться к современным рыночным условиям, что способствует повышению эффективности их функционирования.

Интернет-технологии сегодня выступают в качестве инструмента удовлетворения информационных потребностей и создания эффективной системы взаимоотношений предприятий с потребителями, а также со всеми элементами внешней предпринимательской среды. В настоящее время все компании, независимо от вида деятельности и формы собственности, находятся в поиске эффективных, но малозатратных инструментов продвижения своих товаров и услуг, поэтому интернет-реклама – это самый перспективный сегмент рекламного рынка, имеющий ряд весомых преимуществ перед другими оффлайн-каналами. Размещая рекламу в Интернете, предприятие получает полную статистику, а также возможность оперативного размещения и внесения корректировок в процесс. Интернет-реклама выгодно отличается своей индивидуализированностью, обеспечивая высокий уровень как вовлечения клиентов, так и запоминания (компаний, товара, бренда). Немаловажную роль играет отсутствие территориальных границ.

При этом цены на интернет-рекламу, как правило, ниже, что позволяет использовать ее как крупным компаниям, так и среднему и малому бизнесу. Широкий спектр инструментов (баннеры, контекстная реклама, вирусная реклама, e-mail рассылка, реклама в соцсетях и т.д.) позволяет проводить рекламные кампании наиболее гибко и эффективно. Интернет-реклама может использоваться в целях увеличения количества продаж посредством генерации входящих заявок, расширения целевой аудитории, формирования имиджа компании, повышения узнаваемости предприятия, вывода нового продукта на рынок, а также для повышения лояльности и коммуникации с потребителями.

Таким образом, с помощью интернет-рекламы можно решить целый перечень маркетинговых задач. Для достижения той или иной цели используется один или несколько инструментов в комплексе.

Что касается белорусского рынка интернет-рекламы, по данным Европейского бюро интерактивной рекламы (IAB Europe) за 2018 год Беларусь входит в пятерку крупнейших развивающихся рынков интернет-рекламы среди стран Центральной и Восточной Европы.

П. Карпантье

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ В БЕЛЬГИИ

Малые и средние предприятия (МСП) составляют 99,9 % от общего числа предприятий, зарегистрированных в Бельгии. Их количество постоянно растет во всех регионах страны. По этой причине МСП являются движущей силой экономического роста Бельгии. Формирование благоприятной предпринимательской среды для развития малого бизнеса и совершенствование форм малого предпринимательства регионального уровня в Бельгии – ключевые задачи для региональных властей.

Бельгия – федеральное государство, состоящее из трех регионов: Фландрия, Валлония и Брюссельский столичный регион. У каждого из них есть свои компетенции и свои учреждения, поэтому каждый регион самостоятельно определяет стратегию развития малого и среднего бизнеса.

В рамках проведенного исследования были рассмотрены системы поддержки малого и среднего бизнеса на уровне ЕС, на федеральном уровне и на региональном. На основе проведенного анализа были выделены некоторые недостатки, которые препятствуют развитию бельгийских МСП.

Во-первых, большая часть бельгийских предпринимателей действуют только на местном рынке. Интернационализация не является приоритетом: главными препятствиями выходу на внешний рынок малые и средние предприниматели называют расходы, связанные с развитием экспортной деятельности; сложность страхования от рисков; таможенные формальности; барьеры по вхождению на целевой рынок (нормы, сертификация, и т.д.). Так как МСП составляют большую часть бельгийского бизнеса, недостаток стремлений к росту у них замедляет рост экономики Бельгии.

Во-вторых, программ и инициатив поддержки малого и среднего бизнеса множество. Они существуют на каждом уровне: провинциальном, региональном, федеральном и даже европейском. Однако часто предприниматели не пользуются помощью, на которую они могут претендовать, потому что плохо информированы о разных механизмах поддержки или о способах ее получения.

Для обеспечения развития бельгийских МСП государству необходимо стимулировать выход этих предприятий на внешний рынок, в том числе посредством создания «объединений по экономическим интересам», то есть союзов предприятий, преследующих общие цели. Также целесообразно

создать общую бельгийскую базу данных о существующих программах поддержки МСП на каждом уровне и о способах их получения, чтобы обеспечить информированность малых и средних предпринимателей.

Малые и средние предприятия играют важнейшую роль в экономике Бельгии. Формирование благоприятной предпринимательской среды для развития малого бизнеса – необходимое условия для дальнейшего развития страны.

К. Кулаковская

ОРГАНИЗАЦИЯ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь, хотя и не имеет выхода к морю и значительного сырьевого ресурса, однако обладает выгодным географическим и геополитическим положением, находясь на пути между динамично развивающимися мировыми центрами деловой активности – ЕС, ЕАЭС и странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Именно поэтому для Беларуси особенно большое значение приобретают повышение ее транзитного потенциала и развитие национальной логистики. Выгоды, получаемые транзитной страной, прежде всего, состоят в получении инвестиций на развитие транспортной инфраструктуры. Более того, транзит является надежным средством усиления влияния страны на международной арене.

Однако в Беларуси в силу объективных причин существует отставание в области логистики. В мировом рейтинге LogisticsPerformanceIndex 2018 (LPI), подготовленном Всемирным банком, Беларусь занимает 110-е место. Из стран бывшего СССР наивысшие позиции занимают Эстония (36-е место), Литва (43-е), Латвия (55-е) и Украина (69-е). Успешность логистической деятельности оценивается комплексностью предоставления логистических услуг. Из 74 логистических функций, определенных СТБ 2306, логистические центры Беларуси предлагают только 15–20, притом что для реализации других функций имеются все возможности (например, кросс-докинг реализует только несколько логистических центров).

Следствием недостаточной степени использования принципов логистики является высокий уровень издержек, который, по мнению Всемирного Банка, обусловлен следующими факторами: неэффективное использование грузового автотранспорта; низкий технический уровень значительной доли парка автомобилей, высокая степень изношенности в эксплуатации, несоответствие структуре перевозимых грузов; недостаточное развитие логистических систем.

Одной из причин издержек также является недостаточное количество логистических операторов (аутсорсинг). Суть данной услуги состоит в уменьшении расходов компании. Лидерами по использованию услуги являются Северная Америка (29 %) и Европа (27 %).

Интеграция Республики Беларусь в мировую экономику требует адекватной перестройки транспортной инфраструктуры, реализации потенциала Беларуси как транзитной державы, повышения конкурентоспособности отечественных перевозчиков и развития экспорта транспортных услуг. Для реализации этих задач Правительством в 2016 г. была утверждена Республиканская программа развития логистической системы и транзитного потенциала на 2016–2020 годы.

К. Лазун

СТРАТЕГИИ АМЕРИКАНСКИХ ИТ-КОМПАНИЙ В СТРАНАХ С ФОРМИРУЮЩИМ РЫНКОМ

США неизменно входят в пятерку стран-лидеров по объемам как экспорта, так и импорта информационных технологий, несмотря на возрастающую конкуренцию на данном рынке со стороны развитых и развивающихся стран.

Американские ИТ-компании оперативно реагируют на изменения рынка в области информационных технологий, отличающегося нестабильностью. Сегодня они разворачивают активную деятельность в таких странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), как Румыния, Польша, Украина и Беларусь, которые являются одними из лидирующих производителей программного обеспечения.

Большинство ИТ-компаний сосредоточено на территории Украины (245), далее следуют Польша (90), Беларусь (77) и Румыния (65). Пять лет назад их количество было меньше почти в два раза. За период с 2016 г по 2018 г. количество прямых и венчурных инвестиций в Центральную и Восточную Европу выросло с 1,8 до 2,5 млрд долларов. Четыре страны Восточной Европы (Украина, Беларусь, Польша и Румыния) сформировали кластер, который входит в топ-5 мировых центров разработки программного обеспечения: на начало 2019 г. их доля составляла 5 % от мировых поставок.

Рынок в сфере ИТ-услуг и программного обеспечения в Украине, Польше, Беларуси и Румынии растет в 4–5 раз быстрее, чем в среднем в мировой экономике, причем основными клиентами компаний этих стран являются США и ЕС. Совокупный объем ИТ-экспорта из этих переходных экономик по итогу 2018 г. составил около 13 млрд долларов.

Выручка сферы информационных технологий в странах ЦВЕ ежегодно растет на 20–25 % против 5 % по миру. В регионе сосредоточены более 700 000 ИТ-специалистов, 60 000 выпускников по ИТ-специальностям ежегодно пополняют отраслевой сегмент рынка труда.

Изначально американские компании в странах ЦВЕ занимались преимущественно аутсорсингом и открытием своих отделений и филиалов. Следующим этапом стало инвестирование в стартапы на стадии внедрения и реализации продукта на рынке. Количество слияний и поглощений

в IT-индустрии региона за 2015–2018 гг. достигло 74 сделок. В последние годы развивается и инвестирование в идеи. Партнерство американских компаний и компаний стран Центральной и Восточной Европы благоприятно влияет как на их экономическое развитие, так и на усиление их позиций на рынке. Наиболее часто IT-организации США используют стратегии дифференциации производства (квалифицированные работники, местоположение компании и ее имидж), первопроходца (разработка и практическая реализация новых технологий, сравнительно дешевая рабочая сила), фокусирования (разработка и производство программного обеспечения), синергизма, а также различные их комбинации.

Ли Цзывэнь

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЕКТОВ В КИТАЙСКИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЯХ

Менеджмент проектов – это руководство и координация ресурсов проекта посредством использования современных способов управления для достижения определенных в проекте целей. Использование технологий и инструментов менеджмента проектов обуславливается следующими факторами:

- рост сложности проектов и их организация;
- увеличение конкуренции;
- углубление интеграции науки и производства;
- появление новых, более эффективных форм взаимодействия.

Менеджмент проектов позволяет достигать четких целей проекта при соблюдении баланса между объемами работ, ресурсами, временем, качеством работ и рисками. Китайским строительным корпорациям необходимо учитывать опыт, традиции и особенности социально-экономических условий в Беларуси, а также особенности осуществления проектов. Благодаря реализации инициативы «Один пояс, один путь» китайские компании расширяют свои зарубежные операции.

Актуальность темы исследования заключается в том, что на фоне глобализации, вместе с увеличением количества китайских инвестиционно-строительных проектов в мире, появляются проблемы в сфере зарубежного строительства. Так, например, по данным Банка развития Китая в 2020 г. каждый десятый китайский инвестиционно-строительный проект осуществляется с отсрочкой. Поэтому актуальными являются анализ особенности модели управления проектами в китайских корпорациях и предложения по совершенствованию проектного менеджмента.

В ходе анализа выявлено, что одной из наиболее распространенных проблем управления проектами являются нецелесообразные расходы во время строительства. Это может быть обусловлено неточным методом

расчета по бюджету. На основе проведенных нами исследований разработан комплекс рекомендаций по совершенствованию проектного менеджмента в компаниях:

- 1) внедрение новых методов расчета по фактическим расходам;
- 2) внесение изменений в организационную структуру предприятия.

Таким образом, китайским строительным корпорациям необходимо применять соответствующие меры для оптимизации модели управления проектами, что в дальнейшем может поспособствовать повышению эффективности управления проектами, а также росту конкурентоспособности предприятий при осуществлении деятельности на территории Республики Беларусь.

М. Маслова

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ МАЛОГО БИЗНЕСА

Потребление давно вышло за границы реального мира, став одной из важнейших форм разного рода взаимодействий в интернет-пространстве. Сегодня с помощью различных интернет-технологий представители сферы услуг имеют возможность существенно увеличить клиентскую базу, а вместе с тем и доход и расширить производство.

В последние годы сосредоточение сил многих фирм в поиске новых клиентов переносится на социальные сети. Это касается и продвижения малого бизнеса. Сегодня социальные сети уже не считаются только средством общения. Они представляют собой мощную коммерческую площадку, где потенциальные покупатели могут получить информацию о товарах и услугах, узнать отзывы других пользователей, а также напрямую общаться с менеджерами. По оценкам экспертов, в 2019 г. глобальный темп увеличения доли рекламы достиг 3,8 %. Продолжится стремительный темп ее роста на мобильных устройствах (19,2 %), особенно большую долю займут видеоформаты (20 %), что обусловлено растущей популярностью просмотров рекламы на смартфонах. В Беларуси доля интернет-рекламы среди других медиа в 2018 г. выросла до 34,7 %.

Быстро развивается мобильная реклама – мобильный поиск, реклама в мобильных приложениях, на мобильных рекламных площадках. За последние годы существенно возросло количество покупателей, совершающих покупки через Интернет. По прогнозам экспертов, к концу 2020 г. общий объем продаж интернет-магазинов по всему миру должен достичь отметки в 2 триллиона долларов США. В Беларуси в 2019 г. по сравнению с 2018 годом число интернет-покупателей увеличилось на 4 %. Однако всё больше покупателей становится менее восприимчивыми к рекламным сообщениям ввиду их навязчивости. Поэтому больше доверяют отзывам видеоблогеров. Также

поисковое продвижение сайтов является одним из наиболее часто применяемых способов рекламы. Подобная реклама имеет хороший и долговременный эффект, кроме того, не отличается навязчивостью. Активно применяется контекстная реклама, которая идеально подходит для кратковременных или срочных акций. Производители часто используют также баннерную рекламу, которая помогает сформировать положительный имидж компании. Примером может быть интернет-реклама услуг языковых курсов, барбершопов, парикмахерских, оптики, фитнес-центров и т. д.

Первоочередной задачей интернет-рекламы является целенаправленное воздействие на конкретную целевую аудиторию, или таргетинг. Для этого рекламу следует размещать на тех площадках, которые способны дать наиболее полный охват целевой аудитории. Важно также обеспечить узнаваемость бренда и выделение его среди конкурентов.

Таким образом, грамотная интернет-реклама способна повысить уровень продаж компании и укрепить ее позиции среди конкурентов и на рынке.

Д. Мордань

МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В настоящее время, в мире инновационных технологий и расширения рыночного спроса на товары и услуги, все более заметно выявляется эффективный потенциал маркетинга взаимоотношений и утверждается его статус как стратегической технологии продвижения бизнеса. В связи с тем, что сегодня автомобиль выступает неотъемлемой частью жизни почти каждого человека, данная сфера развивается быстрыми темпами и требует углубления знаний при выстраивании взаимоотношений с клиентами.

Автомобильный рынок в разных странах имеет свои отличия, из этого следует, что отличаются и автотаргетинг, и способы продажи, и реклама, и продвижение товара. На рынке существует множество марок автомобилей, которые воплощают в себе надежность и качество. В таких случаях наблюдается высокая конкуренция среди производителей автомобилей, среди которых – ведущие мировые бренды. Чтобы клиенты отдавали предпочтение желаемой марке, специалисты маркетинга разрабатывают инновационные способы продвижения, внедряют впечатляющие методы эмоционального воздействия, которые определенно смогут привлечь покупателей и побудят их совершить покупку.

За последние десятилетия набор инструментов маркетинга пережил решительное переформирование. Его суть заключается в том, что значительно увеличился удельный вес онлайн-носителей рекламы, поэтому ведущие специалисты авторынка не без оснований полагают, что будущее

маркетинга взаимоотношений в автомобильной промышленности связано непосредственно с развитием интернет-рекламы. Наиболее эффективны контекстная реклама, тизерные объявления, яркие статьи на тематических ресурсах, общение с аудиторией при помощи социальных сетей. Сегодня клиент менее подвержен воздействию средств оффлайн-рекламы. Старые форматы практически уже не применимы в силу своей неэффективности. Новые востребованные оффлайновые форматы пока еще не разработаны, так как преимущественное внимание уделяется виртуальному пространству, где все осуществляется намного проще, быстрее, мобильнее.

В системе программных ценностей бизнес-коммуникации в автомобильной промышленности пользуются повышенным спросом такие инструменты маркетинга взаимоотношений, как особые виды индивидуального консультационного сервиса, в частности – по техническим параметрам; система дифференцирования цен, пакеты скидок и бонусов; комплексные услуги постоянным клиентам, специальные акции и предложения. Можно четко проследить ведущие тенденции развития маркетинга взаимоотношений в этой сфере: индивидуализация подходов к клиентам, динамизм реагирования на запросы, технологически высокий уровень обслуживания заказов. Компании-лидеры в этом – VAG, Toyota, Renault-Nissan-Mitsubishi, General Motors.

Мэн Сянчжун

НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В настоящее время Китай относится к числу стран с наиболее динамично развивающейся экономикой. Вместе с тем сегодня китайская экономика, как одна из самых быстроразвивающихся во всем мире, сталкивается с рядом серьезных проблем в области занятости населения.

В первую очередь, проблемы наблюдаются на рынке труда, среди которых: резкое сокращение качества рабочей силы, снижение спроса на специалистов в сфере высоких технологий, сложности в трудоустройстве выпускников, отток квалифицированной рабочей силы из Китая, высокий уровень безработицы, слабая социальная защищенность работников, приезжающих из деревень для работы в крупные глобальные компании. Сегодня Китай активно реализует проекты, связанные с реформой национального рынка труда, целью которых является обеспечение устойчивого роста экономики страны за счет более эффективного распределения трудовых ресурсов. Рассмотрение направлений развития и механизма регулирования занятости в Китае может оказаться весьма полезным для белорусского рынка труда в силу определенной созвучности проблем функционирования, а также с позиции роста стратегического взаимодействия китайско-белорусских отношений.

В Китае действуют четыре основных направления стимулирования занятости: поддержка массового (прежде всего, технологического) предпринимательства, увеличение числа вакансий для выпускников вузов, помощь в трудоустройстве сокращенных работников и перенос предприятий из развитых приморских провинций во внутренние регионы КНР. Повышению занятости и снижению уровня безработицы могло бы способствовать упрощение доступа к заемному капиталу для новых малых и микропредприятий, поддержка развития частного предпринимательства в регионах с высокой концентрацией госкомпаний, более тесная координация политики в сфере образования и рынка труда.

Согласно 13-му плану социально-экономического развития, властями КНР поставлена задача создать в городах как минимум 50 млн новых рабочих мест к 2020 году. В кратко- и среднесрочной перспективе социально-экономические шоки, вызванные масштабным ростом безработицы в КНР, будут в целом нивелироваться за счет создания новых вакансий в сфере услуг и обратной миграции уволенных рабочих-мигрантов в родные деревни. Кроме того, положительное влияние на ситуацию могут оказать реализация отдельных проектов за пределами КНР в рамках «Инициативы пояса и пути» и участие в них китайской рабочей силы.

А. Полякова

ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Республика Беларусь относится к тем государствам, которые способствуют развитию экспортной деятельности своих предприятий и оказывают им финансовую помощь. Тем не менее существует ряд причин, которые препятствуют нашим производителям экспортировать продукцию на внешний рынок. Подробнее остановимся на проблемах в области экспортной деятельности кондитерской фабрики «Коммунарка», которая уже более ста лет является мировым брендом в сфере производства шоколадной продукции. Главное препятствие для осуществления внешнеторговой деятельности «Коммунарки» – высокая конкурентоспособность зарубежных предприятий, специализирующихся на кондитерской продукции, что вызывает необходимость создавать собственные заграничные сети, для укрепления своего бренда на мировом рынке.

Главные недостатки ОАО «Коммунарка» связаны с товарным ассортиментом и организацией коммуникационной политики, поэтапное и последовательное устранение которых позволит рационализировать ассортимент, усилить конкурентные позиции на зарубежных рынках. Информация о мировых тенденциях в кондитерской промышленности в обязательном порядке должна быть учтена при формировании ассортиментного перечня продукции, выпускаемой на экспорт.

Следующий аспект касается научно-технического развития предприятия и рекламной деятельности, которая является обязательным элементом успешного функционирования предприятий. Однако фабрика «Коммунарка» на протяжении своей деятельности представила всего пять рекламных роликов. Концепция ее маркетинга должна основываться на том, что вся деятельность предприятия, включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, финансы, использование рабочей силы, а также сбыт, базируется на современном состоянии потребительского спроса и прогнозировании его изменений и перспективе.

Таким образом, основными направлениями совершенствования внешне-экономической деятельности ОАО «Коммунарка» должны стать поиск новых зарубежных поставщиков сырья и материалов с целью повышения качества и снижения цены выпускаемой продукции, привлечение потребителей продукции на новых рынках, создание собственной товаропроводящей сети. Кроме этого, перспективным направлением представляется передача прав использования торговой марки предприятия либо создание новых торговых марок совместно с производителями и(или) возможными дилерами продукции ОАО «Коммунарка».

Е. Тарарак

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В ПРЕОДОЛЕНИИ КРИЗИСА ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

В настоящее время предприятия торговли осуществляют деятельность в условиях кризиса, вызванного пандемией. Закрытие множества предприятий, режим самоизоляции населения, сокращение доходов и спроса, прекращение импортных поставок не могли не сказаться на предприятиях торговли. В этих условиях особую значимость приобретает бизнес-планирование, поскольку бизнес-план позволяет сформулировать краткосрочные и долгосрочные цели и задачи, провести корректировку задач, определить целевые рынки и произвести их оценку, а также наметить состав мероприятий в области маркетинга, рекламы, ценообразования и т.д. Пришло время обратиться к бизнес-плану, а точнее к разделу «Оценка рисков». Естественно, там не могут быть все ответы на возникшие сегодня вопросы, а также 100%-но правильные решения в сложившейся ситуации. Но взвешенные предложения могут значительно облегчить выбор правильного решения.

Проанализировав деятельность предприятия торговли РАЙПО, отметим, что сложившаяся ситуация мало отразилась на его деятельности, так как оно обслуживает по большей части сельское население, а жизнь там почти не изменилась в экономическом отношении. Сказывается также малая зависимость от импорта, так как реализуемая продовольственная продукция

изготовлена внутри нашей страны. Поскольку организации-смежники не прекращали работу, производственные предприятия РАЙПО получали бесперебойную поставку сырья

Вместе с тем в рассматриваемое предприятие торговли РАЙПО и ранее осуществляло свою деятельность убыточно, а бизнес-план содержал перечень мер преодоления кризиса организации. В новых условиях необходимо внесение определенных дополнений в список предлагаемых мероприятий с учетом складывающейся ситуации.

В первую очередь, бизнес-план должен быть дополнен оценкой рисков и разработкой плана действий в чрезвычайных ситуациях, включающего решение проблем, связанных с персоналом, аутсорсингом, цепочкой поставок, взаимоотношениями с государственными органами и общественностью. Важной составляющей бизнес-плана должна стать система мер, направленных на обеспечение здоровья сотрудников, а также анализ характера функций и рабочих мест для обеспечения работы в чрезвычайных условиях. В частности, необходимо разработать гибкий график работы, в том числе с использованием технических средств для обеспечения дистанционной работы на определенный период, а также предусмотреть установку системы контроля за состоянием здоровья персонала и обеспечить безопасность рабочей среды путем обязательной уборки и дезинфекции рабочих мест в соответствии с предъявляемыми требованиями органов здравоохранения.

Е. Тростянко

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ИТ-АУТСОРСИНГА

В настоящее время использование аутсорсинга получило огромный размах во всем мире во многом из-за бурного развития информационных технологий. Аутсорсинг информационных технологий (ИТ-аутсорсинг) – это передача специализированной компании полностью или частично функций, связанных с информационными технологиями, а именно обслуживание сетевой инфраструктуры. Конкуренция на рынке ИТ-аутсорсинга растет постоянно, и компании, занимающиеся аутсорсингом, пытаются привлечь как можно большее количество потенциальных клиентов.

Каким образом белорусская компания может выделить свое предложение на рынке среди множества конкурентов? Какие стратегии позволяют компаниям развиваться и выходить на новый уровень?

Следует отметить, что в деятельности белорусских ИТ-компаний преобладает стратегия минимизации издержек, которая реализуется за счет увеличения оборачиваемости капитала и экономии затрат. Несмотря на свою эффективность, возможности ее использования ограничены, в том числе появлением множества конкурентов, способных предложить более дешевые услуги.

Перспективы развития белорусских компаний связаны со стратегией глубокой нишевой дифференциации, ориентированной на узкий сегмент рынка. Цель этой стратегии – удовлетворять клиентов целевого сегмента и делать это лучше, чем конкуренты. Однако эта стратегия является весьма сложной, ее разработка и реализация предполагают высокие аналитические способности и постоянный анализ рынка.

Для этого компании должны определиться с выбором сегмента на рынке, занятием перспективной рыночной ниши. Это предполагает направленность на определенных клиентов, гибкость в предоставлении соответствующих услуг, трансформацию их сущности в целях удовлетворения клиентуры.

Перспективным направлением реализации стратегии является «вкладывание» в продавцов. На рынке аутсорсинга продвинуть и продать продукт либо услугу помогают продавцы. В некоторых случаях специалисты считают, что разумно вложиться в этот «ресурс», а совсем не в зарплату технического персонала или развитие продукта. Помимо того, белорусским ИТ-компаниям следует использовать развитие добавленного предложения. Проблема отсутствия уникальных свойств продуктов (услуг) решается путем предложения их «добавленных свойств».

Все стратегии имеют свои плюсы и минусы, и каждая ИТ-компания, работающая на рынке аутсорсинга, должна серьезно подходить к выбору конкурентной стратегии, определяющей перспективы ее развития с учетом возможных рисков.

Е. Турик

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ТАЛАНТ-МЕНЕДЖМЕНТА В КОМПАНИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ АДАПТАЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

В последние 20 лет глобализационные процессы охватили практически все сферы жизнедеятельности человека. Их динамизм все в большей степени способствует повышению доступности многих ресурсов, необходимых человеку в процессе производства товаров и предоставления услуг. Компании с целью повышения эффективности бизнес-процессов пытаются найти другие активы и поэтому все больше обращают внимание на собственный персонал, их квалификацию и знания. То есть персонал становится важной составляющей для достижения целей, высоких позиций в конкурентной среде.

В то же время, пытаясь развивать собственный персонал, повышать его квалификацию, большинство организаций неминуемо сталкиваются и будут сталкиваться с проблемой унифицированности учебных программ и мероприятий, которые предлагаются и проводятся внешними провайдерами

образовательных услуг (учреждениями образования, консалтинговыми и тренинговыми агентствами). Это приводит к унифицированности тех знаний, умений и навыков, которые получают работники на тренингах и семинарах. И многие руководители отказываются вкладывать средства в развитие сотрудников, не понимая, каков на самом деле потенциал их работников, и в чем их истинная ценность для усиления конкурентоспособности организации.

В ходе исследования разработаны направления совершенствования системы талант-менеджмента в компаниях Республики Беларусь на основе адаптации зарубежного опыта, которые включают в себя ключевые компоненты высокоэффективного процесса управления талантами, методы управления талантливymi сотрудниками, которые подразумевают:

- повышение справедливости и поощрение сотрудников и руководителей, давая право совместного обсуждения целей компании, принятие стратегических решений в компании;
- создание сильной и соответствующей культуры лидерства и обучения;
- понимание и реагирование на талантливых сотрудников в режиме реального времени.
- разработка методов поощрения и способов мотивации талантливых сотрудников в компаниях.

Данные рекомендации могут использовать следующие организации, работающие на территории Республики Беларусь: «Волат Санцзян»; «Bel Huawei Technologies»; «БелЖди»; «Антопольский текстиль» (компания «Джангсу Вэйда Пэнг Пао»).

Для талантливого сотрудника очень важно понимать, что он нужен компании, осознавать свою роль в развитии компании. Поэтому управление персоналом превращается в важную составляющую обеспечения эффективного функционирования бизнеса.

Ю. Хвесечко

МИРОВОЙ РЫНОК ОНЛАЙН ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Рынок онлайн образовательных услуг является одним из наиболее перспективных и активно развивающихся отраслей. В 2017 г. мировой рынок образования достиг объема в 5 трлн долл., а объем онлайн образовательных услуг составил при этом 165 млрд долл., т.е. 3 % от всего рынка. Согласно маркетинговым исследованиям к 2023 г. объем рынка онлайн-образования достигнет 240 млрд долл., увеличиваясь на 5–25 % в год в зависимости от ниши.

В то время как в США темпы прироста этого сегмента замедляются (+4,0-4,4 %), в странах Юго-Восточной Азии и Восточной Европы рынок

онлайн-образования значительно быстрее набирает обороты (+17 %). Повсеместная компьютеризация, развитие цифровых технологий, независимость, гибкость, доступность являются одними из ключевых факторов обращения к онлайн-образованию, делая его не просто альтернативной, а важной частью традиционного образования. Привлекательность онлайн-обучения, обеспечивающего как детям, так и взрослым непрерывное образование в течение жизни, обосновывает актуальность изучения данной темы.

Мнения в отношении онлайн образовательных услуг не всегда однозначны: некоторые исследователи считают такой формат неэффективным, другие пришли к выводу, что только сочетание традиционного обучения с онлайн-обучением позволяет достичь высоких результатов. Тем не менее, методика дистанционного обучения постоянно совершенствуется, обретая новые формы интерактивного взаимодействия между слушателями и преподавателем. Непрерывное обновление и развитие подходов в онлайн-образовании делают его все больше привлекательным, что подтверждается тем фактом, что только на постсоветском пространстве каждый пятый стартап оказывает онлайн образовательные услуги.

К тенденциям развития онлайн-образования относится: активный выход национальных компаний на международный рынок онлайн образовательных услуг; введение элементов онлайн-образования в каждое образовательное учреждение; увеличение уровня конкуренции в сегменте онлайн-образования; активный рост «хобби-обучения» (курсы по финансовой грамотности, живописи, психологии, прикладным навыкам дизайна и т.п.).

Интерес к дистанционному обучению детей и взрослых постоянно растет, особенно большой спрос наблюдается к онлайн-курсам иностранных языков, IT-технологий, маркетинга и бизнеса. Так как эффективность и популярность онлайн-образования в постсоветском пространстве все же отличается от развитых стран, перспективой развития является партнерство с экспертами лидирующих компаний в отрасли, привлечение инвесторов, добавление социального обучения. Онлайн-образование, имеющее множество преимуществ над традиционными формами обучения, обуславливает стремительный рост мирового рынка онлайн образовательных услуг.

Чжан Чи

ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В КИТАЕ

В Китайской Народной Республике бизнес-коммуникационные технологии приобрели глобальный характер и стали неотъемлемой частью всех сфер деятельности личности, общества и государства.

Под отраслью информационно-коммуникационных технологий в бизнесе понимается совокупность китайских компаний, осуществляющих

следующие виды деятельности – разработка тиражного программного обеспечения; предоставление услуг в сфере информационных технологий, в частности, заказная разработка программного обеспечения, проектирование, внедрение и тестирование информационных систем, консультирование по вопросам информатизации; разработка аппаратно-программных комплексов с высокой добавленной стоимостью программной части; удаленная обработка и предоставление информации, в том числе на сайтах в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Коммуникативные технологии Интернета в Китае основываются на двух физических параметрах – месту нахождения участников коммуникации (физическое или виртуальное) и времени. В результате их различных сочетаний можно выделить четыре варианта реализации компьютерно-опосредованной коммуникации:

- одно время/одно местонахождение (виртуальное) – чаты;
- одно время/разное местонахождение – интернет-телефония, компьютерная аудио- и видеоконференцсвязь;
- разное время/одно местонахождение (виртуальное) – форумы, блоги, гостевые книги, социальные сети;
- разное время/разное местонахождение – электронная почта, списки рассылки, телеконференции.

В Китае технологии бизнес-коммуникационных процессов на основе использования Интернета включают: веб-сайт; электронная почта; баннерная реклама; баннерообменные сети; рич-медиа; текстовая реклама в Интернете; взаимодействие с тематически близкими ресурсами; обмен статьями; трансляция новостей и информеры; реклама в отправляемых с веб-интерфейса письмах; реклама в рассылках отраслевых ресурсов; размещение сообщений в форумах, гостевых книгах и на досках объявлений; эмуляция дискуссий в блогосфере; корпоративные блоги; нестандартные рекламные носители и другие.

Таким образом, для решения задач в области бизнес-коммуникаций Китайская Народная Республика разрабатывает основные мероприятия по развитию информационного общества, создает условия для их выполнения во взаимодействии с бизнесом и гражданским обществом.

Чэнь Сюцян

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КНР

Китай достиг больших успехов в экономическом плане, но развитие страны по-прежнему отличается несбалансированностью. Особенно ярко видны диспропорции между развитием восточных и западных регионов

Китая. Правительству КНР необходимо разработать соответствующую политику, чтобы содействовать развитию регионов. Рост количества малых и средних предприятий становится важным для экономического и социального развития, особенно с точки зрения создания рабочих мест и поддержания социальной стабильности. Целью работы является изучение особенностей организации деятельности торговых предприятий в КНР.

Под торговым предпринимательством мы понимаем первичное, основное звено сферы торговли, его самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для закупки, реализации, а также хранения товаров, предоставление различного рода сопутствующих услуг в целях удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли. Представителями торгового предпринимательства являются различные торговые организации, реализующие предметы потребления и средства производства.

Торговые предприятия, будучи объектами налогообложения, вносят свой вклад в формирование доходной базы государственного бюджета, а также в экономику страны путем создания новых рабочих мест, участием во внешней торговле, экспортируя и импортируя товары. Данные четвертой национальной экономической переписи показали, что в конце 2018 г. в оптовой и розничной торговле по всей стране насчитывалось 6,499 млн юридических лиц. С точки зрения отрасли быстро развивались мелкие розничные форматы, не относящиеся к предприятиям, такие как торговые палатки без магазинов и другие формы розничной торговли.

Дальнейшему формированию торгового бизнеса в КНР будет способствовать: развитие электронной коммерции; создание высоко конкурентной и влиятельной платформы для торговли и торговых транзакций; усиление интеграции торгового бизнеса и финансовых отраслей, а также развитие новых потребительских секторов.

В то же время торговые предприятия в Китае сталкиваются с рядом проблем, которые мешают развитию электронной коммерции в провинциях, в их числе: правовая среда; инфраструктура и недостаток кадров. Именно электронная коммерция является наиболее успешной формой торгового предпринимательства регионального уровня в КНР. Решение указанных проблем будет способствовать развитию торгового предпринимательства в отдельных провинциях и как следствие создаст большое количество возможностей трудоустройства для общества и позволит решить проблемы социальной занятости.

Д. Швец

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСТАВКИ СБОРНЫХ ГРУЗОВ ОТ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОСТАВЩИКОВ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ

Сборные грузы – это небольшие товарные партии, перевозимые в одном транспортном средстве или контейнере для разных получателей. Грузовое пространство автомобиля либо контейнера используется максимально эффективно, что позволяет добиться существенной экономии и снижения расходов. Доставка сборного груза из Польши занимает порядка 4–5 суток, из Италии, Чехии, Австрии, Румынии, Болгарии – 7 суток, из Испании, Турции, Франции – около 8–10 суток.

Совершенствуя систему организации доставки сборных грузов, важно разработать действенную транспортно-логистическую схему, четко обозначить обязанности каждого отдела компании. Специалист по работе с клиентами обязан принять у клиента запрос на просчет актуального груза. После того, как логист рассчитывает стоимость доставки груза, должна быть организована четкая и быстрая обратная связь. В том случае, если клиента устраивают тарифы, сроки и он дает устное согласие на доставку, специалист по работе с клиентами должен оформить заявку на перевозку груза.

Предположим, что клиенту требуется доставить груз весом 600 кг. Направление – Болонья (Италия) – Минск (Беларусь). Если это небольшой груз из Италии, значит, он должен быть доставлен через консолидационный склад. Около 80 % всех грузов не требуют специальных условий перевозки. Экспедитору следует найти перевозчика, который сможет доставить груз от отправителя в Италии до консолидационного склада на автомобиле, подходящем для перевозки конкретного груза. Для действенной транспортно-логистической схемы доставки грузов важно иметь нескольких постоянных и проверенных подрядчиков по этим направлениям, которые смогут доставить груз из Болоньи на склад. Важно учитывать то, что если груз помещен под какой-либо режим, например, ветеринарный, то вариант маршрута, пролегающего через склад, исключается. При выборе маршрута очень важно учитывать политическую ситуацию в странах транзита и состояние дорог. В условиях нынешней нестабильной ситуации в мире, вызванной пандемией Covid-2019, многие страны закрыли свои границы. Поэтому логистические компании ищут другие способы доставки сборных грузов, например, морским и железнодорожным транспортом.

Для устранения ошибок при отгрузке наиболее эффективным решением является установление электронной системы маркировки грузов. Очень важно ежедневно информировать клиента о том, где находится его груз, тем самым подчеркивая высокий уровень предоставления транспортно-логистических услуг.

Предложенные мероприятия способны не только облегчить работу персонала, но и принести реальную экономическую выгоду компании.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СТРАН ЕС В УСЛОВИЯХ БРЕКСИТА

С момента вступления в ЕЭС в 1973 г. Великобритания является его чистым донором. За период 1973–2015 гг. валовые взносы Британии в европейский бюджет составили 339 млрд ф. ст., в том числе чистый взнос – 127 млрд ф. ст. В свою очередь, Британия в значительной степени зависит от европейского рынка.

За годы членства Великобритании в ЕС произошло построение тесных экономических связей. С 1973 г. по 2014 г. доля ЕС в структуре торгового оборота Великобритании возросла с 33 % почти до 60 %. Около половины автомобилей, произведенных в Великобритании, реализуются на европейском рынке. Если в 1997 г. на долю других стран ЕС приходилось в основном 30 % прямых иностранных инвестиций, накопленных в Великобритании, то в 2017 г. доля в них возросла до 50 %. В 2015 г. стоимость активов британских банков в еврозоне в несколько раз превышала стоимость их активов в США.

Кроме того, на общем европейском рынке Великобритания обладает сравнительными преимуществами в предоставлении финансовых и бизнес-услуг, а также в маркетинге, проектировании, инженерных и других услугах. ЕС предъявляет 2/5 иностранного спроса на услуги Великобритании (доля США в этом сегменте – 17 %, стран БРИКС – всего 10 %).

Брексит лишает Великобританию преференциального доступа на рынки 58 стран в рамках 36 торговых соглашений. Британское правительство будет вынуждено повысить тарифы на импорт из этих государств, так как столкнется с повышением тарифов на британские товары за рубежом. Иными словами, пересмотру подвергнется практически весь объем внешней торговли Великобритании.

Выход из ЕС повлечет за собой выход из Таможенного союза, после чего британским товарам станет очень тяжело конкурировать с европейскими на рынках Евросоюза. Торговые барьеры, таможенные пошлины на товары, ввозимые на территорию ЕС, усиление пограничного контроля, а также сокращение оказываемого Великобританией на территории ЕС количества услуг – все это является основными пунктами постоянных переговоров Великобритании и ЕС. Великобритания будет отстранена от разработки новых экономических правил, действующих не только на пространстве ЕС, но и заметно влияющих на ее экономических партнеров, особенно соседей (ведь у Великобритании до брексита 44 % товарного экспорта и 54 % импорта приходилось на страны ЕС). Наиболее болезненными для Соединенного Королевства могут быть последствия отказа от наднациональной региональной политики («политики сплочения») и научно-

технической политики. После окончательного перехода от двусторонних соглашений с ЕС на введение торговых барьеров Великобритании, по экспертным оценкам, потребуется не менее пяти лет, чтобы вывести свою экономику на уровень 2015 года.

М. Шкирич

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Маркетинговая коммуникация – это процесс передачи целевой аудитории подробной информации о любом продукте. В наши дни намного проще осуществить данный процесс с помощью социальных сетей. С каждым годом их количество растет и у производителей появляется больше возможностей прорекламировать свой продукт.

Проблема маркетинговой коммуникации может возникнуть из-за неправильной подачи информации целевой аудитории. Товар должен заинтересовать потребителя или партнера, поэтому компания должна четко знать, как привлечь интерес и как правильно преподнести информацию о товаре или услуге. Также существует проблема потери целевой аудитории из-за некомпетентности специалистов в данной сфере. Есть множество примеров, когда теряется вся активность из-за некорректного контент-плана. Таким образом, маркетинговая коммуникация – это сложный процесс, который требует немало усилий для качественного продвижения продукта.

Можно однозначно сказать, что социальная сеть как инструмент маркетинговых коммуникаций – самая эффективная платформа. Аудитория постоянно растет, в особенности, когда пользователи делятся информацией друг с другом о продукте или услуге. Информация о товарах распространяется в виде советов и рекомендаций через единомышленников, не вызывая при этом отторжения и сопротивления. Также существует обратная связь с клиентом. У компании есть возможность получить отклик от потребителя и узнать мнение о своем продукте.

К числу наиболее популярных площадок относятся Facebook и Instagram. В Instagram количество женской аудитории преобладает, что увеличивает шансы на успешную продажу женской продукции. Статистика пользователей Instagram: женщины составляют 65,2 %, мужчины – 34,8 %. Также существуют боты, их количество составляет примерно 11,1 %, а реальных подписчиков – 88,9 %.

Количество пользователей Facebook» – 2,5 миллиарда. Количество женщин – 74 %, а мужчин – 62 %.

Маркетинговую коммуникацию в социальных сетях стоит начать с тщательной подготовки. Для этого необходимо знать, кто является целевой

аудиторией продукта/услуги, какой уникальный контент нужно придумать, чтобы он был одновременно интересным и помогал продвижению бренда, преимущества которого следует точно знать.

При правильном использовании социальных сетей и при существовании четких ответов на все вопросы у компаний будет больше шансов на достижение высокого спроса на свои товары и услуги.

Можно сделать вывод, что маркетинг в социальных сетях – это один из самых перспективных инструментов интернет-маркетинга.

Ян Цзиньхань

КНР НА МИРОВОМ РЫНКЕ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Одной из наиболее значимых сфер развития в КНР является наука и инновации, на развитие которых до 2021 года выделен бюджет, эквивалентный 1,58 трлн долларов. Уже сегодня Китай признается единственной страной, которая может составить конкуренцию США на мировом рынке венчурных инвестиций, по объему сделок выросшего с 45,3 млрд долл. в 2012 г. до 201 млрд долл. в 2018 году.

Во втором квартале 2018 г. Поднебесной удалось впервые обогнать США по объему венчурного капитала, когда одной только компании Ant Financial Services Group (развитие финансов и технологий) удалось произвести рекордный сбор средств в размере 14 млрд долларов. Если США и Канада формируют 35 % мировых венчурных инвестиций, то китайским стартапам удалось привлечь 47 %. При этом в США на развитие стартапов уходит 5–8 лет, а китайским компаниям удается развивать их за 3–5 лет. Время запуска нового проекта от идеи до производства в Шеньчжэне составляет всего три-шесть месяцев.

Отличительной чертой китайского венчурного рынка является его структура. В отличие от других стран здесь ключевую роль играют не фонды как таковые, а крупнейшие технологические компании, такие как Tencent, Alibaba и Baidu, занявшие первое, четвертое и восьмое места в списке самых активных инвесторов на рынке. В то время как топ-5 крупнейших американских технологических корпораций направляют почти всю прибыль на выплату дивидендов (за 2015–2017 гг. объем выплат достиг 228 млрд долл.), то топ-5 китайских вкладывают в развитие, выплатив акционерам за тот же период только 10,7 млрд долл., то есть более, чем в 20 раз меньше.

Практически каждые 4 дня в Поднебесной появляется стартап с капитализацией от 1 млрд долл., или так называемый «единорог». За 2018 г. число китайских «единорогов» достигло 186, их суммарная капитализация составила более 736 млрд долларов.

Области, в которых чаще всего появлялись китайские венчурные «единороги» в 2018 г., – онлайн-сервисы (45 компаний), электронная торговля (20 компаний), интернет-финансы (19 компаний).

Китайский бизнес нацелен на поиск перспективных инвестиционных проектов и стартапов в Европе и России с целью дальнейшего развития в КНР. В основном речь идет о таких направлениях, как Big Data, информационные технологии в финансовом секторе, облачные технологии, биотехнологии, биомедицина, чистые источники энергии, новые материалы, умное производство, включая робототехнику и передачу данных. Согласно плану, обнародованному китайским правительством в 2017 г., целью КНР является достижение к 2030 г. статуса мирового лидера в сфере искусственного интеллекта с объемом отрасли, превышающим 1 трлн юаней.

Т. Яшкова

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СЕТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Развитие туризма является одним из важнейших направлений экономического благосостояния страны, благодаря которому появляются новые отрасли, обслуживающие эту сферу.

Предпринимательские сети в сфере туризма – это организации, объединившиеся для достижения общих целей с эффективным использованием ресурсов. Предприятия, входящие в сеть, независимы друг от друга и работа осуществляется на основе договоренностей между агентами. Эксперты полагают, что создание и управление такими глобальными объединениями – это трудоемкий процесс, требующий много времени и ресурсов. Именно поэтому многие компании за рубежом обращаются к другой форме организации международного сотрудничества – стратегическим союзам.

Также одна из проблем – это снижение транзакционных издержек. Их можно избежать или свести к нулю, если участвующие в обмене стороны соглашаются нести ответственность за ущерб от негативных внешних воздействий.

При изучении этой темы прежде всего надо разобраться с формированием сбытовой сети в индустрии туризма. Крупные турфирмы открывают собственные представительства, агентства в разных городах страны, а также за рубежом. В качестве примера, можно привести такие организации, как Международный туристический альянс (AIT), Ассоциация туристических агентств, Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне». Целью организаций является развитие всех видов международного туризма и автотуризма. Нередко компании заключают франчайзинговые соглашения с другими турагентствами. Существует разветвленная

турагентская сеть и сетевое сотрудничество. Преимущества заключаются в сокращении расходов на аренду помещения, его оснащение и т.д., а также увеличение объемов продаж туруслуг.

Важным плюсом сетевого партнерства для турагента является уменьшение доли ответственности перед клиентом, а также возможность расширить сферу деятельности благодаря сотрудничеству с несколькими туроператорами, специализация, которых базируется на совершенно разных по содержанию и качеству турпродуктах.

Также можно осуществить маркетинговую коммуникацию в социальных сетях и прорекламировать свое агентство.

Туристическая отрасль очень перспективна, так как это приток капитала. В Беларусь каждый месяц приезжает около 4 000 туристов. По подсчетам за год они оставляют 18 млн долларов. Также эта отрасль стимулирует развитие малого и среднего бизнеса. Таким образом, предпринимательские сети в сфере туризма могут стать основой для устойчивого развития туристической отрасли.

Круглый стол
«ИССЛЕДОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО
КОМПОНЕНТА В ЯЗЫКЕ И РЕЧИ»

А. Баранова

ТОПОНИМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ
НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СПЕЦИФИКИ
(на материале английского и французского языков)

Топонимы обладают множеством ассоциаций (историко-культурных, литературных и т.д.), которые знакомы каждому носителю языка, но неизвестны изучающему данный язык. Без семантизации культурного компонента значения топонимов его страноведческая ценность будет ограничиваться лишь информацией о том или ином географическом объекте.

Анализ практического материала указывает на неразрывную связь топонимов с национально-культурной спецификой англичан и французов. Характерной чертой топонимов является то, что они передают и сохраняют историческую и культурную информацию конкретного народа.

При изучении топонимов особое внимание привлекают фразеологизмы как одно из средств фиксирования и передачи из поколения в поколение культурных установок и стереотипов, которые, сохранив первоначальную форму, отражают в своей семантике длительный процесс развития культуры народа. Национальная специфика фразеологических единиц, содержащих топонимы, заключается в том, что многие из них не поддаются переводу на другой язык, так как в них отражены события и факты, не имеющие места в другой культуре.

Проведенное исследование фразеологизмов с компонентами-топонимами в рассматриваемых языках позволило сделать следующие выводы:

- фразеологические единицы с компонентом-топонимом в английской и французской культурах, как правило, возникли на национальной основе и отражают важнейшие этапы истории материальной и духовной культуры народа, а также отношение к явлениям окружающей действительности, тесно связанным с его жизнью;
- на формирование топонимов большое влияние оказали не только близкие территориальные соседи (микромир), но и дальние (макромир);
- как в английском, так и во французском языке имеют место заимствования из других языков;
- в английском и французском языках среди фразеологических единиц с топонимами, обозначающими объекты за пределами области рассматриваемого языка, преобладает негативная коннотация;

- топонимические и этнонимические дериваты имеют тенденцию выражать сходные либо одинаковые значения, которые зачастую невозможно дифференцировать.

Топонимы представляют собой отдельную категорию имен собственных, обладающих особыми свойствами. С развитием общества их роль в культуре каждого народа постоянно увеличивается. С лингвистической точки зрения проблема изучения топонимов является не до конца изученной и интересной для исследования.

В. Велько

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЛЕКСИЧЕСКОЙ ЕДИНИЦЫ *AINSI* ‘ТАК, ТАКИМ ОБРАЗОМ’ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Согласно лексикографическим источникам (<https://www.cnrtl.fr/>, Le Nouveau Petit Robert, 2013) французская лексическая единица *ainsi* ‘так, таким образом’ латинского происхождения (< *sic* ‘так, таким образом’) имеет наречное и союзное употребление. На основании анализа данных франко-русского параллельного подкорпуса Национального корпуса русского языка (<http://ruscorpora.ru/>) было выявлено 106 контекстов с данной лексической единицей. Отметим, что отобраны были только контексты из 17 произведений франкоязычных авторов (М. Рэй, Фр. Бегбедер, А. Макин, П. Модигано, Ж. Женетт, Ж. Кокто, А. де Сент-Экзюпери, Ги де Мопассан, Г. Флобер, Ж. Верн, Пр. Мериме, В. Гюго, О. де Бальзак). В ходе анализа практического материала было установлено, что в 75 контекстах (70,75 % от выявленных контекстов) лексическая единица *ainsi* ‘так, таким образом’ выступает в роли наречия образа действия и находится в постпозиции к глаголу (1) или в препозиции к причастию прошедшего времени (2), например:

(1) *Depuis le début du déluge, il sillonnait ainsi les rues de la capitale à la recherche de l'événement clé du jour* ‘С тех пор как началось наводнение, он бороздил **таким способом** улицы столицы в поисках ключевой новости дня’ (А.Макин);

(2) *Plusieurs pièces de cette collection furent ainsi dépouillées* ‘**Так** мы распотрошили многие образцы этой коллекции’ (А.Макин).

Анализ практического материала показал, что в 39 контекстах имеет место инициальное употребление лексической единицы *ainsi* ‘так, таким образом’. Следует отметить, что согласно нормативной грамматике французского языка (Riegel, Grevisse) наречие *ainsi* ‘так, таким образом’ в начале предложения требует использования инверсии и выступает в роли выделятельной конструкции (3). В случае же союзного употребления *ainsi* ‘так, таким образом’ в начале предложения инверсия отсутствует, а сам союз маркирует введение примера или же заключения, вывода (4). Ср.:

(3) *Ainsi fait Pirkuns, notre Jupiter samogitien* ‘Так же поступает и Пиркунс, наш самогитский Юпитер’ (Pr. Merimée);

(4) *Ainsi, nous devinâmes les larmes cachées de notre grand-mère et pressentîmes l'existence dans son cœur de ce lointain amoureux français qui avait précédé notre grand-père Fiodor* ‘Вот так мы поняли, что бабушка скрывает от нас свои слезы, и угадали, что до нашего деда Федора в ее сердце когда-то существовал далекий возлюбленный – француз’ (A. Makine).

В результате анализа инициального употребления лексической единицы *ainsi* ‘так, таким образом’ было выявлено 12 случаев ее наречного употребления (31 % от 39) и 27 случаев ее союзного употребления (69 % от 39).

Таким образом, синтагматическое окружение лексической единицы *ainsi* ‘так, таким образом’, позволяет нам определить ее принадлежность либо самостоятельным, либо к служебным частям речи.

В. Ворончукова

ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ СОЮЗА *ET* ‘И’ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Союз *et* ‘и’ является самым распространенным сочинительным союзом французского языка. Он способен соединять единицы разной синтаксической сложности: от морфем и непосредственно слов (существительные, местоимения, прилагательные, глаголы, наречия) до простых предложений в составе сложносочиненного комплекса.

Союз *et* ‘и’ может соединять части слов. Если два согласованных элемента различаются только в своей первой части, то можно отказаться от повторения второй части, которая в письменной форме заменяется дефисом:

(1) ... *par vagues, les bi-, tri-, et quadricycles défilaient* ‘По волнам проходили би-, три- и квадрициклы’ (R. Queneau. Chiendent).

Французский союз *et* ‘и’ может соединять служебные слова:

(2) *Ce jeune homme passa allègrement du soupçon légitime porté sur les limites de notre connaissance à cette affirmation que les choses n'étaient qu'en lui, que par et pour lui* ‘Этот молодой человек с радостью перешел от законного подозрения, ограничивающего наши знания, к этому утверждению, что все было только в нем, только для него и для него’ (É.-E. Schmitt. La Secte des égoïstes).

Как правило, элементы с соединительной связью имеют одинаковую природу и одинаковую функцию. Однако даже в литературном языке можно встретить сочинение элементов разной природы, но одинаковой функции, или наоборот. В некоторых грамматиках высказывается мнение о неправильности таких асимметричных конструкций:

(3) *Elle voyait près du général et en costume d'officier anglais, Arthur à qui sans doute elle devait sa prompte délivrance* ‘Рядом с генералом она увидела Артура в форме английского офицера, которому без сомнения она была обязана своим быстрым освобождением’ (H. Balzac. La Femme de trente ans).

Союз *et* 'и' соединяет простые предложения в составе сложносочиненного предложения:

(4) *Cependant le crépuscule tombait et des persiennes en face s'étaient relevées* 'Однако сумерки падали, а ставни напротив поднимались' (G. Flaubert. *Bouvard et Pécuchet*).

Союз *et* 'и' соединяет простые предложения в сложносочиненный комплекс, находясь в начальной позиции одного из предложений:

(5) *Elle se faisait une image parfaitement ennuyeuse de la vie qu'elle allait reprendre à Paris. Et cependant à Hyères elle regrettait Paris* 'У нее был совершенно скучный образ жизни, которую она собиралась возобновить в Париже. И все же в Йере она сожалела о Париже' (Stendhal. *Le Rouge et le Noir*).

Таким образом, французский сочинительный союз *et* 'и' может соединять части слов, служебные слова, однородные члены предложения, простые предложения в составе сложносочиненного предложения, а также простые предложения в составе сложносочиненного комплекса.

К. Ганчук

ГЕНДЕРНЫЙ ВЗГЛЯД НА ОПИСАНИЕ ВНЕШНОСТИ

В настоящее время применяются новые методы и подходы в анализе художественного текста, одним из которых является гендерный подход. Гендерные исследования базируются на изучении гендерного стереотипа как языкового явления, отражающего деятельность сознания человека по фиксированию стереотипных представлений о мужчинах и женщинах.

В гендерной системе отражены полярные социокультурные модели, оценки, которые приписываются людям, в зависимости от их пола. В основе концепции «гендер» лежит противопоставление: «женское» («фемининное») и «мужское» («маскулинное»).

Анализ художественных текстов известных английских и французских авторов позволил сделать вывод о том, что все авторы, независимо от половой и национальной принадлежности, выделяют пять основных гендерных признаков в описании внешности человека: рост, тело и его части, лицо и его части, волосы и одежда. При этом в описании мужчин и женщин все компоненты портрета подразделяются на группы приоритета. Если у мужчин детально описываются части тела и мускулатура, то при создании женского образа больше внимания уделяется деталям лица, прическе и гардеробу.

Исследование показало, что существует ряд положительно оцениваемых внешних качеств мужчины и женщины, совпадающих со стереотипными представлениями о маскулинности и фемининности в различных лингвокультурах. Отсутствие данных качеств получает в описании отрицательную или нейтральную эмоциональную окраску.

К маскулинному типу в английской и французской культурах относят спортивную фигуру, широкую грудь и плечи. Наибольшей частотностью при описании мужского тела и его частей пользуются прилагательные *strong* ‘сильный’, *stalwart* ‘крепкий’, *muscular* ‘мускулистый’ в английском языке и *grand* ‘большой’, *sportif* ‘спортивный’, *solide* ‘крепкий’ – во французском, что говорит о наличии значения ‘большой и крепкий’ в стереотипе мужской внешности. К эталону мужской красоты в обеих культурах относят не только отличную фигуру, сильные руки, длинные пальцы, но и правильные черты лица, а также приятные манеры.

Фемининным качеством считается миниатюрность тела, при описании телосложения женщины высокой частотностью пользуются прилагательные, передающие маленький размер *slim* ‘стройный’, *slight* ‘худощавый’, *thin* ‘худой, стройный’ в английском языке и *petite* ‘маленькая’, *menue* ‘мелкая’, *mince* ‘тонкая’ – во французском. Лицо считается фемининным, если оно имеет тонкие черты: *aux traits fin* и маскулинным при наличии крупных черт: *aux traits épais*. Кроме того традиционным средством украшения женской внешности являются длинные волосы: и в англоязычном, и во французском художественном тексте описание волос персонажей-женщин пользуется высокой частотностью, при этом длинные, блестящие и шелковистые волосы составляют основу самой высокой оценки женского образа.

А. Кардзіс

ТВАР ЧАЛАВЕКА Ё ЛЮСТЭРКУ ФРАНЦУЗСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ ФРАЗЕАЛОГІІ

Адным з істотных складнікаў нацыянальнай культуры з’яўляецца мова. Гісторыя, звычаі і абрады – усё гэта знаходзіць ў ёй сваё адлюстраванне. Нацыянальна-культурная адметнасць мовы выяўляецца найперш праз фразеалогію, якая найбольш яскрава рэагуе на змены пазамоўнай рэчаіснасці. Фразеалагізмы – душа кожнай культуры, яе люстэрка. Фразеалагічныя адзінкі можна параўнаць з мастацка-гістарычным летапісам, у якім апісваюцца матэрыяльныя і духоўныя каштоўнасці пэўнай этнічнай супольнасці. Фразеалагічная сістэма любой мовы вельмі індывідуальная. Няроднасныя мовы, якія гістарычна не кантактавалі адна з адной, маюць істотную колькасць фразеалагізмаў, заснаваных на вобразах, звязаных з чалавекам, яго знешнім выглядам, дзейнасцю і інш.

Своеасаблівай “візітнай карткай” чалавека з’яўляецца твар – найбольш адмысловая частка цела, якая дае разнастайную інфармацыю пра асобу. Асноўнымі складнікамі твару з’яўляюцца лоб, бровы, вочы, нос, шчокі, вусны (вусы, барада).

Вочы – самая важная частка твару чалавека, орган зроку, пры дапамозе якога мы атрымліваем большасць інфармацыі аб свеце.

У французскай мове гэты орган зроку атаясамліваецца з пладамі розных дрэў і з ягадамі: *oeil à la montmorency*. Сустрэкаюцца выразы заснаваныя на вонкападабенчай прыкмеце (жывёлы): *oeil de cochon, oeil de loup, yeux de carpe, yeux de biche*. Некаторыя адзінкі, скіраваныя на чалавека (*yeux comme lanternes de cabriolet, yeux en boules de loto*), не фіксуюцца слоўнікамі літаратурнай мовы і характарызуюцца вобразнасцю і эмацыянальнасцю.

Leur chef, petit de taille, les yeux ronds comme des boules de loto, la mâchoire saillante;

Elle n'avait que seize ans, elle était si fragile, avec ses yeux de biche.

У беларускай мове вочы атаясамліваюцца часцей з такімі ўстойлівымі адзінкамі, у склад якіх уваходзяць назвы раслін або прыродных матэрыялаў.

Найчасцей сустракаецца структурная мадэль “як + назоўнік”: *вочы як валошкі, вочы як пралескі, вочы як васількі, вочы як чарэшні, вочы як арэхі, як ягадкі лясныя, вочы як ільняны цвет*. Фальклорным, народна-паэтычным лічыцца параўнанне вачэй з сонцам і зоркамі: *вочы як зоркі, вочы як зарніца*.

Ды і так не мог разабрацца спачатку – ці гэта вочы ў яе як той цвет ільняны, ці кветкі на лёне, як Верыны вочы;

– Ага, толькі вочы ў яго не сінія, а шэрыя. – Хіба? – здзівілася Зося. – Мне заўсёды здавалася, што яны ў яго як **валошкі**.

Пры ўжыванні прыведзеных адзінак у кантэкставых сітуацыях яны з’яўляюцца сціслымі азначэннямі, характарыстыкамі вачэй з акцэнтам на іх выраз, колер, знешнюю форму, памер і інш. Выразнасць фразеалагізмам надае параўнанне з вельмі яркімі, прыгожымі рэчамі, якія вызываюць у чалавека прыемныя пачуцці. Большая колькасць іх сустракаецца ў аўтарскіх тэкстах.

И. Китаев

СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СЛОГАНОВ ПРЕЗИДЕНТСКИХ КАМПАНИЙ ПЯТОЙ РЕСПУБЛИКИ

В общем понимании слоганом является короткая, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть какого-либо сообщения. Для нашего исследования интерес представляет политический слоган, выражающий суть принципов какой-либо политической единицы – партии, движения и т.п. Материалом послужили примеры политических слоганов, отобранных из онлайн-источников (официальные сайты политических партий) методом репрезентативной выборки.

Семантический и прагматический анализ 68 политических слоганов выявил следующие тенденции. Лексема *France* ‘Франция’ (32 слогана), включая однокоренное слово-этноним *Français*, обозначающие страну и ее народ, количественно превосходит другие лексические средства: она встречается как в слоганах правых (19 слоганов) и левых (9 слоганов) партий, так

и партий центристов (4 слогана). Прагматической особенностью слоганов, в содержании которых обнаружены данные единицы, является обращение ко всей нации и, как следствие, привлечение максимального числа избирателей.

Лексема *président* ‘президент’ (9 слоганов), включая однокоренные *présider*, *présidente*, обозначающие президента, исполнение им своих обязанностей, функционирует как в слоганах правых (2 слогана) и левых (6 слоганов) партий, так и партий центристов (1 слоган). Прагматическая особенность слоганов, в содержании которых выявлены данные единицы, заключается в привлечении внимания потенциального избирателя к президенту как национальному лидеру и программе его партии.

Выявленная лексема *force* ‘сила’ (7 слоганов), включая однокоренные слова *fort*, *forte*, обозначающие политическую силу партии либо необходимость коренных изменений в управлении страной, используется исключительно в слоганах левых (4 слогана) и правых партий (3 слогана). Прагматической особенностью слоганов, в содержании которых обнаружены данные единицы, является привлечение внимания избирателей политической влиятельностью партии или необходимостью глубоких изменений в управлении страной.

Лексема *changement* ‘изменение’ (7 слоганов), а также однокоренной глагол *changer*, обозначающие изменения в управлении страной в случае избрания кандидата, используются только в слоганах левых партий (4 слогана), правых (1 слоган) и партий экологической направленности (2 слогана). Прагматической особенностью слоганов, в содержании которых выявлены данные единицы, выступает обещание изменений либо их конкретизация и, как следствие, привлечение тем самым внимания избирателей.

Проведенный анализ позволяет заключить, что несмотря на различия в политической принадлежности кандидатов в президенты главными ценностями, отраженными в политических слоганах президентских кампаний, являются страна, ее лидер и народ, что позволяет привлечь максимальное число избирателей как к выборам в целом, так и к отдельным кандидатам в частности.

А. Ковалихина

ФРАНЦУЗСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

По оценке ряда лингвистов, лексический фонд английского языка включает 60–70 % слов романского происхождения, около половины из которых заимствовано из французского языка. К ним относятся лексические единицы, классифицируемые по следующим сферам жизнедеятельности:

- политика, управление государством и судебная система (*government* ‘правительство’, *judge* ‘судья’, *sentence* ‘приговор’, *court* ‘суд’, *prince* ‘принц’);

- армия и военный быт (*army* ‘армия’, *siege* ‘осада’, *victory* ‘победа’, *regiment* ‘полк’ и др.);

- торговля и общественная деятельность (*money* ‘деньги’, *merchant* ‘торговец’, *purchase* ‘покупка’, *value* ‘стоимость’, *profession* ‘профессия’ и др.);

- наука и искусство (*art* ‘искусство’, *doctor* ‘доктор’, *medicine* ‘медицина’, *science* ‘наука’ и др.);

- быт и нравы (*pleasure* ‘удовольствие’, *fashion* ‘мода’, *present* ‘настоящее’, *dainty* ‘лакомство’, *feast* ‘пир’ и др.);

- религия и церковь (*religion* ‘религия’, *saint* ‘святой’, *to pray* ‘молиться’, *chapel* ‘часовня’ и др.);

- абстрактные понятия (*despair* ‘отчаяние’, *imagination* ‘воображение’ и др.).

В современном английском языке заимствованная из французского языка и исконно английская лексемы часто сосуществуют – каждая со своим оттенком значения:

- для обозначения животного используется английская единица, а при указании на мясо для употребления в пищу из этого животного – французская (*ox* ‘бык’ и *beef* ‘говядина’; *pig* ‘свинья’ и *pork* ‘свинина’; *sheep* ‘баран’ и *mutton* ‘баранина’ и др.);

- английское слово имеет более конкретное значение, а его французский синоним – более абстрактное (*work* ‘работа’ и *labour* ‘труд’; *life* ‘жизнь’ и *existence* ‘существование’ и др.);

- значение английской лексемы отличается интенсивностью своего проявления (*to weep* ‘рыдать’ по сравнению с французским *to cry* ‘плакать’ выражает большую степень горя);

- английская и французская лексемы стилистически неоднородны (*to begin* и *to commence* ‘начинать’; *to go on* и *to continue* ‘продолжать’; *to understand* и *to comprehend* ‘понимать’).

Следует отметить, что многие французские лексемы дополнили список не только английской, но и интернациональной лексики (*toilet* ‘туалет’, *hotel* ‘отель’, *delicate* ‘деликатный’ и др.), что указывает на способность этого романского языка к быстрой адаптации к нормам заимствующих языков.

Е. Козлова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СЕМАНТИКИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

(на материале английского и французского языков)

Категория неопределенности является универсальной понятийной категорией, которая свойственна любому языку. Однако представления о неопределенности предмета в различных культурах могут существенно отличаться,

поскольку семантическое наполнение и средства выражения данной категории определяются национально-культурной спецификой и зачастую в языках не совпадают.

Языки располагают достаточно большим количеством средств выражения категории неопределенности, но типология этих средств неодинакова, т.е. эта категория отличается от языка к языку по внутренней структуре (сильно центрированная структура в английском языке и бицентрическая структура во французском) и функциональному значению средств выражения.

В английском и французском – артиклевых языках, существуют специальные показатели неопределенности актуализируемого имени – неопределенный артикль. Вместе с тем существуют и иные способы выражения категории неопределенности. Как показали результаты проанализированных примеров, неопределенное местоимение оставляет за собой право быть названным одним из основных языковых средств передачи неопределенности наравне с неопределенным артиклем.

Анализ отобранных примеров (60 англ. и 60 фр.) подтверждает, что в английском языке к числу наиболее частотных средств передачи неопределенности можно отнести наречия и субституты, а во французском – наречия, отрицательные местоимения и неопределенные прилагательные.

Следует обратить внимание и на тот факт, что имеют место случаи, когда неопределенность в одном языке не находит своего отражения в другом. Сравните, например:

фр.: *Quand j'aime **quelqu'un** intensément, je ne dis son nom à personne* 'Если **кто-нибудь** мне нравится, я никогда никому не говорю его имя'.

англ.: *When I like people immensely, I never tell their names to anyone* 'Если человек мне нравится, я никогда никому не говорю его имя'.

Во французском языке присутствует неопределенное местоимение *quelqu'un*, передающее качественную неопределенность. В английском же языке показатель неопределенности отсутствует, хотя само значение неопределенности сохраняется.

Анализ фактического материала, в том числе параллельных текстов, показал, что одним из наиболее частотных средств выражения категориального значения неопределенности является неопределенное местоимение. Использование других языковых средств добавляет к значению неопределенности разнообразные смысловые оттенки.

Таким образом, выбор языковых средств выражения семантики неопределенности в английском и французском языках не всегда совпадает, что обусловлено языковыми особенностями, отражающими специфику мировосприятия представителями рассматриваемых лингвокультур.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА В СЕТИ INSTAGRAM (на материале французского языка)

В последние годы онлайн-платформы, в частности социальные сети, стали мощными источниками для привлечения клиентов. Производители товаров и услуг активно размещают свою рекламу в социальных сетях, и такая тенденция обуславливается массовым развитием этого направления. Сегодня наиболее популярными платформами для коммуникации брендов и пользователей являются Instagram, Facebook, Twitter и LinkedIn.

Среди этих платформ стоит отдельно обратить внимание на Instagram как на быстрорастущий и набирающий популярность сервис для обмена фотографиями и видеозаписями. По данным на 2019 год, соцсеть насчитывает около 1 млрд активных аккаунтов, будучи перспективной площадкой для рекламы. Основными рекламными форматами, представленными в Instagram, по наблюдениям Дж. Кларка, являются следующие: фото-карусель, видео, истории, фотообъявления. В каждом из этих форматов присутствует два компонента: лингвистический и экстралингвистический. К экстралингвистическому компоненту относятся изображения и эмодзи, а к лингвистическому – описание, рекламный текст для этого изображения. В Instagram-рекламе основное внимание привлекает картинка или фотография, но без рекламного текста она малоэффективна. Сочетание изображения и текста под ним – это именно то, что способно привлечь потенциального клиента, заинтересовать его товаром или услугой и аккуратно подвести к действию. Этим действием может быть переход по ссылке, оформление заказа или же непосредственно совершение покупки.

Необходимо особо выделить отличия Instagram-текста от стандартного рекламного текста, структура которого включает в себя заголовок, подзаголовок, основную часть и эхо-фразу. В Instagram-тексте некоторые из перечисленных элементов могут отсутствовать. Зачастую такой текст содержит в себе несколько коротких, но семантически ёмких фраз. Данные фразы могут сопровождаться хештегами – метками или метаданными, которые облегчают пользователям поиск контента по той же теме.

Как известно, цель рекламы: а) сформировать представление о товаре; б) вызвать у потребителя желание купить и превратить это желание в необходимость. Эта цель достигается путем завуалированного воздействия на потребителя с помощью целого комплекса методов и подходов, которые необходимо изучить с различных сторон. Проведенный анализ языковых особенностей Instagram-постов на материале французского языка свидетельствует о том, что в рекламных постах акцент на товаре/услуге сделан при помощи ряда лингвистических средств – специальных приемов на всех языковых уровнях, что и обуславливает их убедительность для пользователей сети.

ФРАНЦУЗСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Изучение французских заимствований в английском и русском языках представляется весьма интересным, поскольку анализируемые языки считаются самодостаточными. В настоящее время количество заимствований сокращается, исключение, как правило, составляют появляющиеся научные термины и сленговые понятия.

Проанализировав процесс исторического развития английского и русского общества, можно отметить, что в английском языке доминирующим фактором, который поспособствовал заимствованию французских слов, стало влияние французской аристократии. За долгий период существования этих стран оба языка оказывают друг на друга взаимное влияние.

Что касается русского языка, то появление в нем французских заимствований связано, в первую очередь, с именем Петра I. Ведь именно он открыл европейское общество для своей страны. В скором времени стало наблюдаться активное влияние французского общества, в результате чего в русском языке и появилось достаточно большое количество французских слов.

Изучение лишь части сфер влияния французских заимствований на английский и русский языки показало, что значительная часть заимствований появилась с целью введения нового слова, так как не было аналога в языке оригинале. Проведенный сравнительный анализ говорит о том, что французские слова в разные временные периоды охотно заимствовались как в английский, так и в русский язык, что зависело от ряда причин: развития торговых отношений; разного уровня развития стран и их языка соответственно и т.д. Например, в английском языке слово *gallery* появилось в середине XV в. от ст. фр. *galerie* 'длинный коридор'. В настоящее время оно имеет несколько значений: «помещение или здание для показа произведений искусства, художественная галерея»; «балкон или верхний этаж зрительного зала театра».

В русский язык слово *галерея*, от фр. *galerie*, пришло в начале XVIII в. и к его первоначальному значению 'верхний ярус в театральном зале, предназначенный для зрителей' были добавлены: 'длинный, крытый переход между соседними зданиями или частью одного здания' и 'помещение, где собраны коллекции произведений искусства'.

Слово *cafe*, от фр. *café* 'кофейня; место, где продают кофе', появилось в английском языке в начале XIX в. Оно восходит к итал. *caffè* 'кофе' (купцы и путешественники из Турции и Египта привезли этот напиток в Венецию в нач. XVII в.). Однако история кофе началась значительно раньше, и происходит это слово от араб. *qahwah* 'стимулирующий напиток или жаренное кофейное семя'.

Конкретные примеры показали разные способы появления заимствований в том или ином языке, т.е. изменение значений, которое обусловлено ассимилированием заимствующего языка принимающим языком; их различное временное появление в языке, напрямую зависящее от истории развития стран.

П. Левченко

СЕМАНТИКА ПРОТИВИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ СОЮЗА *MAIS* 'НО' ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Значение соположения противоположно-разнопорядковых сущностей, или противопоставления, является семантическим инвариантом союза *mais* 'но'. Так, в собственно противительных высказываниях существование одного из противоположаемых компонентов утверждается через отрицание другого:

(1) *L'amour de Bérénice n'était pas une aventure mais un état* 'Любовь Беренис была не приключением, а состоянием' (Aragon).

Согласно нормативным грамматикам современного французского языка противительные отношения, репрезентируемые союзом *mais* 'но', включают следующие шесть значений (Grevisse, Riegel).

Выражение 'exclusion' ('исключения') представлено конструкциями *non (P₁) mais (P₂)* или *ne (P₁) mais (P₂)*, где первое утверждение отрицательно, а второе утвердительно. Вторая пропозиция противопоставлена первой так, что, будучи неспособными быть правдивыми одновременно, они исключают друг друга:

(2) *Ce n'était pas de lui qu'il était question, mais de son cheval* 'Речь шла не о нем, а о его лошади' (Al. Dumas).

В случае, когда первое утверждение исключается только частично, то есть оно ограничено вторым, союз выражает значение 'restriction' ('ограничение'):

(3) *Ils ne mouraient pas tous, mais tous étaient frappés* 'Не все из них умерли, но все были поражены' (La Fontaine).

Когда второе утверждение выражает различие, то есть утверждается что-то противоположное первому, не исключая и не ограничивая его, союз *mais* 'но' маркирует значение 'opposition' ('противопоставление'):

(4) *Hamilcar leur avait fait des promesses exorbitantes, vagues il est vrai, mais solennelles...* 'Гамилькар дал им непомерные обещания, правда, смутно, но торжественно...' (Flaubert).

В случае, когда первая часть представляет утверждение, а вторая его дополняет или уточняет, то союз *mais* 'но' выражает значение 'addition' ('дополнение'):

(5) *Il y a de bons mariages, mais il n'y en a point de délicieux* 'Хорошие браки есть, а вкусных то нет' (La Rochefoucauld).

В выделительной конструкции *non seulement (P₁) mais (encore, aussi) (P₂)* союз *mais* ‘но’ акцентирует значение ‘extension’ (‘расширение’). Вторая часть усиливает то, что находится в первой:

(6) *Le crime en général, le meurtre en particulier sont, **non seulement** leur excuse, **mais** leur unique raison d'être* ‘Преступление в целом, убийство в частности является не только их оправданием, но и единственной причиной’ (Mirabeau).

Союз *mais* ‘но’ в сочетании с наречиями *cependant* ‘между тем’ или *pourtant* ‘однако’ особенно в вопросительной форме маркирует ‘objection’ (‘возражение’), которые некоторые грамматики трактуют как плеонастические:

(7) *Oreste: Cette nuit je vous sers, cette nuit je l'attaque. Hermione: **Mais cependant**, ce jour, il épouse Andromaque!* ‘Орест: Этой ночью я вам служу, этой ночью я атакую его. Гермiona: **Но** сегодня он женится на Андромахе!’ (Racine)

Таким образом, французский противительный союз *mais* ‘но’ выражает значения исключения, ограничения, противопоставления, дополнения, расширения и возражения.

А. Леглик

ПОДХОДЫ К ТРАКТОВАНИЮ ПОНЯТИЯ АРТИКУЛЯЦИОННОЙ БАЗЫ

Выделяют *исторический, физиологический и психологический подходы*.

Согласно историческому подходу, артикуляционная база языка представляет собой совокупность укладов и движений органов речи, установившуюся и ставшую привычной для каждого народа в историческом процессе общения на родном языке. Это означает, что языковым коллективом исторически вырабатывается языковой код, состоящий из знаков и правил их функционирования, где языковой знак имеет уникальный план содержания и план выражения. Уникальность плана выражения проявляется в том, что каждый языковой коллектив привык использовать определенную работу органов речи для дифференциации значений языковых знаков.

Физиологический подход предполагает, что артикуляционная база языка – это преемственно усвоенный для звукообразования уклад органов речи, привычный для всех членов данного языкового коллектива и обеспечивающий коммуникацию между членами сообщества. Таким образом, двигательный высокоавтоматизированный комплекс, с одной стороны, обеспечивает реализацию звуков и их последовательностей при постоянно изменяющихся речевых переменных (темп, мелодия, тембр и пр.), с другой стороны, все эти реализации строго детерминированы принимающей стороной: при отклонении от нормы речь становится непонятной для собеседника.

Проблема совершенства/ несовершенства артикуляционной базы поднимается в рамках психологического подхода, согласно которому в процессе онтогенеза у каждого индивида формируется и развивается речевая функциональная система. Она является образованием со сложной уровневой иерархией. Низшие уровни выполняют функции восприятия и воспроизведения речевых сигналов, а высшие обеспечивают операции с языковыми символическими обобщениями. В речевой функциональной системе каждый механизм выполняет свою специфическую роль: речевая и связанная с ней ситуативная информация синтезируется; принимается решение об артикуляторной программе; прогнозируется результат перцептивно-артикуляционного действия; принятое решение воплощается в конкретной артикуляции; его выполнение контролируется слухом, при этом по определенным правилам происходит сличение реализуемого с хранящимися в памяти полимодальными эталонами (речедвигательными, кинестетическими, акустическими и зрительными обобщениями ритмических, ритмико-мелодических и слоговых структур языка).

У индивида столько артикуляционных баз, сколько языков он знает. Артикуляционная база родного или ранее изученного языка, как правило, оказывает интерферирующее влияние при формировании эталонов изучаемого языка, что приводит к появлению разного рода модификаций.

А. Лосецкая

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ СОСЛАГАТЕЛЬНОГО НАКЛОНЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И ВЕНГЕРСКОМ ЯЗЫКАХ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ РАКУРС)

Сослагательное наклонение не присуще всем языкам без исключения и не все лингвисты выделяют его как отдельное наклонение. Во французском языке споры возникли вокруг его морфологического выражения, синтаксических особенностей и семантики. Если брать семантическую составляющую, то обычно называются значения возможности действия, побуждения, пожелания либо субъективной модальности.

Сфера использования сослагательного наклонения в разных языках варьируется, но выражение представления говорящего или действующего лица о действии как о возможном остается общим признаком. Рассмотрим значения сослагательного наклонения в простом предложении во французском и венгерском языках. Данные языки относятся к разным языковым семьям и можно, по-видимому, предположить, что контекстуальные и функциональные различия выражены наиболее ярко. В то же время подобные грамматические явления, как правило, имеют не только различия, но и сходства, хотя в случае французского и венгерского языков сходства

сводятся к одному признаку, а именно употребление сослагательного наклонения в архаичных выражениях, в основном связанных с реалиями жизни предыдущих столетий. Например:

Vive le roi ! – Sokaig éljen a király!

Dieu soit loué ! – Áldott legyen Jézus!

Ainsi soit-il ! – Úgy legyen!

Что касается различий, то здесь следует отметить, что в тех случаях, когда во французском независимом предложении используется сослагательное наклонение, в венгерском языке его функции будут выполнять другие наклонения.

Рассмотрим функции сослагательного наклонения в независимом французском предложении. Начнем с такой функции, как выражение приказа или запрета:

Qu'elle soit bien solide – Csak legyen jó erő

Qu'il ne revienne pas ! Nem jöjjön vissza!

Во французском языке значение приказа или запрета может быть выражено как сослагательным, так и повелительным наклонением. В венгерском же языке такой вариативности нет, и данную функцию может выполнять только повелительное наклонение. Что касается функции пожелания или совета, то в отличие от французского языка, в котором наблюдается вариативность между повелительным и сослагательным наклонением, в венгерском языке возможно употребление только повелительного или условного наклонения:

Que Dieu vous bénisse ! – Isten áldja magukat!

Pourvu que j'achève ma course ! – Csak hogy befejezhessem!

Que la mort leur crève les yeux à tous. – Hogy a halál könnyökölne ki mindnek a szemén.

Данная вариативность связана с развитием венгерского языка, в котором в течение длительного времени в данной конструкции употреблялось условное наклонение, в современном же венгерском языке преобладает употребление повелительного наклонения. При рассмотрении сослагательного наклонения как средства выражения эмоций следует выделить такие функции, как уступка и предположение с отрицательной коннотацией:

Qu'il ne m'obéisse pas ! On verra ! – Meglátjuk ha engedelmeskedik!

Qu'elle te mente ! Difficile à croire ! – Nehéz elhinni, hogy hazudik.

В данной конструкции в венгерском языке наблюдается употребление изъявительного наклонения, поскольку отсутствует подобная функция и можно говорить лишь о схожести выражений.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что во французском языке шире спектр функций, выполняемых сослагательным наклонением в независимом предложении, венгерскому языку свойственно употребление повелительного наклонения в данных конструкциях, и реже наблюдается архаичное использование условного наклонения.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ВЕЖЛИВОГО ОБРАЩЕНИЯ (на материале русского, французского, английского и корейского языков)

Способы выражения вежливого обращения в разных языках демонстрируют как универсальные, так и национально специфические особенности. Уместное использование *ты/Вы* формы, адекватное комплексу ситуативных и социально-узуальных условий, определяется глобальными правилами общения, но в то же время специфично для каждой национальной культуры, поскольку является, в первую очередь, средством выражения социального статуса (Формановская).

Так, в русском и французском языках существует форма множественного числа второго лица личного местоимения *Вы/vous*, используемая для почтительного обращения к одному человеку. Например, *Pourriez-vous m'aider à résoudre ce problème?* 'Не могли бы **Вы** помочь мне справиться с этой проблемой?'

В английском же языке существует всего одна форма личного местоимения второго лица *you*, которая используется при обращении как к группе людей, так и к одному человеку. В современном английском языке местоимение *you* утратило какой-либо оттенок вежливого обращения: *Could you help me work this problem out?* 'Не могли/мог бы Вы/ты помочь мне справиться с этой проблемой?'

В корейском языке существуют два местоимения второго лица единственного числа **너** [но] и **당신** [таншин], использование которых строго дифференцировано. Так, первое местоимение **너** [но] используется только в низшем стиле: **너 왔어?** 'Ты пришел?' Другое местоимение **당신** [таншин] вошло в обиход не так давно: раньше оно использовалось при общении между супругами. В настоящее время в основном употребляется в письменной речи. Отметим, что местоимение **당신** одновременно обладает как позитивным значением (используется в интимных разговорах влюбленных), так и крайне негативным (используется теми же влюбленными во время ссор для дистанцирования). Например: **당신 너무 아름다워요.** 'Ты очень красивая' / **당신이 뭔데?** 'Ты кто такой?'

Корреляты русских и французских местоимений множественного числа *Вы/vous* отсутствуют в корейском языке. Более того, в системе языка не существует местоимения множественного числа для обращения к группе людей. Данную функцию обычно выполняет лексическая единица **여러분** [ёробун], перевод которой на русский может варьироваться в зависимости от контекста. Ср.: **여러분 안녕 하세요?** 'Здравствуйте, ребята (при обращении учителя к классу)' и **여러분 안녕 하십니까?** 'Здравствуйте, коллеги (при обращении члена коллектива к остальному коллективу).'

Таким образом, несмотря на определенную схожесть, разные языки обладают своей спецификой выражения вежливого обращения. Представленные языковые факты послужат основой для дальнейших исследований языковой вежливости неродственных языков.

У. Мазуренко

ВЛИЯНИЕ ВЕЛИКОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ ТЕРМИНОЛОГИЮ ЯЗЫКА

Великая французская революция повлияла не только на политическую, экономическую и социальную жизнь всего французского народа, но и на дальнейшее развитие французского языка. Словарь революции, революционная риторика, революционное сознание, ментальность и формы ее выражения, символика и семантика привлекают к себе особое внимание лингвистов и в наши дни, являясь одной из наиболее популярных областей исследования.

Язык, на котором говорят сегодня во Франции, – продукт более чем двухтысячелетней эволюции. Весьма актуальным представляется в настоящее время изучение и анализ особенностей формирования французского языка, его проявление и распространение среди населения, дальнейшая судьба нововведений во французском языке, а также его влияние на другие языки.

В период Великой французской революции политика охватывала все стороны жизни Франции. Не удивительно, что в политической лексике произошли колоссальные изменения и «революционное словотворчество» не могло остаться без внимания. Так утвердилась аллегория цветов для обозначения политических группировок: *красными* ‘les rouges’ называли революционеров, *черными* ‘les noirs’ – реакционеров, *белыми* ‘les blancs’ – роялистов, на белом знамени которых красовались королевские лилии.

Многие слова, имеющие специальное значение в какой-либо определенной ограниченной сфере, в период революции приобретали социальные и политические значения. Так, например, слово *propagande*, имевшее значение ‘распространение веры’, получает социальное значение ‘распространение революционных идей’.

Глаголы, наряду с другими частями речи, пополнились новыми образованиями, такими как *deputer* ‘делегировать’, *décréter* ‘издавать декрет’, *religionner* ‘осуществлять религиозное влияние’, *athéiser* ‘проводить атеистическую политику’, *monarchiser* ‘действовать в пользу монархии’, *despotiser* (заменяет глагол *reigner* – царствовать) и т.д.

По тем же моделям в эпоху революции образуются многие другие глаголы, не связанные со злобой дня: *idéaliser* ‘идеализировать’, *imaginer* ‘воображать, выдумывать’, *impressionner* ‘производить впечатление’, *urbaniser*

‘придавать городской характер, включать в черту города’, *caméléoniser* или *caméléoner* ‘менять окраску’, *coquiner* ‘мошенничать’ и многие другие. Следует отметить, что эти глаголы в период революции получили новое значение.

Вместе с тем революционная лексика повлияла не только на обогащение французского языка, она значительно пополнила словарный состав и других языков. В течение длительного периода (нескольких веков) французский язык внедрялся в различные сферы жизни многих государств, пополняя русский, немецкий, английский, румынский, голландский, японский и другие фонды языков мира.

А. Мурашко

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УГРОЗЫ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Угроза является побудительным речевым актом и функционирует как особый тип побуждения к действию (или бездействию), в котором заинтересован говорящий. Она может быть выражена прямо и косвенно. Чтобы лучше понимать ее прагматику, необходимо сопоставить семантику русского слова *угроза* и французского *menace*. Побуждение, содержащееся в угрозе, может выражать целый спектр прагматических значений: категорический директив, нейтральный директив, смягченный директив, превентив (предупреждение).

Интенция угрозы может быть выражена имплицитно и эксплицитно. Эксплицитный способ выражения интенции, ориентированный на Я-позицию адресанта, предполагает: экспликацию целеустановки; экспликацию условия осуществления действия-возмездия; экспликацию собственно действия-возмездия. Имплицитный способ выражения интенции, ориентированный на Я-позицию адресанта, предполагает: отсутствие экспликации конкретного действия-возмездия, но наличие предупреждения о его реализации; указание на совершение действия-возмездия через неопределенный срок; указание на нереализованное действие-возмездие.

Особой спецификой обладает угроза-сообщение. Можно выделить угрозы-сообщения с эксплицитно и имплицитно выраженным потенциальным планом. Угроза-сообщение с эксплицитно выраженным потенциальным планом: адресант констатирует способность совершения им нежелательного действия; адресант не только констатирует возможность совершения им действия, но и указывает на реальное осуществление нежелательного действия; адресант, угрожая, говорит о себе в 3-м лице; адресант перечисляет негативные последствия для адресата в случае невыполнения требования. Что касается угроз-сообщений с имплицитно выраженным потенциальным планом, то существует угроза-сообщение с Я-позицией адресанта: констатация адресантом факта осведомленности о происходящем. Существует

также угроза-сообщение с Ты-позицией адресата: ситуация напоминания, когда адресант апеллирует (прямо или косвенно) к своему статусу выше-стоящего по отношению к адресату.

Таким образом, прагматический подход к исследованию речевого акта угрозы позволяет выявить широкую речевую вариативность выражения угрозы, что достигается посредством косвенных речевых актов в ряде коммуникативных ситуаций.

К. Петрушко

РЕЧЕВОЙ АКТ ЗАПРЕТА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ВЫРАЖЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Язык – это упорядоченная система, служащая важнейшим средством коммуникации. Слова, используемые в речи, отражают способ мышления не только индивидуума, но и всего общества. Каждое предложение имеет определенную степень модальности, через которую прослеживается взаимосвязь языка и мышления.

Среди наиболее часто встречающихся разновидностей модальности, исследователи выделяют *побудительную*, назначение которой – вызвать выполнение или невыполнение какого-либо действия. Побудительная модальность реализуется в различных речевых актах (комиссивных, экспресивных, директивных). Согласно точке зрения большинства лингвистов, *запрет* относится к директивным речевым актам.

Проанализировав примеры директивных речевых актов запрета, взятых из французской художественной литературы, мы выявили две степени категоричности запрета. Высокая степень выражается прямым способом и включает в себя высказывания с перформативными глаголами *défendre, interdire, prohiber, prévenir, restreindre* и их синонимами. К числу синонимичных конструкций можно отнести *on ne peut pas, il ne faut pas, il est impossible, il est interdit, il est défendu, il n'est pas d'usage*. Запрет – это негативная форма приказа, поэтому к прямым способам также относят повелительное наклонение и отрицательную форму *ne pas, ne point, ne ni, ne rien, ne guère*, которые реализуют побуждение к недействию. Речевой акт запрета может выражаться с помощью глаголов *cesser, arrêter, finir, terminer* ‘прекращать, переставать’. Среди глагольных средств используются неимперативные формы (инфинитив, изъявительное наклонение в настоящем и будущем времени, условное и сослагательное наклонение в настоящем времени): *Qu'il sorte tout de suite!*

Встречаются также высказывания с операторами отрицания, содержащие субъект, объект или какую-либо характеристику, но не имеющие глагола: *Pas de commentaires! = Il ne faut pas faire des commentaires*.

Низкая степень категоричности запрета (просьба, рекомендация, совет) выражается косвенными способами, что позволяет сделать общение более

вежливым, например, с помощью глаголов *recommander, proposer, suggérer, engager, déconseiller*: *Je vous déconseille fortement de signer ces papiers* = *Ne signez pas ces papiers*. Вместо императива возможно использование вопросительной формы: *Pouvez-vous me dire l'heure qu'il est?* = *Dites-moi l'heure*; утвердительно-отрицательной формы: *Vous n'allez pas jouer avec des allumettes!* = *Ne jouez pas avec des lunettes!* Для выражения вежливой просьбы или предложения также используются глаголы *pouvoir* и *vouloir* в вопросительной форме: *Voulez-vous ouvrir la porte?* = *Ouvrez la porte*.

Таким образом, запрет, являясь формой директивного речевого акта, может выражаться различными лексико-грамматическими способами.

М. Радецкая

О МОДАЛЬНОСТИ В РАЗНОСИСТЕМНЫХ ЯЗЫКАХ

В центре нашего внимания *модальность* – универсальная лингвистическая категория, которая отражает отношение высказывания к действительности и к мнению говорящего.

Исследуемая категория включает два вида модальных отношений: *объективную* и *субъективную* модальность. Первая понимается как отношение содержания высказывания к действительности в плане реальности, нереальности или желательности. Вторая – как отношение говорящего к содержанию высказывания или оценке говорящим события, представленного в высказывании.

Основным средством выражения объективной модальности являются наклонения. Как в английском, так и во французском языке объективная модальность представлена противопоставлением форм синтаксического изъявительного наклонения формам ирреальных синтаксических наклонений (побудительное, условное, сослагательное).

Основными средствами выражения субъективной модальности в исследуемых языках являются модальные слова и модальные частицы (*obviously, évidemment* ‘очевидно’; *even, même* ‘даже’), модальные глаголы (*can/could, may/might, pouvoir* ‘мочь’; *savoir* ‘уметь’; *want, vouloir* ‘хотеть’; *must, devoir* ‘долженствовать’), перформативные глаголы (*predict* ‘предсказывать’, *refuse* ‘отказывать’; *prier* ‘просить’, *recommander* ‘рекомендовать’) и глаголы/фразы, называющие речь и умственные действия (*think, croire* ‘думать’, *make sure, s'assurer* ‘убеждаться’), специальные синтаксические структуры вроде «теговых вопросов» (*You are sure about this, aren't you?* ‘Вы ведь в этом уверены, не так ли?’; *L'âge de la Terre est de 4,54 milliards d'années, n'est-ce pas* ‘Возраст Земли составляет 4,54 миллиарда лет, не так ли?’), интонация и инверсия (*Hardly had we sat down at the table* ‘Едва мы сели за стол, как зазвонил телефон’; *Puissiez-vous dire vrai?* ‘Вы бы не могли сказать правду?’).

В языкознании выделяют также три вида модальности, которые связаны с субъектно-объектными отношениями в высказывании, с временными

отношениями, с коммуникативным заданием высказывания: алетическая, эпистемическая, деонтическая. Первый вид выражает возможность/действительность (*She could work an actress* 'Она могла бы работать актрисой'; *Il peut soulever cette caisse à lui seul* 'Он может сам поднять эту коробку'). Второй – знание/сомнение (*It must have been you* 'Наверняка, это был ты'; *Je sais que Jean est parti* 'Я знаю, что Жан ушел'). Третий – обязательность/желательность (*A man must stand up for his rights* 'Человек должен отстаивать свои права'; *Tu dois aller manger quelque chose* 'Тебе нужно пойти поесть').

Таким образом, модальность в исследуемых языках определяется как синтаксическая коммуникативно-прагматическая категория, которая обладает разноплановыми коммуникативными характеристиками и выражается на разных языковых уровнях.

П. Садовская

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВТОРЯЮЩЕГОСЯ СОЧИНИТЕЛЬНОГО СОЮЗА *ni... ni... / ni... ni...*

Повторяющийся союз *ni... ni...* 'ни... ни...' используется для выражения сочинительной синтаксической связи и образуется воспроизведением одного и того же компонента (*ni* 'ни'), который ставится перед каждой из двух или более равноправных частей (Апресян; Пекелис). Повторяющийся союз *ni... ni...* 'ни... ни...' соединяет грамматически равноправные конъюнкты (имя существительное, имя прилагательное, причастие и наречие) в отрицательном предложении таким образом, что их отрицание происходит в равной степени. Вне отрицательного контекста они могут быть соединены сочинительным союзом *et* 'и'.

Для установления семантических особенностей повторяющегося сочинительного союза *ni... ni...* 'ни... ни...' был произведен поиск в параллельном французско-русском подкорпусе Национального корпуса русского языка, в результате которого было выявлено 900 вхождений союза *ni... ni...*.

В ходе исследования было установлено, что конъюнкты, соединенные повторяющимся сочинительным союзом *ni... ni...* 'ни... ни...', могут входить в состав как устойчивых выражений (9 устойчивых выражений согласно лексикографическим источникам (Le Robert; Larousse) составили 6 % от общего числа вхождений, или 55 от 900):

(1) *A vrai dire, ça ne me fait ni chaud ni froid* 'Ведь мне-то от этого ни жарко, ни холодно';

(2) *Tous ces beaux discours ne lui faisaient ni chaud ni froid* 'Все эти разговоры он пропускал мимо ушей'),

так и окказионализмов (94 % от общего числа вхождений, или 845 от 900):

(3) *Je ne pensais plus que je n'avais **ni** souliers aux pieds **ni** argent dans ma poche* 'Я забыл, что я гол и бос, без гроша в кармане';

(4) *Elles ne différaient **ni** par les mots **ni** par les idées* 'Их слова, их понятия сходились между собой').

Анализ практического материала позволил выделить два типа конъюнктов: *антонимичные* (*ni vif ni mort* 'ни жив ни мертв') и *не антонимичные* (*ni chair ni poisson* 'ни рыба ни мясо'). При этом в обоих случаях создается значение нейтральности, то есть отсутствует предпочтение одного из конъюнктов. В ходе исследования было установлено, что в 18 % случаев употребляются конъюнкты первого типа (или 162 из 900), в 82 % случаев конъюнкты второго типа (738 от 900).

Повторяющийся сочинительный союз *ni... ni...* 'ни... ни...' одновременно обладает чертами сочинительного союза и семантическими особенностями, связанными с отрицанием, что представляет перспективы для последующего исследования.

В. Сантарович

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СМЫСЛОВОГО ВЫДЕЛЕНИЯ В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННОГО ФРАНЦУЗСКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

В нашем исследовании языковые средства смыслового выделения во французском рекламном дискурсе рассматривается в рамках трех типов рекламы: социальной, туристической и бизнес-рекламы. Анализ практического материала выявил, что языковые средства смыслового выделения (синтаксические, лексические или комбинированные) в рекламных текстах используются главным образом для эмфатического выделения темы и ремы.

Так, например, одним из употребительных средств (около 40 % от общего числа конструкций, встречающихся в примерах) для выделения ремы в предложениях во французском языке является выделительная конструкция *c'est ... qui (que)*: *C'est en Turquie **que** vous trouverez votre destination idéale pour conjuguer découverte et plaisirs balnéaires* 'Именно в Турции Вы найдете идеальное место для того, чтобы соединить курортные развлечения и знакомство со страной'. Самым частотным является презентатив-идентификатор *c'est*, который чаще всего можно встретить в рекламе различных брендов. Например: *Inter France. La différence, c'est l'indépendance* 'Интер Франс. Различие – это свобода'.

Другие презентативные конструкции (*ce que...*, *il y a... qui (que)...*, *voilà (voici) qui...*, *en voilà... qui... и т.д.*), употребляющиеся в 25 % проанализированных примеров, выделяют в качестве ремы все высказывание, добавляя при этом экспрессивные оттенки (разъяснение, неожиданность, восхищение и т. п.): *Il y a une chose **qui** va vous étonner! Nous vous invitons à découvrir nos abbayes de Normandie, remarquables par leur histoire et leur architecture* 'Есть одна вещь, которая Вас удивит! Приглашаем Вас позна-

комиться с аббатствами Нормандии, знаменательными своей историей и архитектурой'. Стоит отметить, что данные конструкции активно употребляются и в социальной рекламе, чаще всего для привлечения внимания читателя: *Il y a une demande d'ami que vous ne regretterez pas d'accepter. Adoptez un chien* 'Просьба о дружбе, приняв которую, вы никогда не пожалеете. Возьмите собаку из приюта'.

Для выделения темы могут использоваться отделители (*quant à ..., pour (bien) ..., en fait de..., en ce qui concerne..., pour ce qui est de..., comme..., à propos de*), например: *En ce qui concerne le voyage en Chine, c'est une grande opportunité de découvrir l'histoire d'un des plus vieux pays au monde* 'Что касается поездки в Китай, то это большая возможность открыть историю одной из старейших стран мира'. Данные конструкции используются и в текстах бизнес-рекламы: *Pack refermable, mais ouvert à toutes propositions. Tuc. Comme vous ne l'avez jamais vu* 'С упаковкой, которую можно закрывать снова. Но открытой для любых предложений. Тук. Каким вы не видели его никогда'.

В силу структурных особенностей французского языка чаще всего употребляются синтаксические средства. Лексические средства менее частотны. Для наибольшей эффективности рекламного текста, авторы используют комбинирования лексических и синтаксических средств.

II. Сташинский

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОГО РЕПОРТАЖА

Спортивный репортаж – это жанр, который был предметом ряда лингвистических исследований в области синтаксиса (G. Deulofeu, 2000; M. Krazem, 2011) и просодии (C. Mathon & G. Boulakia, 2009; S. Audrit и др., 2012; T. Pršir и др., 2013).

Анализ дискурса предполагает исследование существующих в языке инвариантных синтаксических, просодических и лексических структур. Однако, помимо текста, существуют экстралингвистические параметры, такие как динамика, ритм игры или ее конкретная фаза, которые оказывают непосредственное влияние на выбор языковых средств.

Почти все исследования спортивного репортажа, хотя и признают влияние характера протекающей перед комментатором игры на произнесенную речь, пытаются дать обобщающее описание репортажа и тем самым игнорируют собственно игру и ее конкретные фазы. Так, Ж. Делофе упоминает о существовании экстралингвистических критериев, аналогичных «ситуативным чертам». Т. Пршир различает фазы описания того, что происходит на поле, и фазы комментариев (игровые стратегии, выбор и навыки игроков.). Ж. Делофе указывает на наличие двух видов комментаторов – журналист и эксперт – и находит существенную разницу в порождаемом ими тексте.

При этом М. Кразем предлагает различать шесть тактик комментирования: описывающих более быстрые события (А), менее быстрые события (В), короткие повторения действий с нормальной скоростью (С), замедленные события (D), атмосферные описания (Е), диалоги между комментаторами (F). Автор настаивает на том, что тактики А, В, С и D характерны для любого спортивного комментария в целом. К. Хартманн (2013) различает комментарии, касающиеся игры, которые он называет «игра за игрой», и комментарии, касающиеся других аспектов, связанных со спортом, но с игровыми действиями непосредственно, «комментарии цвета». Первые скорее производятся журналистом, а вторые относятся к эксперту.

Во всех этих исследованиях описываются экстралингвистические характеристики, но не исследуется их влияние на реализуемый текст. Проведенный нами анализ 10 спортивных репортажей на французском и белорусском языках показал, что в речи комментатора как минимум представлены три фазы: фаза, предшествующая опасной игре, сама игра и фаза, следующая за игрой. Каждую из фаз отличает особый выбор лексики, морфологических форм, синтаксических конструкций и просодии.

В. Тимофеева

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ПЕРСУАЗИВНОСТИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (на материале политического дискурса)

Персуазивность рассматривается как совокупность аргументативных и манипулятивных стратегий и тактик, которые тесно связаны между собой и в той или иной степени реализуются в рамках политической коммуникации. Вслед за А. В. Голодной под персуазивностью мы понимаем закрепленную в коммуникации форму ментально-речевого взаимодействия, которая строится на базе определенных типов текста и реализует попытку речевого воздействия говорящего на установку реципиента с целью побудить его к самостоятельному принятию решения о необходимости, желательности либо возможности совершения или несвершения определенного посткоммуникативного действия выгодного говорящему.

Персуазивными являются языковые средства, реализующиеся в качестве выразительных приемов: тропы, фигуры речи, а также средства диалогизации: формы обращения к адресату с помощью личных местоимений, вопросительные конструкции, императивы, инфинитивы, параллельные конструкции.

Практическим материалом для исследования послужили публичные выступления французских политиков Э. Макрона и М. Ле Пен, а также их комментарии в Facebook с сентября 2019 по апрель 2020 года. Методом репрезентативной выборки были отобраны по 50 контекстов для каждого политика. Их анализ показал, что персуазивность в речи Э. Макрона

осуществляется при помощи следующих средств: эпитеты, параллельные конструкции, лексические повторы, метафоры, местоимения первого лица единственного и множественного числа, утверждение через отрицание, а также использование различных символов, значимых для французского народа в целом. Наиболее часто употребляемые стратегии в дискурсе Э. Макрона – это стратегия формирования эмоционального настроения адресата и стратегия самопрезентации, которая направлена на построение имиджа политика. Данные стратегии встречаются 16 и 17 раз соответственно и характеризуются тактиками отождествления, солидаризации, оппозиционирования, единения, обращения к эмоциям адресата и учета ценностных ориентиров адресата.

Для М. Ле Пен характерно использование метафор, эпитетов, олицетворения, повторов, метафорических оценок описываемых событий, риторических вопросов и восклицания, параллелизмов, явного отрицания, модальных глаголов, а также различных символов, значимых для французского народа в целом. В качестве основных М. Ле Пен использует стратегии дискредитации оппонента и самопрезентации за счет оппозиционирования себя действующей власти.

Е. Тимощенко

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА И СТИЛЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Своеобразие языка детской литературы обосновывается особыми задачами, эстетической функцией и спецификой построения словесных образов. Язык произведений для детей не включается в понятие литературного, так как он стилистически неоднороден, незамкнут и не имеет присущих последнему четко определенных примет.

Детская книга призвана расширять словарный запас ребенка. Маленький читатель должен иметь возможность понимать неизвестные слова из контекста или с помощью синонимов. Так, например, в рассказах для детей на французском языке отмечается активное использование синонимичных замен (*se moquer / taquiner / embêter* ‘насмеяться / дразнить / изводить’; *chuchoter / murmurer / grommeler* ‘шептать / бормотать’ и т.д.).

С точки зрения выбора лексических единиц в детской литературе не должно быть слов ограниченной сферы употребления (диалектных или устаревших). Им подбираются эквиваленты из современного литературного языка. При этом не рекомендуется включать и неологизмы. Автор лишь иногда имеет право использовать детские новообразования, чтобы передать особенности речи ребенка-персонажа, которые далее по тексту должны исправляться на нормативный вариант. Неопытные писатели ошибочно считают слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами признаком дет-

ского стиля. Однако от этого заблуждения предостерегал еще Л. Н. Толстой, который полагал, что их появление в тексте приводит к избыточной сентиментальности.

На *морфологическом* уровне следует обращать внимание на состав частей речи. Ребенку интересны действия и события. В этой связи К. И. Чуковский отмечает, что глаголы – самая любимая детьми часть речи. Со своей стороны, С. Г. Антонова, опираясь на исследования чешских ученых, утверждает, что в детских текстах количество существительных не должно превышать 21 % от всех употреблений.

Синтаксис художественного текста также обусловлен особенностями возраста читателя. Чем младше ребенок, тем проще структура предложения. Из видов связи предпочтительны бессоюзная и сочинительная.

Специфика *стиля* детской литературы проявляется в выборе средств художественной выразительности. Многообразие стилистических фигур и тропов усложняет текст. Дети легко воспринимают только отдельные эпитеты (передающие форму предмета, его размер и цвет), сравнения и олицетворения.

Таким образом, очевидно, что требования к построению художественного произведения, адресованного ребенку, достаточно жесткие и обусловлены возрастными возможностями читателя при восприятии текста.

А. Ходос

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМ ФРАНЦУЗСКОГО ОБЩЕСТВА (на материале интернет-ресурсов)

Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям. Ее главным отличием от коммерческой рекламы является предмет продвижения. Коммерческая реклама продвигает товар или услуги, а социальная – общественные идеи и ценности. При этом целью социальной рекламы в отличие от коммерческой является не получение прибыли, а гуманизация общества, формирование моральных ценностей.

В зависимости от ее содержания, типа заказчика, характера воздействия и формата социальная реклама может быть представлена в разных видах. Визуально-кинематографический вид социальной рекламы, который представляет собой видеоролики, транслируемые посредством электронно-цифровой техники, оказывает наибольшее влияние на человека, воздействуя одновременно на несколько органов чувств. Социальные рекламы такого формата встречаются на телевидении. Однако из-за того, что они сливаются с коммерческой рекламой при просмотре, многие зрители не придают им большого значения или вовсе уходят от экрана. В настоящее время наблюдается процесс перехода от телевидения к Интернету, где современная социальная реклама всё больше обретает свою целевую аудиторию.

Социальная реклама отражает культурные особенности, национальные ценности и проблемы, актуальные для нации. Французская социальная реклама отражает ряд следующих важных проблем: 1) насилие; 2) безопасность на дороге; 3) толерантность; 4) проблема нехватки жилья и бедность; 5) курение, алкоголизм и наркомания; 6) поведение в общественном транспорте.

В ходе последних событий наиболее актуальной проблемой во французском обществе является пандемия коронавируса. В результате в Интернете возникло большое количество социальных роликов, связанных с этой проблемой. Их условно можно разделить на 2 вида: 1) ролики-благодарности тем, кто продолжает работать ради спасения других (особенно врачам), 2) видеoinформация – как защитить себя и окружающих в период пандемии.

Таким образом, социальная реклама не только связана с культурными ценностями и борьбой с извечными проблемами общества, но и отражает события, наиболее актуальные в данный момент. Она демонстрирует отрицательные стороны и проблемы общественной жизни страны. Французская социальная реклама представляет собой яркие эмоциональные и хорошо продуманные сюжеты, заставляющие адресатов задуматься о проблемах современного общества и своей ответственности в их решении. Ее характерными чертами являются образность, креативность, самобытность, оригинальность, метафоричность.

В. Шилай

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ВЫРАЖЕНИЯ НЕДОВОЛЬСТВА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Язык является системой, которая служит не только для передачи информации, но и выражения самых различных эмоций и чувств. Существует множество средств выражения эмоциональных состояний в любом естественном языке. Одна из самых ярко окрашенных отрицательных эмоций, которые испытывает человек ежедневно – недовольство. Мы остановимся на таких средствах его выражения, как фразеологические сочетания. Данное исследование проводилось на материале писем читателей бельгийских и французских газет.

Как известно, фразеологизмы – это устойчивые идиоматические выражения, воспроизводимые в фиксированном виде. Использование фразеологизмов для выражения людьми своего мнения зависит от стиля речи, ситуации общения, интенсивности чувств и т.п.

Фразеологические сочетания бывают различной степени слитности. От полных идиом, полностью утративших свою мотивировку, до частичных, мотивировка которых прозрачна. Полные идиомы включают в себя сращения, то есть идиомы, утратившие мотивировку значения (*le cordon bleu*) и единства, а именно идиомы, сохраняющие прозрачную мотивировку (*tomber*

dans le panneau). Частичные же включают в себя сочетания, в которых один из компонентов переосмыслен и имеет связанное употребление (*se soumettre à la loi*). В исследованном нами материале большинство случаев (60 %), представляют собой сочетания не ярко выраженной устойчивости. Например, недовольный читатель критикует поведение Дональда Трампа на посту президента США и находит последнего некомпетентным. Чтобы ярче выразить свое презрительное отношение, он использует моносемичный фразеологизм *friser le ridicule* ‘граничить с нелепым’:

*Comment qualifier les actes de cet homme qui **frisent** à chaque fois le ridicule?*

По критерию стилистической окраски, можно выделить три типа фразеологизмов: нейтральные (*rat de ville*), разговорные (*avoir les portugaises ensablées*) и книжные (*jugement de Pâris*). В исследованных нами письмах встретились 80 % нейтральных фразеологизмов. Так читатель, возмущенный антиэкологической политикой мировых лидеров, использует фразеологизм *passer à la trappe* ‘впасть в забвение’, чтобы подчеркнуть свое негативное отношение к сложившейся ситуации:

*Les hommes comme Trudeau qui se prétend écologiste **passeront** eux aussi à la trappe.*

Таким образом, чаще всего читатели газет в своих письмах использовали в качестве фразеологизмов сочетания нейтральной стилистической окраски. Данный феномен можно объяснить тем, что книжные фразеологизмы не всегда верно понимаются собеседником, поскольку зачастую требуют наличия определенных фоновых знаний, а разговорные же, наоборот, могут восприниматься как грубые и просторечные.

Е. Ширвель

ПРОСОДИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕОУРОКА НА ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Педагогический дискурс (ПД), будучи разновидностью институционального дискурса, выделяется в соответствии с целями и участниками общения. Целью педагогического общения является формирование у обучаемых новых знаний и совершенствование уже имеющихся. Участниками педагогического общения выступают обучающий и обучаемый. Среди новых жанров ПД, выделяемых из реально существующих естественно сложившихся форм общения, сегодня можно говорить о видеоуроке. Его появление стало результатом бурного развития информационных технологий. Интеллектуальное взаимодействие в видеоуроках несколько ограничено вследствие особенностей канала связи, однако это не препятствует успешному формированию интеллектуального продукта в виде суждений, умозаключений.

Материалом нашего исследования послужили видеоуроки российских и французских учителей-блогеров, чьи каналы посвящены изучению русского/французского как иностранного языка. Все учителя являлись

носителями преподаваемых ими языков и выстраивали свои объяснения на родном языке. Соответственно, учащиеся воспринимали информацию на иностранном языке. Для облегчения восприятия все учителя дублировали правила в письменном виде (на доске или в всплывающих окнах). Цель педагогического общения – сформировать новые и усовершенствовать имеющиеся знания, умения и навыки – обусловила выбор языковых средств. С позиций просодического оформления речи у учителей-блогеров не зависимо от языка общения преобладал замедленный темп. Варьирование темпа в относительно небольшом диапазоне позволяло четко отделить важную информацию от второстепенной. Внимание обучаемых привлекалось частым появлением стилистической факультативной паузации и логической выделенности. Необходимость интеллектуального взаимодействия обуславливала появление вопросительных предложений. Этот прием способствовал созданию квазидialogа. Опосредованное взаимодействие осуществлялось с помощью сопровождающихся ключами тренажеров, включенных в видео либо помещенных на сайт. Кроме того, часто учителя-блогеры ведут активный диалог с помощью комментариев под видео.

Российские учителя-блогеры проявили высокую степень подготовки к занятиям, но при этом их речь была «мертвой» вследствие полного отсутствия пауз хезитации и самоперебивов. Можно предположить, что такого эффекта достигли технически. Не вырезанные у французов хезитации, с одной стороны, делали речь более естественной, с другой – позволяли обучаемым пройти с учителем весь путь кристаллизации мысли, что несомненно облегчало восприятие.

П. Шпаков

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВОЛЕИЗЪЯВЛЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Волеизъявление представляет собой одну из категорий модальности, выражающих проявление воли или изъявление своего желания, и может быть передано разнообразными лексическими средствами.

Прежде всего необходимо обозначить стилистически нейтральный модальный глагол *vouloir* ‘хотеть ч.-л.’, который имеет значение «avoir la ferme intention, le souhait, le désir de faire qch» ‘иметь намерение, желание ч.-л. делать’ (Larousse). Модальный глагол *vouloir* ‘хотеть ч.-л.’ в различных временах, наклонениях, лицах и числах выражает дополнительные оттенки модального значения волеизъявления, например:

(1) *Je veux bien travailler mais c'est absolument inutile* ‘Я очень хочу работать, но это абсолютно бесполезно’;

(2) *Je voudrais saisir cette occasion pour faire quelques remarques* ‘Я хотел бы воспользоваться данной возможностью, чтобы поделиться некоторыми соображениями’.

На основании анализа лексикографических источников (электронный ресурс *cnrtl.com*) нами были выявлены глаголы волеизъявления. Так, в современном французском языке к ним относятся синонимы модального глагола *vouloir* ‘хотеть ч.-л.’, такие как *demander* ‘просить, требовать’ («faire savoir que l’on souhaite qch» ‘дать понять, что к.-л. хочет ч.-л.’); *désirer* ‘желать’ («aspérer instinctivement à qch de non défini dont le manqué est senti comme une imperfection de l’être» ‘интуитивно стремиться к ч.-л., недостаток которого ощущается как несовершенство бытия’); *souhaiter* ‘желать, выражать пожелание’ («désirer pour soi-même ou pour qn d’autre la possession, l’usage, la présence de qch, l’accomplissement d’un évènement» ‘желание обладать ч.-л., применить ч.-л.; реализация действия’).

Особое внимание необходимо обратить на абстрактные имена существительные, дериваты вышеназванных глаголов. Так, абстрактное имя существительное *volonté* ‘желание, волеизъявление’ имеет значение «la faculté de l’homme de se déterminer, en toute liberté et en fonction de motifs rationnels, à faire ou à ne pas faire qch» ‘способность человека в условиях полной свободы и основываясь на рациональных мотивах сделать или не сделать ч.-л.’. В сочетании с прилагательным абстрактное имя существительное *volonté* ‘желание, волеизъявление’ выражает разную степень проявления волеизъявления, например:

(3) *Notre présence à cette session extraordinaire témoigne de notre **volonté ferme** de continuer à contribuer activement à la protection universelle des droits des enfants* ‘Наше присутствие на данной специальной сессии свидетельствует о нашей твердой **решимости** продолжать активно участвовать во всеобщей защите прав детей’;

(4) *Le désastre causé par le tsunami fin 2004 a suscité en Allemagne et ailleurs une extraordinaire **volonté** d’entraide* ‘Огромное число людей в Германии и других странах мира выразили исключительное **желание** оказать помощь в связи с разрушительным цунами в конце 2004 года’.

Установленные лексические средства выражения волеизъявления в современном французском языке представляют собой ядерные единицы функционально-семантического поля модальности волеизъявления. Данное исследование послужит основой для дальнейшего изучения модальности волеизъявления во французском языке.

А. Шпакова

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ, ВЫРАЖАЮЩИХ СОГЛАСИЕ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Согласие – это констатация правильности и приемлемости мнения собеседника, оценка этого мнения как соответствующего действительности, выражение схождения позиций, взглядов коммуникантов. Речевой акт согласия представляет собой положительное отношение к действию или высказыванию собеседника. В формировании речевого взаимодействия концепт

ЛСП – особая, иерархически организованная совокупность языковых единиц, объединенных общим инвариантным значением, принадлежащих к одной части речи. Оно включает в себя ядро, центр и периферию. Слово *accord* имеет статус иерархически ведущего слова и является ядром ЛСП. Для идентификации ЛСП *Accord* из синонимических словарей было выделено 28 лексических единиц, связанных по ассоциациям и аналогии с обозначением понятия *accord*: *entente, concorde, connivence, complicité, collusion, convention, traité, alliance, communion, fraternité, intelligence, paix, union, compromis, pacte, harmonie, concordance, consamment, unisson, concert, sympathie, consensus, acceptation, unanimité, approbation, conformité, cohérence, adéquation* (рисунок). Проанализировав определения слов из толковых словарей французского языка, мы выделили центр и периферию ЛСП.



Исследование показало, что в ядро поля входят лексические единицы из активного словарного запаса и имеющие общее с ядром значение. При этом ближняя и дальняя периферии ЛСП представлены словами, наиболее удаленными от ядра, поскольку они имеют дополнительное значение, обладают более сложным, насыщенным, специализированным содержанием и без контекста нельзя определить, что именно они выражают. Все представленные элементы ЛСП «Согласие» тесно переплетаются друг с другом и образуют единую динамическую систему.

АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ НЯПЭЎНАГА АРТЫКЛЯ З ФРАНЦУЗСКАЙ МОВЫ НА БЕЛАРУСКУЮ

195

У дадзенай працы разгледзім асаблівасці перакладу французскага няпэўнага артыкля *un, une, des* на беларускую мову на матэрыяле паралельных тэкстаў мастацкай літаратуры беларускай і французскай моў.

Няпэўны артыкль, які з’явіўся значна пазней, чым пэўны артыкль, паходзіць ад лацінскага лічэбніка *unus* ‘адзін’. Таму мяркуецца, што лічэнне з’яўляецца яго першапачатковым значэннем, г.зн., ён указвае на адзін прадмет: *Mais je connais, à dix kilomètres de Punta Arenas, un étang qui nous le démontre* ‘І докажам гэтаму – **адно** вядомае мне **азярцо** за дзесяць кіламетраў ад Пунта Арэнас’. Няпэўны артыкль азначае новую інфармацыю і складае рэму выказвання, якая на беларускую мову перадаецца парадкам слоў – стаіць у канцы сказа: *Et brusquement, quand nous désespérions déjà, un point brillant se démasqua sur l’horizon, à l’avant gauche* ‘І нечакана, калі нас ужо стала агортваць роспач, на даляглядзе злева ўспыхнула **зіхотная кропка**’. Няпэўны артыкль можа перакладацца на беларускую мову прыметнікамі 1) *кожны*: *Pendant la guerre, comme vous le savez, un habitant sur quatre de la république n’est pas rentré dans son foyer* ‘У вайну, вы ведаеце, загінуў **кожны чацвёрты жыхар** рэспублікі’; 2) *нейкі*: *Alors, c’est quoi, Tchernobyl? Un signe?* ‘Дык што ж такое Чарнобыль? **Нейкі знак?**’; 3) *новы*: *J’ai vu combien il a fallu de labeur pour relever l’économie nationale, construire des maisons là où il n’y avait que des cendres ou des ruines, replanter des vergers saccagés, bâtir des écoles* ‘Бачыў я пасля, як цяжка даводзілася нам аднаўляць сваю гаспадарку, падводзіць пад кровы **новыя хаты** замест спаленых, садзіць **новыя сады**, будаваць **новыя школы**’; 4) *сапраўдны*: *Faut être un homme*. ‘Трэба паказаць сябе **сапраўдным мужчынам**’.

Таксама падчас працы было знойдзена шмат прыкладаў, у якіх назоўнік з няпэўным артыклем перакладаўся іншай часцінай мовы: 1) дзеясловам: *J’éprouve un serrement au coeur* ‘Сэрца маё **сціскаецца**’; 2) прыслоўем: *Le pilote, le mécanicien et le radio ne tentent plus une aventure, mais s’enferment dans un laboratoire* ‘Лётчык, механік і радыст ужо не адпраўляюцца **наўздагады**, самалёт для іх – лабараторыя’.

Такім чынам, няпэўны артыкль уключае ў сябе вялікі пласт значэнняў, акрамя лічэння і няпэўнасці, які трэба мець на ўвазе не толькі пры перакладзе тэкстаў з французскай мовы на беларускую (ці наадварот), а таксама і пры чытанні твораў на французскай мове ці пры размове з франкафонамі.

Круглый стол
«ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА
В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

А. Богомазова

НАЦИОНАЛЬНОЕ В ЯЗЫКОВОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ
СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА «СОЛИДАРНОСТЬ»
В АНГЛИЙСКОМ И ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКАХ

Многообразие социальных взаимодействий в современном мире характеризуется варьированием форм и средств их выражения. Феномен взаимной поддержки и помощи, определяемый как солидарность, имеет многоаспектный и полисемантический характер. Термины *solidarité* (фр.) /*solidarity* (англ.) используются в терминологических аппаратах социальной экономики, системы социального обеспечения и здравоохранения, налогообложения, медиакоммуникации. Ценностная сущность понятия «солидарность» универсальна как для общечеловеческой культуры взаимоотношений, так и для национальных европейских политических, экономических и социальных контактов, что подтверждается использованием во франко- и англоязычном сообществах таких выражений, как *mondialiser la solidarité* ‘обеспечить глобализацию солидарности’, *solidarité entre les peuples* (pl.) ‘солидарность между народами’ /*entre le peuple* (sing.) ‘солидарность между жителями страны’ (фр.); *national solidarity* ‘национальная солидарность’ (англ.). Показательными для сравниваемых лингвокультур являются реалии, культурная коннотация которых формируется вокруг понятия «солидарность», например, *Red Jacket* ‘Красный Мундир’, *yellow ribbon* ‘желтая лента’, символ солидарности и поддержки сограждан. Во Франции помощь одиноким соседям, не способным вести самостоятельную независимую жизнь и проживающим рядом, именуется как *solidarité de proximité*. Исследуемый социальный феномен может быть интерпретирован, прежде всего, как морально-нравственное единение, вызванное чувством физической близости. Однако непосредственная близость не является обязательным условием для солидарности. Таковыми служат именно духовные, нематериальные отношения, не закрепленные официальным договором. Отсюда их вербальная экспликация в английском языке посредством лексемы *ties*: *alumni ties*. Референциальной областью французской солидарности выступает область совместных действий, где ощущается дух братства и товарищества (*esprit de corps*, букв. ‘дух тела’). В настоящее время французская ЛЕ *solidarité* занимает достаточно высокую позицию среди наиболее частотных словоформ, рекомендованных для изучения и запоминания иностранцам. Среди многочисленных английских синонимов термина *solidarity* нами выявлено три заимствованных из французского языка термина: *accord*, *esprit de corps*, *camaraderie* ‘корпора-

тивный [командный] дух'. Традиционно английская ЛЕ *solidarity*, в дефиниции которой зафиксированы границы референциальной области, которую она представляет (*among members of the same class*), понимается как термин международной (внешней) и внутренней политической сферы. Во французском языке термин характеризуется более широкими контекстами употребления.

В современном информационном обществе необходимо отстаивать основные ценности, такие как свобода, равенство, солидарность, терпимость, коллективная ответственность и бережное отношение к природе. Отсюда и актуальность данной тематики в медиадискурсе. СМИ активно проводят социальную мобилизацию коллективного адресата и успешно предлагают особые графические средства выражения, например, хэштеги.

Е. Борисова

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ (на материале гибридных номинаций)

Причины активно действующих заимствований в сфере наименований брендов имеют *экстралингвистический* характер: в частности, тесные политические, экономические и культурные связи между народами – носителями языков, глобализация и др. На современном этапе развития русского языка отмечают набирающую обороты тенденцию использования *гибридного типа номинаций*, в том числе *иноязычных вкраплений, псевдозаимствований* в качестве названий торговых марок, в частности, названий кафе и ресторанов. В ходе исследования выявлены обозначенные выше группы единиц и особенности их передачи в русском языке.

Первая группа включает *иноязычные вкрапления*, представляющие собой слова в исконной орфографической и фонетической форме, т.е. данные слова не подвергаются ни транскрипции, ни транслитерации (например, *La Crête D'Or, Le Gourmet, La Truffe* и др.).

Вторая группа включает номинации, прошедшие минимальную (графическую и частично фонетическую) *ассимиляцию* в русском языке. Графические изменения в русском языке видны сразу, т.к. в английском, французском как наиболее активных языках-источниках и русском языке используются разные виды письменности – латиница и кириллица. Выявлены два активно используемых приема при адаптации данной группы слов – транскрипция и транслитерация. Более действенным является прием транскрипции (*Блэк Дор, Фуд хаус, Бейкери дю солей* и др.).

Следующие две группы единиц специфичны и не связаны с этапами ассимиляции иноязычного слова в языке-реципиенте: в первом случае речь идет о *псевдозаимствованиях*, т.е. случаях, когда русское слово пишется латиницей типа *LĚN, Dôm*, во втором – *гибридных номинациях*, т.е. комбинированных единицах. Гибридные номинации во мно-

гих случаях – это единицы, созданные при помощи средств двух алфавитов. Подобные единицы получают разное терминологическое обозначение: *контаминация* (Е. В. Маринова), *гибрид*, *кентавр* (Л. П. Крысин), *графическое словообразование* (В. П. Изотов), а также *слово-вкладыш*. В качестве примеров приведем номинации типа *La coffee*, *La Scala*, *Merci Baku* и др.

Будучи выразительным речевым приемом, игра с двумя языками и алфавитами становится популярной, частотной и разнообразной: такой популярности способствует возможность использования графических приемов, высокая степень наглядности. Разного вида гибридные номинации часто встречаются в рекламе, в газетных заголовках и являются доказательством языкового творчества при сознательном «манипулировании» с уже известным языковым материалом.

К. Букина

СТРУКТУРНЫЕ И СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ДИГЕСТИРОВАНИЯ

Современная эпоха характеризуется как информационная, поскольку новые технические возможности позволяют продуцировать и передавать огромное количество информации, которое современный человек должен перерабатывать, чтобы быть в курсе и соответствовать требованиям цифрового общества. В этой связи в фокусе читателя XXI века находятся в первую очередь информационные издания и каналы, художественная литература оказывается на периферии читательских интересов. Наше общество перестало быть литературоцентричным, основные жизненно и профессионально важные идеи чаще всего исходят из СМИ. Вместе с тем нисколько не умаляется значимость художественной литературы, сохраняющей, передающей и формирующей духовные ценности общества. Единственным новым фактором в отношении художественной литературы (классической и современной) стало требование о сокращении объемов, чтобы уменьшить время на чтение. В ходе анкетирования студентов МГЛУ нами были заданы вопросы о необходимости и желании читать художественную литературу (классическую и современную). Подавляющее большинство опрошенных дали положительные ответы, но высказались за чтение объемных произведений в сокращенных вариантах.

Учитывая тот факт, что художественная литература есть часть национальной культуры, складывавшейся многими поколениями на протяжении всей истории, необходимо поддерживать и укреплять интерес к ней, осознание ее значимости, но вместе с тем нужно также искать новые формы ее представления, соответствующие особенностям цифрового поколения, которые предпочитают работать с изображением, картинкой, а не с печатным текстом. В данном контексте актуальность современного дигеста очевидна, поскольку он позволяет учитывать новые привычки. Важно также по-новому

взглянуть на дигестирование, спроецировать на данный процесс достижения когнитивной и прикладной лингвистики, литературоведения и других дисциплин антропологического цикла.

При новом подходе к дигестированию на смысловом уровне, на наш взгляд, следует обратить внимание и использовать результаты, полученные при исследовании следующих проблем: 1) отражение когнитивного смысла творчества как процесса расширения семантических пространств; 2) значимость контекста при порождении и интерпретации художественного содержания; 3) эвристический потенциал используемой лексики, синтаксических структур; 4) роль идиом и тропов в «сотворении смыслов»; 5) взаимодействие рациональных и эмоциональных компонентов смысла произведения; 6) интерпретация культурных кодов, используемых авторами при создании художественных произведений.

Необходимо также по-новому подойти к проблемам структурного дигестирования.

В. Бунжа

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С НУМЕРАТИВНЫМ КОМПОНЕНТОМ *SEPT/ SEVEN*: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Во фразеологических единицах отражается национальная культура народа – носителя языка. Нумеративные компоненты в составе фразеологизмов претерпевают качественные изменения, часто утрачивая конкретное числовое значение и приобретая различные дополнительные значения, изучение которых позволяет выявить национально-культурные особенности народа – носителя языка.

Почти во всех европейских культурах считается, что число *семь* приносит счастье и удачу. Например, *seven feet under the keel* ‘пожелание удачи, букв. *семь футов под килем*’. Первоначально (на сленге моряков) – это пожелание, чтобы корабль не сел на мель.

Фразеологической единице *на седьмом небе от счастья* во французском языке соответствует *être au septième ciel*, в английском языке – *in seventh heaven*. Следует отметить, что англ. *seven* и фр. *septième* могут заменяться на другие нумеративные компоненты, при этом фразеологическая единица сохраняет свое значение. Например, фразеологизмы в английском языке *on cloud nine* и во французском языке *être dans le troisième dessus* также имеют значение ‘быть на седьмом небе’.

Семь признается знаменательным в строе мироздания числом на основании того, что мир создан Богом в семидневный срок. Христианский аспект культуры английского и французского народов отражают такие фразеологизмы, как англ. *the seven deadly sins* или *the seven vices* и фр. *les sept péchés mortels* ‘семь смертных грехов’, которые означают пороки, непростиительные проступки. Тот, кто был повинен в смертных грехах, навсегда губил свою душу и должен был после смерти вечно терзаться в аду.

Христианские реалии также отражает фразеологизм фр. *il faut tourner sept fois sa langue dans sa bouche avant de parler* ‘хорошенько подумать, прежде чем сказать’. Считается, что данный фразеологизм уходит корнями в Библию, где Соломон говорил: «Мудрец семь раз поворачивает язык во рту, прежде чем что-либо сказать».

Таким образом, число *семь* относится к понятийным универсалиям рассматриваемых культур. Широкое использование числовых компонентов *seven* и *sept* в библеизмах обусловлено популярностью числа *семь* в христианской культуре. Несмотря на то, что в языках сравнения употребляются фразеологизмы, в которых числительные *seven* и *sept* сохраняют свое конкретное числовое значение, или же наоборот, полностью утрачивает количественное значение, преобладающими оказались случаи частичной десемантизации данных числительных в составе фразеологических единиц.

Е. Буштевич

ОСОБЕННОСТИ ВВОДНОЙ КОНСТРУКЦИИ *SANS DOUTE* ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Публицистическому дискурсу свойственны динамичность, особая выразительность, эмоциональность и оценочность, а также ярко выраженная манипулятивная функция. Одним из аспектов воздействия считается желание убедить читателя в правильности предоставляемой картины действительности. Средствами выражения данной интенции являются вводные компоненты, способные передать разные оттенки отношения высказываемой мысли к действительности, т.е. ее достоверность, истинность или сомнительность. В данном случае остановимся на вводной конструкции *sans doute* ‘несомненно/бесспорно’, активно используемой во французском языке.

Характерной особенностью данной вводной конструкции является подвижность и способность в зависимости от смыслового задания речи изменять синтагматическое членение предложения. Следует отметить, что конструкция *sans doute* практически никогда не употребляется в конце высказывания, а в начале предложения ей предшествует вопрос. В результате автор усиливает эмоциональное воздействие на читателя и убеждает его в достоверности сообщаемого факта: *Trump a voulu rétablir le pouvoir dissuasif de la machine militaire américaine dans la région. Atil recréé de la dissuasion? Sans doute, au moins momentanément* ‘Траммп хотел восстановить сдерживающую силу американской военной машины в регионе. Он возобновил сдерживание? Несомненно, по крайней мере, на мгновение’.

Одним из значений модальности, выражающейся с помощью вводного компонента *sans doute*, является значение достоверности, основу которого составляет субъективное суждение говорящего о сообщении. Существует три степени достоверности содержания предложения: простая, категорическая и проблематическая. Категорическая достоверность имеет несколько степеней,

крайнее значение которых может выражаться с помощью вводных компонентов с модальным значением, в том числе *sans doute* 'несомненно'. Так, например, в высказывании *Dans la République les habitudes ne se sont pas perdues. Le vocabulaire, sans doute, a changé, mâtiné des tics de langage de la start-up nation* 'Во Франции старые привычки не утрачены. Терминология, несомненно, изменилась, смешавшись с причудами языка «нации стартапов»' автор ведет скрытый диалог с читателем и с помощью вводной конструкции *sans doute* спешит рассеять его сомнения, соглашаясь, что, несмотря на существование понятий из прошлого, они все же получили новые названия. В данном случае *sans doute* выражает субъективную оценку говорящего, его уверенность в сообщаемой мысли, а следовательно, и категорическую достоверность.

Таким образом, вводная конструкция *sans doute* является одним из средств выражения категорической достоверности и эффективным средством воздействия на читателя, чем и обусловлено её частое использование во французском публицистическом дискурсе.

Е. Григорович

ТЕМА ОТСУТСТВИЯ В ПОЭЗИИ ПЬЕРА РЕВЕРДИ И ЕГО РУССКИХ ПЕРЕВОДАХ

Исследователи творчества одного из первых французских сюрреалистов Пьера Реверди (1889–1960) обращаются сегодня к его первым произведениям, не относимым к «литературному кубизму» – методу, основанному поэтом. Ранним поэмам, не усложненным еще кубистской техникой, в большей степени свойственны такие черты, как автобиографичность и событийность (Domínguez González, 2008). Кроме того, его первый опубликованный сборник «Стихотворения в прозе» (*Poèmes en prose*, 1915) стал одним из первых модернистских текстов в этом жанре (Stout, 2018). Даже поверхностное знакомство с ранними работами Реверди показывает, что мотивом его творчества на этом этапе была тема отсутствия. Особый статус этой темы для лирической поэзии, ее значимость для поэзии в прозе, интерес к языковому выражению отсутствия в русских переводах поэзии Реверди (Реверди, П. Стихотворения в прозе / пер. с фр. А. Поповой // Иностран. лит. – 1999. – № 12) определяют актуальность выполняемого исследования.

Так, герой стихотворения «Вечно один» (*Toujours Seul*) выбирает в комнате «самый укромный из четырех углов», чтобы «побыть одному». Затем «наступает крошечная темнота», а «никто из прохожих не смотрит вверх»:

J'ai préféré le coin le plus aigu de cette chambre pour être seul ; et la fenêtre d'en face s'est ouverte. Viendra-t-elle? Dans la rue où nos bras jettent un pont, personne n'a levé les yeux, et les maisons s'inclinent. Quand les toits se touchent on n'ose plus parler. On a peur de tous les cris, les cheminées s'éteignent. Il fait si

noir 'Я выбрал в комнате самый укромный из четырех углов, чтобы **побыть одному**, и окно напротив открылось. Но где же она? Над улицей повис мост наших рук, никто из прохожих не смотрит вверх, и дома наклонились друг к другу. Когда две крыши соприкасаются, уже не решаешься говорить. Любые звуки внушают страх, камин гаснет. **Наступает** крошечная **темнота**'.

Герой стихотворения под названием «Ветер и мысли» (*Le Vent et L'Esprit*) «не понимает ни слова», «не слышит ни звука», потому что «вокруг все замерло без движения», «не оставив ничего»: ... **je ne comprends aucun mot, je n'entends aucun son – bas contre terre. Je suis toujours sur le trottoir d'en face et je regarde; je regarde les mots qu'emporte le vent ; les mots qu'il va jeter plus loin... je n'entends rien, le vent disperse tout. Je n'ai plus rien** '... **не понимаю ни слова, не слышу ни звука. Я по-прежнему стою на тротуаре напротив и гляжу, я гляжу на слова, уносимые ветром, слова, которые он бросит где-нибудь вдалеке... я ничего не слышу**, все разгоняет ветер. У меня теперь нет ничего'.

Таким образом, отсутствие – взглядов прохожих, слов, света, звука, огня в камине – выступает центральным содержательным элементом стихотворения.

А. Дедкова

РЕЛИГИОЗНО-КУЛЬТОВЫЕ ТОПОНИМЫ

В настоящее время научные исследования наиболее динамично и плодотворно развиваются на стыке нескольких областей знания. Одной из таких является топонимика – наука о географических названиях. Как отрасль знания она активно развивается на протяжении длительного времени. Интерес к ней не уменьшается, а постоянно возрастает. Географические названия, или топонимы, – важнейший компонент географии. Они служат своеобразным связующим звеном между человеком и географическим объектом, не только указывая его место на поверхности планеты, но и давая интересную и зачастую очень важную научную информацию. Географические названия – это выражение ментальности людей, их мироощущения, культуры, быта, обычаев, психологического состояния. Они являются неотъемлемой частью современной цивилизации и представляют собой уникальную топонимическую среду, без которой невозможно существование человечества.

Религиозная топонимика появилась во Франции очень давно судя по тому, что некоторые названия мест носят еще отпечаток галльских божеств. Но именно христианство, в частности католицизм, оказали на нее большое влияние. Протестантизм появился достаточно поздно, чтобы серьезно повлиять на топонимику жилых мест. Присутствие других религий минимально: например, название коммуны *Baigneus-les-Juifs* (1391) – единственный пример такого рода. Религиозное влияние настолько суще-

ственно, что оно проявляется уже в эпоху франков и расширяет свое воздействие в феодальную эпоху. Это период, когда формируется и стабилизируется большинство названий современных местностей.

Топонимы, в основе которых лежат слова религиозного значения и происходящие в свою очередь от латинских названий: *cella* ‘маленький монастырь’ – *La Celle, Cellieu*; *ecclesia* ‘церковь’ – *Églisolles*; *cappella* ‘часовня’ – *La Capelle, Capelle-lès-Hesdin*. Некоторые топонимы происходят от слова *Бог*: *Dieu* – *Villedieu, Dieulouard, Dieuze*. Но подавляющее большинство топонимов религиозного происхождения имеет в основе имена святых. Чаще всего используются имена *Saint-Martin* (*Le Ban-Saint-Martin, La Capelle Saint-Martin, Saint-Martin-au-Bosc, Saint-Martin-Château, Saint-Martin-Choquel, Saint-Martin-Curton* т. п.), *Germain* (*Saint-Germain-des-Prés, Saint-Germain-d'Estueil, Saint-Germain-des-Vaux, Saint-Germain-de-Varreville, Saint-Germain-du-Bois* *um.ð.*), *Maurice* (*Saint-Maurice-de-Gourdans, Saint-Maurice-de-Lestapel, Saint-Maurice-de-Rémens, Saint-Maurice-des-Champs* т.п.).

Поскольку среди французских топонимов широко используются религиозные термины, то самыми распространенными представителями топонимов-словосочетаний можно назвать такие модели: *La Capelle Saint-Martin, Saint-Martin-Choquel, Saint-Germain-des-Vaux, Saint-Germain-du-Bois*.

К. Зданович

МОЛЧАНИЕ КАК ФОРМА ДИАЛОГА В ФИЛЬМЕ «7 ДНЕЙ, 7 НОЧЕЙ»

В основе фильма «7 дней, 7 ночей» (1960) режиссера Питера Брука, где в роли Анны Дебрэдэ – Жанна Моро, а Жан-Поль Бельмондо исполнил одну из своих первых ролей, – диалоги из короткого, занимающего немногим более ста страниц романа Дюрас «Модерато кантабиле». В центре внимания лингвистов не раз оказывался необычный синтаксис, присущий этим диалогам. Так, например, реплики Анны Дебрэдэ часто представляют собой рассогласованные высказывания, нарушающие синтаксическую норму. Кроме того, в финале фильма реплики главной героини – особенно в самых последних фрагментах – практически не содержат интонационных особенностей (ни даже пауз), затрудняя зрительское восприятие. Эти особенности, присущие диалогам, делают фильм узнаваемым и запоминающимся, но составляют далеко не полный список языковых явлений, достойных изучения. К последним следует отнести, например, понятие *silence* ‘молчание’.

Действительно, понятие *silence* ‘молчание’ признается исследователями (Skutta 2009; Valtcheva 2009) одним из вариантов разговора двух главных героев во многих произведениях Дюрас. Вместе с тем из-за своего необычного, экстремального характера понятие *silence* ‘молчание’ как форма диалога остается недостаточно изученным. Поэтому особый статус диалога

для кинематографического произведения, а также важность изучения языкового, формального выражения *silence* ‘молчания’ определяют актуальность выполняемого исследования.

Анализируя сценарные ремарки, написанные для фильма, мы приходим к выводу, что *silence* ‘молчание’ – это молчание ребенка, не желающего учиться музыке; это односложные реплики и незаконченные фразы; это также неумение и нежелание героев отвечать на вопрос, например: *la patronne juge inutile de répondre* ‘хозяйка кафе не считает нужным отвечать’.

Понятие *silence* ‘молчание’ составляет также отсутствие ответной реплики в диалоге: *Anne ne répond pas* ‘Анна не отвечает’; *Anne répond autre chose* ‘Анна отвечает что-то другое’.

Наконец, понятие *silence* ‘молчание’ включает паузы, отделяющие реплики героев друг от друга: *Anne se tut longtemps* ‘Анна надолго замолчала’; *Anne demanda au bout d’un temps* ‘Анна спросила через некоторое время’.

Я. Касперавичус

ВТОРИЧНАЯ СЕМАНТИКА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Одним из актуальных направлений лингвистических исследований по-прежнему остается сравнительное изучение способов обозначения цвета в разных языках. Цветообозначения образуют сложные системы, различия в которых затрагивают принципы выделения цветов и оттенков, способы их обозначения, специфику актуализации вторичной семантики и др. В группе цветообозначений выделяются номинации основных цветов, в число которых входят цвета спектра, а также белый, черный, серый, коричневый.

В текстах статей известных французских газет (*20 minutes*; *Le Monde*; *Le Parisien*) практически все указанные выше номинации цветов используются не только в прямом значении (*le bleu* ‘рабочая блуза’, *du vin blanc* ‘белое вино’), но и показывают разнообразие вторичных значений. Как правило, цветообозначения употребляются в качестве образной номинации футбольных и других спортивных команд, некоторых социальных движений (*les “verts” qui realisa un gain de voix substantial* ‘партия «зеленых», получила большее количество голосов’) и др. Остановимся на функционировании в публицистическом тексте номинаций двух цветов – *brun* ‘коричневый’ и *bleu* ‘синий, голубой’.

В отношении первого можно отметить его предпочтительное использование в первичном значении: 1) как номинации цвета волос (*Colin Farrell, un brun contrarié par son crin. ... sa nouvelle couleur de cheveux ...* ‘Колин Фаррелл, теперь брюнет, который расстроен своим новым цветом волос...’) и 2) в качестве фамилии (*Elie Brun, Stephen Brun*). В последнем случае при переводе используется метод транскрипции: *Эли Брун, Стефен Брун*. С коричневым цветом связаны также конкретные ассоциации: например,

слово *медведь* у русскоговорящего, как и франкоговорящего, ассоциируется с бурым медведем (*ours brun, ourson brun*). В первичном значении прилагательных, обозначающих цвет, часто есть указание на эталонного носителя данного цвета. Так, *bleu bleu* ‘qui est d’une couleur analogue à celle d’un ciel sans nuage’ (‘цвета, аналогичного цвету безоблачного неба’) и др.

Французское прилагательное *bleu* часто служит для выражения чувств, состояний: *la peur bleue* ‘до смерти бояться’. Это сочетание не свойственно русскому языку. Кроме того, *bleu* встречается в составе устойчивых выражений типа *la peur bleue* ‘жуткий страх’, *l’oiseau bleu* ‘птица счастья’.

Во французском языке *bleu* часто используется во вторичном значении как номинация: 1) разновидности сыра (*Les aliments clivants de Noël: Le bleu, «la quintessence des fromages»* ‘Рождественские продукты на праздничном столе: сыр с плесенью, «вся суть сыра»’) и 2) номинации национальной футбольной команды «France – Moldavie»: *les Bleus s’imposent de justesse et reprennent la première place de leur groupe* ‘Франция – Молдова: Национальная команда Франции в последний момент побеждает и занимает первое место в своей группе’.

Данный ракурс изучения позволяет показать особенности национально обусловленной вербализации такого объективного физического ощущения, как цвет.

П. Минаева

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АДРЕСАТА ВО ФРАНКОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Выразительность туристического дискурса обычно создается благодаря использованию ярких, запоминающихся образов, фраз; многочисленных тропов и фигур речи. В ходе проведенного анализа рассмотрены художественные приемы, способные удержать внимание читателя и отразить рекламную направленность туристических текстов.

Было установлено, что самым распространенным стилистическим средством выразительности является эпитет, под которым понимается экспрессивное, стилистически значимое слово или словосочетание, значение которого, как правило, – переносное, метафорическое. Высказывание *Paysages incroyablement beaux; lacs scintillants; montagnes majestueuses; souvenirs exaltants; voyage pittoresque* ‘Поразительно красивые пейзажи, сверкающие озера, величественные горы, будоражащие воспоминания, живописные путешествия’ наполнено эпитетами, которые привлекают внимание читателя. Они используются с целью «зацепить» его эмоционально и ассоциировать конкретное место с вызываемыми эмоциями.

Анализ корпуса материала показал также активное использование гипербола, сознательно преувеличивающих явления, с целью поразить

воображение читателя: *Il semble que ce soit simplement la plus grande réalisation architecturale au monde* 'Кажется, это просто величайшее архитектурное сооружение на Земле'.

Противоположным гиперболизации явлением является литота. На основе анализа можно сделать вывод, что в текстах туристического дискурса литоты встречаются редко. Однако были найдены несколько случаев их употребления: *Tant de chefs-d'œuvre, si peu de temps* 'Так много шедевров, так мало времени'.

Метонимия в туристическом дискурсе встречается также нечасто: *C'est une maison à certains des monuments les plus célèbres* 'Это дом для некоторых из самых известных достопримечательностей', где слово *pays* 'страна' заменяется словом *maison*.

Важное средство выразительности, часто встречающееся в рекламных текстах, – олицетворение. Обратимся к следующему примеру: *Lisbonne la nuit est un spectacle fascinant alors que des monuments très appréciés s'allument et que les rues s'animent* 'Лиссабон ночью – это завораживающее зрелище, когда зажигаются любимые достопримечательности и оживают улицы'. Авторы, «оживляя» неодушевленные предметы, пытаются привнести в текст активность, живость.

Кроме этого, типичным приемом для исследуемого корпуса текстов служит перифраз, подчеркивающий специфическую черту объекта: в примере *La ville de l'amour* 'Город любви' Париж назван *городом любви*.

Тропы позволяют не просто передать информацию, а показать отношение к ней, сделать речь эмоциональнее, создать яркий и запоминающийся образ.

М. Мисюк, Л. А. Шабашева

РОЛЬ МАТЕРИАЛЬНОГО КАДРА В РОМАННОМ ЖАНРЕ

Без мира вещей, в котором живет человек, невозможно художественное произведение. Даже изображая сложные и глубокие переживания, автор не обходится без описаний пространства, так как вещь является необходимым компонентом культуры.

Вещный мир создает фон, условия или обоснования действий и поступков персонажей. Он мотивирован в романе излагаемыми обстоятельствами и рассчитан на определенную осведомленность читателя. Вместе с тем, всякий художник говорит на вещном «языке» свой эпохи.

Внимание к вещи, плотность и точность изображения вещного мира у писателей разных эпох – величины непостоянные. Например, В. Гюго, Ф. Стендаль, О. де Бальзак в реалистических романах воспроизводили такие детали предметного мира, которые воссоздавали исторический и социально-психологический фон рассказа. Бытовая вещь, интерьер исподволь создают атмосферу, в которой только и возможны предлагаемые автором сюжеты

и характеры. Вещь становится предметом размышлений и оценки. В классической литературе описание предметного мира обязательно. Оно позволяет проникнуться мироощущением автора, понять его философские, религиозные, эстетические взгляды, причем важен не только сам отбор предметов материальной культуры, но и способ их описания.

Предметная изобразительность свойственна всем родам литературы. Чаще всего вещи присутствуют эскизно, нередко упоминаются вскользь, как бы между делом, но иногда эти образы выдвигаются на авансцену и становятся центральным звеном словесной ткани. Вещь может выступать в характерологической функции, помочь определить эпоху и социальное положение, характер и вкусы, привычки персонажа. Они часто становятся знаками переживаний человека и чрезвычайно выразительно передают психологическое состояние. Вещи могут быть интересны сами по себе, вне своей связи с конкретным персонажем, указывая на уклад жизни в целом в русле его понимания автором.

В произведениях писателей натуралистической школы, например, хронотоп представлен очень тщательно. Вещи даже доминируют, как, например, в романе Э. Золя «Дамское счастье». Автор поет гимн миру вещей как источнику земных радостей и отношений между людьми. Под изображенным миром в художественном произведении подразумевается условно подобная реальной картина действительности. Но эта модель соответствует способу мышления писателя, а изображенные миры отражают его социально-эстетическое кредо.

Можно сделать вывод, что изучение вещного мира в художественном произведении имеет такую же ценность, как и изучение его характеров.

Т. Можейко

СПЕЦИФИКА ШИРОКОЗНАЧНОСТИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО *CHOSE/PЭЧ* ВО ФРАНЦУЗСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Одним из главных свойств языка является способность выражать все многообразие человеческой мысли при ограниченном наборе лексических единиц. Этим язык во многом обязан широкозначным словам. Под *широкозначностью* принято понимать «лингвистическое явление лексико-семантического уровня, которое характеризуется расширением семантического объема слова для обозначения различных денотатов» (Н. Н. Амосова).

В центре нашего исследования – особенности семантики и функционирования существительного широкого значения *chose/pэч* во французском и белорусском языках. Для проведения исследования использовались данные лексикографических источников (Grand Larousse de la langue française; Тлумачальны слоўнік беларускай мовы Т. 4) и примеры из художественных произведений (300 примеров из современной французской литературы и 294 – из белорусской).

В словарях современного французского языка зафиксировано 10 значений исследуемого существительного, а белорусского – 6. Основными значениями в обоих языках являются: 1) ‘objet’/‘рэч’; 2) ‘bien’, ‘propriété’/‘скарб’, ‘пажыткі’; 3) ‘affaire’, ‘fait’, ‘événement’, ‘phénomène’/‘справа’, ‘факт’, ‘падзея’, ‘з’ява’; 4) ‘réalité’/‘рэальнасць’ и др. Анализ употреблений лексической единицы *chose* в текстах современного французского языка показал, что наиболее часто она используется для обозначения любого предмета (явления/события), который получает уточнение в контексте (103 из 294 примеров). Например: *Un crime, et surtout un crime ni crapuleux ni brutal, est une chose très intime, l'assassin exprime forcément quelque chose de sa personnalité, de son rapport avec la victime* (М. Houellebecq). Следующим по количеству употреблений (87) является значение ‘affaire’, ‘fait’, ‘événement’, ‘phénomène’: *Tiffauges prit possession de son cheval avec une émotion où les élans de son coeur solitaire se mêlaient au pressentiment des grandes choses qu'ils accompliraient ensemble* (М. Tournier). В произведениях белорусской литературы существительное *рэч* также чаще всего называет к.-л. предмет/явление/событие (116 примеров из 300): *Ці можна даць лепшае найменне рэчы для дзіцячага кармлення?* (А. Брова). Причем его семантика во многом определяется тематикой произведения. Так, в повести С. Алексиевич «Чарнобыльская малітва» в 19 случаях из 27 *рэч* означает ‘личные вещи’, что обусловлено тем, что из-за аварии на ЧАЭС людям пришлось покинуть свои дома, переехать: *Па радыё аб'явілі, што, магчыма, горад эвакуіруюць на тры-пяць дзён, вазьміце з сабой цёплыя рэчы і спартыўныя касцюмы, будзеце жыць у лесе.*

Предельно закодированная во французском и белорусском языках семантика существительного *chose/рэч* способна обозначать любое явление окружающей действительности. Значение данного слова конкретизируется в контексте, во всех употреблениях сохраняется семантический инвариант.

Д. Назарова

ВЕРБАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛЮБОВЬ»

Любовь – один из важнейших компонентов духовной культуры народа, один из ключевых концептов общеязыковой картины мира. На наш взгляд, более рациональным подходом к выявлению сущности концепта служит попытка рассмотреть концепт как категорию языкового видения мира, как «архетип мысли», интерпретирующийся при помощи языковых форм.

Данный концепт реализуется вербально в английском и французском языках в виде лексем *love* и *amour*. Сходным моментом можно считать в сопоставляемых языках лексическое представление любви как чувства, номинации предмета любви, как пристрастия к чему-либо. Сопоставление лексем *love* и *amour* показывает сходство в представлении любви как чувства, для номинации интимных отношений, предмета любви, пристрастия к чему-либо. Во французском языке, в отличие от английского, любовь может использоваться для номинации любовной интриги, истории. Сходным

элементом является употребление одинаковых значений для выражения чувств, сопутствующих любви. Несмотря на наличие похожих значений в рассматриваемых языках отмечаются дополнительные значения, обусловленные спецификой понимания любви носителями английского и французского языков. Несмотря на то, что основное значение выражает то общее понимание любви, которое присуще носителям и английского и французского языков, семантика концепта «любовь» в английском и французском языках имеет определенные отличия. Англоговорящая нация воспринимает любовь как чувство сильной привязанности и сексуального влечения, в то время как французы под любовью понимают интерес к кому- или чему-либо для удовлетворения собственных желаний или получения удовольствия. Примечательно, что в сознании английского народа любовь также может быть выражена в форме интереса к чему- или кому-либо. Кроме этого, любовь рассматривается англичанами как желание заботиться либо ощущение наслаждения от чего-либо. Французы, в свою очередь, рассматривают любовь как легкую интригу, привязанность к членам своей семьи, заинтересованность в другом человеке.

В целом можно утверждать, что концепт «любовь» представляет собой сложное ментальное образование, в котором могут быть выделены определенные признаки, частично совпадающие в английском и французском языках, прослеживающееся на разных уровнях объективации в языке, обладающее рациональной, эмоциональной и оценочной характеристикой. Данный концепт является культурнозначимым как для английского, так и для французского языка.

Д. Никитина

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МЕТАФОР ВО ФРАНЦУЗСКОМ ГАЗЕТНОМ ЗАГОЛОВКЕ

Метафора обычно рассматривается как собственно языковая характеристика. Однако когнитивная наука показала, что метафора напрямую связана с мышлением. Наиболее точно это открытие было сформулировано Дж. Лакоффом и М. Джонсоном (G. Lakoff, M. Johnson, 1980). В основу настоящего исследования основных типов метафор во французском газетном заголовке положена предложенная ими классификация. В качестве примеров используются заголовки статей авторитетных французских изданий *Le Figaro*, *Le Monde*, *Libération* за период с ноября 2019 г. по апрель 2020 г.

Так, Дж. Лакофф и М. Джонсон выделяют три типа метафор: *структурные*, *ориентационные* и *онтологические*. Структурные метафоры метафорически структурируют один концепт в терминах другого. В качестве примера используется концепт «время – деньги». Мы не только говорим, но и рассматриваем время в качестве денег. Этот метафорический концепт культурно обусловлен: он появился с развитием индустриального общества,

в котором время – прежде всего ресурс. Ср.: *I don't **have the time** to give you* ‘У меня **нет времени** для тебя’¹ и *Chloroquine: «Nous **n’avons pas le temps** d’attendre!»* ‘У нас **нет времени** ждать’ (Le Figaro, 23.03.2020). Очевидно, что время – это абстрактное понятие, и человек не может им обладать. Однако восприятие времени как сущности, имеющей материальное воплощение, делает данную метафору возможной.

Ориентационные метафоры придают концепту пространственную ориентацию и связаны с физическим опытом человека. Ср.: *His draft number is **high*** ‘Его доля **высока**’ и *Confinement: les violences conjugales **en hausse*** ‘Заключение: насилие в семье **растет**’ (Le Monde, 27.03.2020). Понятие «домашнее насилие» оказывается пространственно ориентированным.

Онтологические метафоры позволяют говорить об абстрактных понятиях в терминах материальных объектов. Ср.: *We need to **combat** inflation* ‘Нам нужно **бороться** с инфляцией’ и *«Guerre» au coronavirus: les annonces de Macron et Castaner à la loupe* ‘«**Война**» с коронавирусом: обещания Макрона и Кастанера под микроскопом’ (Libération, 16.03.2020). Коронавирусная инфекция воспринимается как сущность, на которую мы можем воздействовать. Данный тип метафор обусловлен тем, что человеку проще оперировать дискретными понятиями.

В результате исследования установлено, что наиболее частотными являются онтологические метафоры (45 примеров из 75, что составляет 60 %). Это подтверждает тот факт, что человеческое мышление лучше справляется с анализом дискретных и материальных объектов, нежели чем с анализом абстрактных понятий. 26,7 % (20 примеров) составили ориентационные метафоры. Наименее употребительными являются структурные метафоры – 10 примеров (13,3 %).

С. Папкович

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ ИТ В ТЕКСТАХ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ

(на материале современного французского языка)

Термин – слово или словосочетание специального (например, научного) языка, призванное точно и однозначно выразить некоторое специальное понятие. В свою очередь, *англицизм* – это заимствование слова из английского языка, его «перемещение» в другой язык. Наконец, *эквивалент* – это некоторая единица речи, способная выполнять ту же функцию, что и другая речевая единица. Эти три понятия являются центральными для изучения терминологии ИТ-сферы, в которой большинство терминов составляют

¹ Примеры на английском языке заимствованы из: *Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М., 2004. – 256 с.*

английские слова. Вместе с тем с целью «защиты» французского языка от иноязычной лексики Комиссия по обогащению французского языка создает, публикует и рекомендует к использованию французские эквиваленты.

Цель нашего исследования – установить соотношение англицизмов и их французских эквивалентов в текстах различных типов и определить, в каких жанрах чаще используются английские термины, а в каких – французские. Объект нашего исследования – единицы словаря IT-терминов, который составляют, с одной стороны, англицизмы, с другой, – их французские эквиваленты. Материалом для исследования послужили отобранные методом репрезентативной выборки тексты различных типов (статьи, блоги, форумы), в которых используются IT-термины.

Результаты анализа текстов неоднозначны: французские эквиваленты «приживаются» по-разному. Так, мы установили следующие закономерности.

1. Французский эквивалент может полностью вытеснять англицизм. Например, эквивалент *coeur de processeur* ‘ядро процессора’ был обнаружен в 11 статьях, 9 блогах и на 9 форумах. В свою очередь, англицизм *processor core* не встретился во французских текстах.

2. На форумах англицизмы используются намного чаще. Так, эквивалент *bogue* ‘баг’ встретился в 9 статьях, 7 блогах и на 5 форумах, а английское слово *bug* – в 10 французских статьях, 6 блогах и на 19 форумах.

3. Выбор термина обусловлен географией и традицией. Так, эквивалент *blogue* ‘блог’ используется канадскими авторами статей, в то время как французские авторы используют англицизм *blog*.

4. Наконец, значимым параметром оказывается тип текста. В статьях соотношение эквивалентов к англицизмам приблизительно одинаково. В блогах же используются преимущественно англицизмы.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод: сценарии использования терминов разнообразны и зависят от конкретных терминов. Кроме того, в Канаде и других франкоговорящих странах французская лексика может развиваться иначе, следовательно, иметь другое соотношение эквивалентов к англицизмам, что влияет на общую тенденцию использования термина.

А. Суворова

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ

Названия фильмов являются своего рода ключом к их интерпретации: кинозритель активно участвует в декодировании содержания фильма еще на первоначальном этапе восприятия его названия. Заголовок фильма как самая сильная позиция в тексте должен производить яркое впечатление и хорошо запоминаться. Кроме этого, представляя собой особый вид заголовка, он формулирует тему всего повествования. Терминологически заголовок

фильма, относясь к особому разряду имен собственных, или онимов, обозначается специальным термином – *фильмоним*. Данный класс онимов характеризуется как структурными, так и стилистическими особенностями.

В современной лингвистике до сих пор не существует жесткой классификации типов названий кинофильмов. Согласно классификации, в основе которой лежит когнитивно-тематический принцип, используемый при составлении словарей-тезаурусов, предлагаем разграничение фильмонимов по следующим категориям: 1) человек (*Gandhi*), 2) время (*The day after Tomorrow*), 3) пространство (*An American Haunting*), 4) событие (*The War of the Worlds*), 5) предметы (*Chocolate*). Структурирование, основанное на принадлежности фильмонима к определенной части речи и/или на синтаксическом критерии, позволяет выделить названия, соответствующие слову, словосочетанию или предложению. Названия фильмов можно разделить на следующие группы.

1. *Названия-словоформы* – конкретное слово в конкретной грамматической форме. В данную группу включаются подгруппы:

- знаменательное слово без служебных – *Joy* ‘Джой’, *Deadpool* ‘Дэдпул’;
- знаменательное слово с одним или несколькими служебными – *At Middleton* ‘Мидлтон’, *The wrestler* ‘Рестлер’;
- имена собственные, состоящие из нескольких элементов, но не являющиеся словосочетаниями, – *Larry Crowne* ‘Ларри Краун’, *Donnie Darko* ‘Донни Дарко’.

2. *Названия-словосочетания*. В данной группе можно выделить несколько подгрупп в зависимости от особенностей связи между членами словосочетания:

- с сочинительным типом связи – *Starsky and Hutch* ‘Старски и Хатч’, *Coffee and Cigarettes* ‘Кофе и сигареты’;
- с подчинительным типом связи, которые в свою очередь подразделяются на а) простые словосочетания типа *Little Nicky* ‘Никки, дьявол – младший’, *American Dreams* ‘Американская мечта’ и б) сложные словосочетания типа *National Lampoon's Van Wilder* ‘Король вечеринок’.

3. *Названия-предложения*. В данной группе выделяем несколько подгрупп согласно цели высказывания: повествовательные (*The boy in the striped pyjamas* ‘Мальчик в полосатой пижаме’), побудительные (*Analyze That* ‘Анализируй это’), вопросительные (*Why Did I Get Married?* ‘Зачем мы женимся?’).

Самой распространенной является группа названий-словосочетаний с подчинительной связью.

Круглый стол «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИСПАНИСТИКЕ»

Е. Борисевич

КУРСИВНОЕ НАЧЕРТАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫДЕЛЕНИЯ ЛЕКСЕМ В РЕЧИ ПЕРСОНАЖЕЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

Согласно сборному словарю иностранных слов русского языка *курсив* (нем. *Cursiv*, от лат. *currere* ‘бежать’) – это типографские буквы, похожие на рукописные. И если в русском языке курсив используют достаточно редко, то в испанском и английском языках он широко распространен. Основные применения курсива отмечаются в названиях книг, фильмов, постановок, фото, при введении в текст неологизмов, терминов, жаргона и т. д. В данной работе мы проанализируем использование курсива в художественном тексте в репликах героев для эмоционального выделения отдельных слов и фраз. В речи для этой цели используется интонационное ударение, а вот в письменном тексте в силу его особенностей эти функции нередко выполняет курсив.

Рассмотрим пример выражения нейтральной эмоции удивления в англоязычном тексте и в его испанском и русском вариантах: *Em? Simon calls. You **have got** to see this kitchen. / ¡Emma!, me llama Simon. **Tienes** que ver esta cocina. / Эм? Зовет Саймон. Ты только посмотри на эту кухню!* На материале сопоставляемых языков мы можем проследить наличие разных приемов: для передачи эмоциональности в английском варианте используется выделение шрифтом грамматической конструкции (*have got*); испанский вариант сохраняет курсивное начертание глагола в структуре грамматической перифразы (*tienes que ver*) при эквивалентном переводе фразы с английского языка; в русском варианте эмоциональность передается при помощи повелительного наклонения глагола (*посмотри*) с добавлением усилительной частицы *только* и усиливается графически восклицательным знаком. Нередко подобную функцию выполняют союзы либо наречия в сочетании с перестановкой частей предложения, как в следующем примере, где переводчик удачно передает удивление персонажа, используя грамматические возможности русского языка: *They both can sing. / Они еще и петь умеют.*

В случаях, когда пунктуационный и шрифтовой способы усиления невозможны или неуместны, переводчики либо опускают эмотивность, тем самым делая фразу нейтральной, либо делают акцент на словах-описателях эмотивов в словах автора после прямой речи, либо же заменяют нейтральное слово на его эмоционально окрашенный синоним, как в следующем случае: *This is news. **Amazing** news.*

Нередки также и случаи, когда курсив используется в идиомах, которые чаще всего эмоционально окрашены сами по себе: *You are kidding me, Simon says, awestruck, staring at the door. / Me está tomando el pelo, replica Simon, alucinado mientras contempla la puerta. / Да вы шутите, говорим Саймон, глаза на дверь.* Идиома *me está tomando el pelo* замечательно передает эмоцию удивления героя в испанском варианте, а переводчик на русский язык заменил курсив, добавив усилительную частицу *да*.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что традиция шрифтового выделения значимых слов при помощи курсива наиболее характерна для английских текстов, но также нередко применяется и в испанской художественной литературе. Эта тенденция постепенно проникает и в русские переводы произведений, но все еще не является общепринятой нормой. По данной причине в случаях с курсивом переводчик прибегает к другим формам усиления эмотивности – лексическим, пунктуационным и грамматическим.

Д. Веренич

КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ ИСПАНИИ В ГОДЫ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ (1936–1939)

Начало гражданской войны в Испании повлекло за собой изменения во всех сферах жизни общества, в том числе и в культуре.

Кинематограф, как одно из самых удобных и доступных для масс средств развлечения, передачи информации, сразу нашел применение в лоне пропаганды как со стороны франкистов, так и со стороны республиканцев. С началом гражданской войны крупнейшие кинематографические центры страны оказались под контролем республиканцев (Барселона, Мадрид), что значительно задержало кинопроизводство фашистского блока. Однако цель у каждой из сторон была одинаковой – подтверждение своей правоты и дискредитация действий противника. Основным направлением стало документальное кино. Самым крупным франкистским фильмом стала картина «*Frente de Vizcaya у 18 de Julio*», посвященная войне на севере страны, а также разрушению Герники, в чем обвинили самих республиканцев. Антифашистской стороне принадлежит самый первый фильм военного времени – «*Reportaje del movimiento revolucionario en Barcelona*», посвященный борьбе с профранкистскими повстанцами в Барселоне.

Изобразительное искусство, как и кино, с началом войны приобрело политизированный характер. Новой тенденцией стал реализм как доминирующее направление, который удачно сочетался с простотой исполнения. Особую популярность в изобразительном искусстве того периода приобрели различного рода плакаты и карикатуры. Однако помимо этого, в целях пропаганды и политического воспитания создавались и более крупные и сложные произведения как в живописи, так и в скульптуре и гравюре.

Наиболее яркие работы были представлены на международной выставке 1937 г. в Париже. Все они имели прореспубликанский характер. Сильное впечатление на мировую общественность произвели картины «*Guernica*» П. Пикассо и «*El Campesino catalán en rebeldía*» Ж. Миро, а также скульптуры «*La Montserrat*» Х. Гонсалеса и «*El Pueblo Español*» А. Санчеса.

Литература обрела военизированный, боевой характер. Наибольшее распространение получила поэзия. Она стала остросоциальной, политизированной и ко всему прочему положительно повлияла как на повышение грамотности населения, так и на поддержание морального и боевого духа солдат, так как поэмы и стихи постоянно звучали в окопах и траншеях. Поэзия не просто являлась неотъемлемой частью того времени, она была его требованием. Самым крупным поэтом этого периода стал поэт-солдат Мигель Эрнандес, главными «военными» сборниками которого были «*Viento del pueblo*» (1937) и «*El hombre acecha*» (1938).

Таким образом, культура Испании в годы гражданской войны претерпела изменения, став важнейшим инструментом пропаганды. Вместе с тем она сохранила в себе память о тех страшных событиях, чтобы будущие поколения не повторяли ошибок своих предшественников.

Н. Вишневская

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ИСПАНИИ В ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИХ СМИ

Одним из важных функциональных направлений СМИ является создание имиджа государства, поскольку построение партнерских отношений со странами, привлечение крупных инвесторов, экспорт товаров, создание туристической базы становится труднее, если у страны нет своей позитивной репутации. В данном случае СМИ как источник информации выступает ключевым субъектом формирования имиджа страны, что мотивирует изучение лингвистических механизмов построения образа того или иного государства, как, например, Испании латиноамериканскими СМИ.

В ходе анализа выявлены два основных инструмента в формировании образа Испании: выбор темы и использование определенных языковых единиц.

Выбор темы публикации об Испании является, на наш взгляд, весьма эффективной технологией, поскольку позволяет задать общий позитивный или негативный тон сообщению и создать у читателя определенные эмоционально-оценочные ассоциативные связи со страной. В латиноамериканских СМИ преобладают статьи о политике и экономике, ср.: *Imputan al BBVA en España en un caso de espionaje empresarial* (в данной статье речь идет о коммерческом шпионаже, инкриминируемом одному из авторитетных испанских банков); *Macri recibe al rey de España con voluntad para los negocios pero sin aval para acuerdos* (в этой публикации затрагивается тема

возможного экономического сотрудничества между Испанией и Аргентиной, но при этом высказывается сомнение в успешности переговоров). Также могут рассматриваться такие темы, как медицина, литература, музыка, история. Однако даже эти темы не могут избежать той негативной призмы, через которую очень часто латиноамериканские СМИ видят образ Испании. Так, например, в статье об актрисе Ане Дэ Армас (*Ana de Armas, la actriz que España subvaloró y Hollywood abrazó*) заметно некоторое пренебрежительное отношение к Испании, не сумевшей оценить талант актрисы.

Среди употребляемых авторами статей об Испании языковых единиц особую позицию, на наш взгляд, занимают лексемы с отрицательно-оценочной коннотацией (*bloqueo, augurar*), хотя, нередко случаи использования и положительной оценочной лексики (*invitado de honor, cooperación*). Весьма эффективным средством представляется употребление эпитетов (*persistente y crónico bloqueo, final incierto, amplia delegación*).

Доминирование негативных настроений в публикациях об Испании (около 50 % анализируемых статей, при этом 25 % статей носят нейтральный и 25 % – позитивный характер) обусловлено, как представляется, известными историческими событиями. Тем не менее наличие нейтральных и позитивных сообщений отражает установку латиноамериканского общества на укрепление общественно-политических, экономических и культурных связей с Испанией.

А. Горбель

МЕТАКОММУНИКАТИВНЫЕ ЕДИНИЦЫ В ФУНКЦИИ КОНТРОЛЯ НАД СОБЛЮДЕНИЕМ ПРИНЦИПА КООПЕРАЦИИ В РАЗГОВОРНО-БЫТОВОМ ОБЩЕНИИ

В самом общем смысле метакоммуникация понимается как коммуникация о коммуникации, а одной из основных функций метакоммуникативных единиц (МКЕ) является регулирование процесса общения. Как показал проведенный анализ, значительная часть МКЕ в разговорно-бытовой коммуникации коррелирует с четырьмя категориями (максимами) принципа кооперации Г. П. Грайса. Рассмотрим подробнее данные МКЕ.

1. Мониторинг количественных параметров коммуникации осуществляется двумя основными способами – а) указанием на избыточность информации, сообщаемой собеседником, либо экспликацией говорящим стремления быть максимально кратким: *ve (iré) al grano, hable (hablaré) sin rodeos, podría ser (voy a ser) más breve*; б) указанием на недостаточность информации, сообщаемой собеседником, либо экспликацией говорящим намерения подробно изложить нечто: *cuéntame (voy a contar) (más) detalles; necesito saber los detalles; voy a contarle (más) detalladamente*.

2. Мониторинг качественных параметров коммуникации. Среди адресатно-ориентированных МКЕ данной группы можно выделить: а) указыва-

ющие на то, что собеседник сказал нечто недостоверное, необоснованное (*no digas tonterías (gilipolleces, bobadas, barbaridades), déjate de cuentos / historias*), б) осуществляющие призыв к откровенности (*dime la verdad, sé sincero conmigo*). Адресантно-ориентированные МКЕ также подразделяются на два типа: а) указывающие на то, что говорящий сам считает свое высказывание недостоверным (*estoy diciendo tonterías*); б) эксплицирующие искренность говорящего либо истинность его высказывания (*te digo abiertamente, te diré toda la verdad, hablo francamente*).

3. Контроль над тематической связностью диалога. Нарушение данного постулата релевантности со стороны собеседника корректируется говорящим при помощи МКЕ типа *no te apartes del tema, no cambies de tema*.

4. Контроль над способом изложения. В данном случае используются МКЕ, призывающие собеседника объяснить, говорить более понятно: *explícate, háblame más claro, debería ser más claro, aclárate*. Со стороны же самого говорящего стремление к соблюдению максимы способа эксплицируется при помощи таких МКЕ, как *voy a / quisiera / déjame aclararme, permita que me explique, trataré de explicar(me)*.

Как можно заметить, контроль над соблюдением принципа кооперации осуществляется с использованием широкого круга МКЕ. При этом адресантно-ориентированные МКЕ, как правило, указывают на нарушение какого-либо постулата. Что же касается адресантно-ориентированных МКЕ, то они направлены на экспликацию соблюдения постулатов принципа кооперации.

К. Крутько

ВОЗДЕЙСТВИЕ АРАБСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИСПАНСКУЮ

В 711 г. на смену Вестготскому государству, существовавшему на территории Испании на протяжении четырех веков, пришло арабское владычество. Однако мусульмане не смогли проникнуть в северные районы Иберийского полуострова, которые остались подчинены христианам. Захваченные земли арабы стали называть «Аль-Андалус». Кордовский халифат прославился своими выдающимися достижениями в области медицины, науки, музыки и архитектуры.

Несмотря на то, что сосуществование коренного населения и морисков не всегда было мирным, последние смогли оставить свой след в истории Испании. Более всего влиянию подверглась южная часть полуострова – Андалузия. Отпечатки великой цивилизации и сейчас можно встретить в народных мотивах и танцах, в блюдах традиционной испанской кухни, в лексике, вошедшей в испанский словарь. Арабы проявляли высокую толерантность к христианам и евреям, однако мусульманское население имело большие привилегии, что побудило многих христиан перейти в ислам –

традиционную религию захватчиков. Мусульман можно назвать толерантными и потому, что научные исследования религий и верований народов были впервые проведены именно ими.

Благодаря арабам средневековый мир смог познакомиться с трудами таких мыслителей, как Платон, Гиппократ, Евклид и Аристотель, исследованиями в различных областях науки и медицины. Всё это подняло престиж и значимость Испании среди европейских государств того времени. Арабы стремились к распространению образования, об этом свидетельствует медресе в Гранаде, где преподавали математику, теологию, медицину и право, трудились лучшие ученые мусульманского мира.

Арабы внесли свой вклад и в сельское хозяйство испанцев: эффективные способы обработки земли, ирригационные системы, новые культуры, такие как *рис* (*arroz*), *хлопок* (*algodón*), *шафран* (*azafrán*). В это же время на территории Аль-Андалус началось разведение шелкопряда (*gusano de seda*), что превратило страну в лидера по производству и экспорту шелка в Европе. Архитектура Испании также была подвержена влиянию мусульман. Важнейшими памятниками арабского зодчества являются мечеть в Кордове, основанная Абд ар-Рахманом I, Медина Асаара, Хиральда в Севилье, дворец-крепость Альгамбра в Гранаде. Оставили свой след арабы и в музыке, подарив Испании такие музыкальные инструменты, как *лютня* (*laúd*) и *виуэла* (*vihuela*), которая считается прототипом традиционной испанской гитары.

Начало освобождения Испании от мусульман было положено в 718 г. в битве при Ковадонге. Второго января 1492 г. Фердинанд и Изабелла подняли флаг христианской Испании в Гранаде, свергнув последнего мусульманского правителя Боабдила. Семивековое владычество арабов на Иберийском полуострове оставило огромный след на страницах испанской истории, внося свой вклад в культуру, быт и традиции коренного населения.

А. Кураленя

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГЛАГОЛОВ РЕЧИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ЖАНРАХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (на материале испанского и русского языков)

Важное место в структуре информационного газетного текста отводится чужой речи. Перед автором публикации стоит сложная задача: передать не только информационную составляющую сообщения, но и модальность говорящего. В этом случае очень важен глагол, который вводит прямое или косвенное цитирование. Иногда используется квазичитирование, при котором цитата монтируется из фрагментов высказываний, взятых в кавычки. Данное наблюдение характерно для обоих языков, различия же касаются семантики глаголов, вводящих вербальную реакцию.

В ходе сопоставительного исследования семантико-стилистических особенностей информационных сообщений в рамках дипломного проекта в анализируемых статьях методом сплошной выборки были отобраны 56 глаголов на испанском языке и 18 на русском. Отличительной особенностью испанского материала является очевидное численное превосходство глаголов данной группы и их семантическое разнообразие.

Глаголы, вводящие вербальные реакции высокопоставленных чиновников и видных деятелей культуры, были распределены согласно классификации Л. С. Тепляковой на две группы: стилистически нейтральные глаголы (*decir, contar, relatar, anunciar, explicar, expresar, comentar; сказать, рассказать, сообщить, заявить*) и стилистически окрашенные глаголы (*rogar, protestar, insistir, exigir, gritar, bromear, вопрошать*), содержащие экспрессивно-образную характеристику речи. Процентное соотношение данных глаголов отражено в таблице:

Испанский язык		Русский язык	
стилистически нейтральные глаголы, %	стилистически окрашенные глаголы, %	стилистически нейтральные глаголы, %	стилистически окрашенные глаголы, %
39,3	60,7	77,8	22,2

Анализ количественных данных показывает, что стилистически нейтральные глаголы речи практически в два раза чаще употребляются в русскоязычном информационном тексте, в то время как стилистически окрашенные глаголы доминируют в материале испанского языка.

В испаноязычной информационной статье прямая или косвенная речь вводится глаголами, в семантике которых представлена эмоционально-оценочная сема, чаще всего имеющая отрицательную коннотацию. Употребление данных глаголов, с одной стороны, позволяет наращивать иллюкативную силу высказывания, с другой – имплицитно выражать оценку.

И. Лауш

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

В ускоряющемся процессе глобализации возрастает необходимость привлечения внимания мирового сообщества к общечеловеческим ценностям. Важная роль при этом отводится социальной рекламе как источнику адекватного предъявления обществу идеологии того или иного государства, а также правильной трактовки общих ценностных смыслов (здоровья, жизни, окружающей среды и т.п.). Как известно, социальная реклама является разновидностью некоммерческой рекламы, направленной на привлечение внимания к проблемам социума и изменение моделей общественного поведения.

Анализ испаноязычной социальной рекламы позволил выделить ряд лексико-грамматических, синтаксических и стилистических особенностей данного типа текстов. Наиболее значимыми, на наш взгляд, являются следующие характеристики.

1. В тексте социальной рекламы преобладают абстрактные существительные, что объясняется тем, что данный вид рекламы отличается особыми коммуникативными целями, ключевой из которых является обращение к глобальным проблемам социума: *pobreza, violencia, bullying*.

2. Лексическая специфика текстов социальной рекламы характеризуется высокой употребительностью оценочной лексики как с положительным, так и отрицательным знаком (*maltrato, paz*); лексем со значением эмотивности (*caridad, feliz, depresión*), так называемых хештегов (*#noacompartir, #antipopotes, #igualesperojuntos*).

3. Среди стилистических приемов широко используемыми являются: персонификация (*La salud mental va contigo*), антитеза (*Más conversación, menos riesgo*), парадокс (*A veces hay que perder para ganar*), метонимия (*Andalucía recicla*), метафора (*Lista de víctimas de la contaminación del aire <...> ¡Detengamos a ese asesino invisible!*) и др.

4. Синтаксис испанской социальной рекламы характеризуется многообразием побудительных конструкций с использованием повелительного наклонения и восклицания (*¡Dale vida al plástico!*), вопросительных предложений (*Yo voto por la educación, ¿y tú?*), слоганов с отрицательной частицей (*No más violencia contra las mujeres*), риторических вопросов (*¿Crees que las drogas te ayudan?*) и других приемов.

5. Отдельного внимания заслуживают средства, позволяющие зрительно удерживать внимание читателя: графические – заглавные буквы (*Cuidemos el agua НОУ*); повтор лексем или морфем, способствующих при этом интенсификации послания (*Recicla. Reusa. Reimprime*).

Вышеперечисленные лингвостилистические средства, на наш взгляд, во многом формируют прагматическую нагруженность текстов испаноязычной социальной рекламы и нацелены на эффективную реализацию важнейших задач данного типа дискурса – привлечения внимания массовой аудитории и, следовательно, поиска решения острых социальных проблем.

Е. Лобанов

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «ЧИСЛИТЕЛЬНОЕ» (на материале русского и испанского языков)

Фразеологизмы с компонентом «числительное», в том числе и на материале испанского языка, не раз становились объектом лингвистических исследований. В нашей же работе мы обратились к сопоставительному изучению данных фразеологизмов. При этом одна из задач заключается в выявлении фразеологизмов, специфических для латиноамериканских

вариантов испанского языка. Всего было отобрано и проанализировано 118 единиц. Результаты проведенного анализа позволили выделить три группы рассматриваемых фразеологизмов.

1. Фразеологизмы, полностью совпадающие и по форме, и по содержанию в русском и испанском языках (во всех его вариантах): исп. *un cero a la izquierda* / лат. ам. *cero al as* – рус. *ноль без палочки*; исп. *a dos pasos* – рус. *в двух шагах*.

2. Фразеологизмы, совпадающие по значению, но содержащие разные числительные: исп. *en un dos por tres* / лат. ам. *dos que tres* – рус. *одним махом*; исп. *comer más que siete/comer por siete* – рус. *есть за mpoux*; исп. *cuatro ojos ven más que dos* – рус. *одна голова хорошо, а две – лучше*. Отметим, что некоторые фразеологизмы могут быть отнесены и к первой, и ко второй группам. Речь идет о тех случаях, когда в одном из языков есть несколько синонимичных фразеологизмов, содержащих разные числительные, и только один из этих вариантов обнаруживает совпадение с фразеологизмом другого языка. Например, исп. *soto tres y dos son cinco / tres y tres son seis / dos y dos son cuatro* – рус. *как дважды два четыре*; исп. *cuatro (dos) palabras* – рус. *в двух словах*.

3. Фразеологизмы, совпадающие по значению, но не содержащие числительное в одном из языков: исп. *no ver tres en un burro* – рус. *иметь шоры на глазах*; исп. *hablar más que siete* – рус. *болтать без умолку*; исп. *sin cinco* / лат. ам. *sin ni uno* – рус. *без гроша в кармане*; исп. *no estar en sus cinco* – рус. *быть не в себе*.

Необходимо отметить, что классификация рассматриваемых фразеологизмов вызывает ряд трудностей, которые обусловлены многими факторами. Так, например, сложно однозначно отнести к той или иной группе фразеологизмы, в которых категория числа выражена имплицитно, например, исп. *no tener dos reales* – рус. *не иметь ни (одного) гроша*. С одной стороны, данную пару фразеологизмов можно было бы отнести к третьей группе, с другой, если учитывать, что числительное в русском варианте все же подразумевается и не совпадает с испанским вариантом, данные фразеологизмы должны быть отнесены ко второй группе. В связи с вышеизложенным интересно обратить внимание на фразеологизмы исп. *sin cinco* / лат. ам. *sin ni uno* – рус. *без гроша в кармане*, которые мы отнесли к третьей группе. Как можно заметить, русский вариант ближе к латиноамериканскому, чем общеиспанскому: лат. ам. *sin ni uno* – рус. *без (одного) гроша в кармане*.

А. Лойчиц

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «ЛЮБОВЬ»

(на материале испанского, русского и английского языков).

В результате сопоставительного изучения метафорических моделей концепта «любовь» в русском, испанском и английском языках было

установлено, что в трех лингвокультурах он осмысливается с помощью следующих понятий: предмет, живое существо, стихия, действие, болезнь, лекарство, часть военного конфликта, содержимое контейнера. Теоретической базой исследования является теория концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона. Материалом для анализа послужили по 300 неповторяющихся вхождений из национальных корпусов русского, испанского и английского языков.

Анализ фактического материала позволил установить относительную схожесть способов концептуализации в сопоставляемых языках. Однако были выявлены некоторые отличия, обусловленные как национальной спецификой языкового мышления представителей каждого этноса, так и структурно-системными особенностями лексического и грамматического уровней каждого языка.

Отсутствие некоторых метафор в одном из языков зачастую объясняется лексическими несоответствиями, среди которых наиболее явными выступают различия в объеме значения прилагательных. Например, метафора *светлая любовь* свойственна только русскому языку, в котором прилагательное *светлый* имеет переносное значение 'радостный, ничем не омраченный, приятный'. В английском и испанском языках лексемы, прямое значение которых соответствуют русскому прилагательному *светлый*, не совпадают с ним в переносных значениях. Вышеупомянутое явление также отражается в отсутствии метафоры *чистая любовь* в испанском и английском языках, в которых происходит конкретизация прямого и переносного значений в разных лексемах (*clean* и *pure* в английском).

Как показывает материал, в атрибутивной синтагме есть много совпадений в сопоставляемых языках. Например, *безответная (неразделенная) любовь* выражается идентичным способом в испанском языке: *amor no correspondido (incompartible)*, поскольку это заимствование с английского языка, в котором фиксируется целый ряд синонимичных способов выражения данного значения: *unrequited, unanswered, unreciprocated love, undivided love, one-way, one-side love*. Сочетание *любовь с первого взгляда (love of the first sight, amor a primera vista)* в испанском языке имеет специфичный способ выражения – *flechazo*.

Особенности категории глагола в сопоставляемых языках детерминируют определенные различия метафорических моделей в глагольной синтагме. Тенденция глагола в русском языке к конкретизации значения приводит к возникновению синонимических рядов, например: *утратить любовь, лишиться любви, потерять любовь (perder el amor, to lose love)*.

Несмотря на универсальность анализируемого концепта, способы его осмысления не идентичны в анализируемых языках, что объясняется спецификой связей между концептами в сознании носителей, а также структурными особенностями русского, испанского и английского языков.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

Жизнь современного общества невозможно представить без рекламы. Это явление охватывает или по меньшей мере оказывает влияние почти на все сферы жизни общества. И реклама для детей не исключение. Дети в современном мире очень интересны маркетологам: во-первых, они влияют на решение родителей о покупке товара. Во-вторых, реклама формирует их потребительские привычки, а значит, делает толерантными к определенной марке во взрослой жизни. В-третьих, у детей бывают карманные деньги, которые они не против потратить. У маленьких детей практически отсутствует чувство раздражения из-за однотипных рекламных клипов. Реклама детских товаров делится на две категории: адресованная родителям и ориентированная на самих детей. В данной работе мы сосредоточились на рекламе второго типа, а именно на изучении языковых средств воздействия на адресата. Всего нами было проанализировано 150 видеороликов испаноязычной рекламы детских товаров. В результате проведенного исследования были выделены следующие языковые средства воздействия в детской рекламе.

1. Фонетические и просодические средства предполагают прежде всего акцентуацию, выделение наиболее важных моментов. Основной акцент в рекламе детских товаров падает на 3 компонента: сам товар (*es la casa de Barbie, el oso Cubby, muñeca Baby Alive*), фирму (*de Barbie, de Hasbro, de Furreal*), возможности товара (*puede contar, puede hablar*). Кроме этого в рекламных роликах ярко прослеживается повышенная эмоциональность речи.

2. Грамматические средства. Обращает на себя внимание частое использование форм императива (*haz tu Ofrenda con Play-Doh, ve a este unicornio, divértate en la casa de campo de Barbie, constrúyelo para descubrirlo, nuevas Hungry pets ¡Colecciónalos todos!*). Это средство прямого побуждения к покупке тех или иных товаров. Среди синтаксических средств отметим частое использование вопросительных высказываний, которые являются одним из основных средств вовлечения адресата в диалог.

3. Лексические средства. Основным из них, на наш взгляд, является использование слов, имеющих положительную окраску или вызывающих эмоциональную реакцию (*con el cuidado natural de siempre*). Также весьма популярны разного рода устойчивые выражения, источником которых являются современные мультфильмы *todos a uno* (Patrulla canina), *tu puedes ser lo que quieras ser* (Barbie).

4. Стилистические средства. Наиболее частым стилистическим приемом в рекламе для детей является персонификация – перенесение на неживой предмет свойств и функций живого лица (*la nueva crest anticaries combate caries en dientes*).

Таким образом, воздействие в рекламе детских товаров осуществляется при помощи целого комплекса языковых средств разных уровней.

Л. Мединская

АЛЛЮЗИВНЫЕ ДЕНОТАТЫ КАК СРЕДСТВА ЯЗЫКОВОЙ КОМПРЕССИИ В ИСПАНСКОМ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Динамичность и насыщенность информационных потоков запускает механизм лингвистической компрессии языка СМИ, которую можно также толковать как общую тенденцию функционирования языка. Одним из ярких средств экономии являются аллюзивные денотаты, компрессирующая способность которых проявляется в редуцировании объема прецедентного текста в отобранную репрезентативную единицу, а также в способности объяснять конкретный феномен коммуникативной ситуации посредством апелляции к общекультурным фактам.

План содержания аллюзий кроется в социоконтекстуальном претексте (свод всех имеющихся лингвокультурных концептов) и, следовательно, воплощает в себе свойства интертекста. Автор избирает из обширного прецедентного дискурса лишь небольшой репрезентант, осуществляющий отсылку к объемному прецедентному концепту. Как справедливо отмечает М. Риффатер, в аллюзии каждый лексический элемент представляет собой верхушку айсберга, вся семантическая система которого сжата в одном слове.

В рамках дипломного проекта, основная цель которого заключается в сопоставительном анализе способов языковой компрессии в информационных и аналитических статьях, были выявлены следующие виды аллюзивных денотатов:

1) литературные аллюзии, отсылающие к литературному тексту, – *Últimas tardes con la T-10* (отсылка к художественному произведению Х. Марсе “Últimas tardes con Teresa”), “*Caminante, sí hay camino*” (стихотворение А. Мачадо “*Caminante, no hay camino*”), *Sánchez y las mil y una caras de su receta económica* (“*Las mil y una noches*”);

2) видоизмененные крылатые выражения, заключающиеся в намеке на общеизвестные устойчивые выражения, – *Hasta que un error los separe* (“*Hasta que la muerte los separe*”), *A falta de patines, buena es la guitarra* (“*A falta de pan buenas son tortas*”);

3) религиозная аллюзия, содержащая отсылку на святыя писания, – *Ego te premio* (“*Ego te absolvo*”);

4) кинематографическая аллюзия обращается к популярным произведениям киноискусства – *Con chancas y a lo loco* (“Con faldas y a lo loco”);

5) трансформация высказываний выдающихся людей – *El mundo real ha muerto, viva el mundo real* (“El rey ha muerto, viva el rey”).

Понимание смысла аллюзивных отсылок и их соотнесение с новой контекстуальной ситуацией обусловлено определенным культурно-лингвистическим опытом. Авторская интенция при использовании аллюзивных денотатов заключается в активизации смысловых ассоциаций реципиентов, а также в отражении личных коннотативных значений, возникающих при упоминании знакомой прецедентной ситуации.

Ю. Мышковец

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ИСПАНСКИЙ НА СИНТАКСИЧЕСКОМ УРОВНЕ

Наша работа посвящена анализу переводческих трансформаций на синтаксическом уровне при переводе текстов компьютерной тематики с английского языка на испанский. Исследование проведено на материале книги Б. Гейтса “The road ahead” и ее переводе на испанский язык (Н. Vallejo “Camino al futuro”).

Как свидетельствует проведенный анализ, при переводе компьютерной терминологии с английского на испанский язык переводчик нередко прибегает к приему перестановки, или изменению порядка слов в словосочетании: *digital form* – *forma digital*, *remote site* – *lugar remoto*, *binary numbers* – *números binarios*, *graphical interface* – *interfaz gráfica*, *electronic-mail programs* – *correo electrónico*.

Перестановки могут использоваться на уровне не только словосочетаний, но и предложений. Для демонстрации использования приема перестановки в структуре предложения рассмотрим следующий фрагмент текста оригинала: *This is a binary system. It's a code*. Переводчик выбрал следующий испаноязычный эквивалент: *Esto es un sistema binario, un código*. Как видим, при переводе два простых предложения английского текста были переведены одним простым предложением, осложненным однородными членами предложения.

Отметим, что синтаксические трансформации при переводе нередко осложняются приемом перестановки, в частности, заменой частей речи. Это обусловлено тем, что для английского языка словосочетания строятся по схеме: прилагательное + существительное. В испанском языке схема иная: существительное + предлог *de* + прилагательное: *communication technology* – *tecnología de la comunicación*, *information age* – *edad de la información*, *low-cost computer* – *computadora de bajo costo*, *global information market* – *mercado de la información global*.

Анализ перевода книги Б. Гейтса позволил выявить также случаи обращения переводчика к приему добавления. Для анализа рассмотрим фрагмент текста оригинала: *BASIC is, as its name suggests, a relatively easy-to-learn programming language we used to develop increasingly complex programs.* Обратимся к его испаноязычному эквиваленту: *BASIC (Begginer's All-purpose SymbolicInstruction Code) es, como sugiere su nombre, un lenguaje de programación relativamente fácil de aprender que utilizábamos para desarrollar programas cada vez más complejos.* В данном случае использован прием добавления для объяснения английской аббревиатуры BASIC, что обусловлено задачей уточнить термин, непонятный, по мнению переводчика, для испаноязычной аудитории.

Также при переводе рассматриваемой книги нередко используется прием, обратный добавлению, – опущение. Проанализируем фрагмент текста на английском языке: *This computer terminal didn't have a screen.* Переводчик предложил следующий испаноязычный эквивалент: *El terminal no tenía pantalla.* Как видим, при переводе было опущено существительное *компьютер*, так как терминал – это устройство для ввода и вывода информации на компьютере. В данном случае переводчик посчитал допустимым упростить синтаксическую конструкцию во избежание текстовой избыточности.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что для перевода английского компьютерного текста на испанский язык характерны синтаксические трансформации как на уровне словосочетания, так и на уровне более сложных синтаксических единств.

К. Олешкевич

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ГАСТРОНОМИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ В ИСПАНСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Данная работа посвящена сопоставительному изучению фразеологизмов с гастрономическим компонентом в белорусском (БЯ) и испанском (ИЯ) языках. В качестве одной из основных задач выступает выявление единиц, совпадающих как в плане выражения, так и в плане содержания. При этом для нас особый интерес представляют те белорусские фразеологизмы, которые в русском языке не употребляются и не являются калькой с русского языка. В результате проведенного исследования нам удалось выявить ряд синонимичных фразеологизмов в рассматриваемых языках. Так, в БЯ существует фразеологизм *даць гарбуза* ‘отказать в сватовстве’. В Украине и в некоторых районах Беларуси был обычай: когда девушка или ее родители неодобрительно относились к сватовству, молодому человеку или свату давали тыкву в знак несогласия. В ИЯ есть синонимичный фразеологизм *dar calabazas*. Совпадает и лицо, которому было адресовано данное выражение: в обоих языках им является жених. Также синонимичны белорус. *Атрымліваць (атрымаць) гарбуз(-а)* – исп. *llevar calabazas* ‘получить отказ в сватовстве; быть отвергнутым, не получив согласия на брак’. Совпадение как

по форме, так и по содержанию наблюдается и в следующей паре фразеологизмов: белорус. *прасіць грушы на вярбе* – исп. *pedir peras al olmo*. Оба фразеологизма означают ‘требовать, просить невозможного’. В обоих языках выделяется ряд близких по значению фразеологизмов с компонентом ‘хлеб’: белорус. *вароты пірагамі падпёрты* ‘всего вволю’ – исп. *comer pan a manteles* ‘есть вволю’; белорус. *адбіць хлеб* ‘лишить заработка, взявшись за ту же самую работу’ – исп. *quitarle a uno el pan* ‘лишить кого-л. средств к существованию, куса хлеба’; бел. *як абаранак з’есці / як хлеба з маслам з’есці* ‘легко’ – исп. *ser una cosa pan comido* ‘не стоить ни малейшего труда’. Отметим еще одну пару фразеологизмов: бел. *малоць не падсяваючы* – исп. *irse a los trigos; irse (marcharse) por los trigos (de Dios)* ‘наговорить глупостей; наговорить лишнего’. На первый взгляд данные единицы не содержат общий гастрономический компонент. Однако если обратиться к этимологии белорусского фразеологизма, сходство становится очевидным. Белорусский фразеологизм образовался «у выніку адначасовай рэалізацыі двух значэнняў аднаго са слоў-кампанентаў і яго каламбурнага дапаўнення другім словам» (І. Лепешаў). Слово *малоць* в прямом значении означает ‘перемалывать, превращать зерно в муку’, а в переносном – ‘пустословить’. Таким образом, компонент ‘зерно’ присутствует и в белорусском фразеологизме. Именно на примере этой пары фразеологизмов мы можем увидеть «культурный фундамент» языковых систем. Ведь фразеологизмы как никакие другие единицы отражают национальную специфику языка, его самобытность.

П. Смолич

ОСОБЕННОСТИ ТЕМПОРАЛЬНОЙ СЕМАНТИКИ И ВЫРАЖЕНИЕ ВРЕМЕНИ В ЯЗЫКЕ

Исследование темпоральной категории в данный момент перешло от изучения функциональной и структурно-семантической стороны времени к его культурологическому аспекту, который, в свою очередь, обладает определенной абстрактностью.

Большинство слов темпоральной лексики обозначают и воспринимаются носителями языка как постоянные явления, например *весна, осень, утро, вечер* и т.д. Довольно часто слова со значением времени приобретают характер терминов, а наиболее важной характеристикой термина служит точность и однозначность определения, отсутствие двусмысленности. Однако в словарях современного русского языка можно наблюдать полисемию многих временных лексем (в традиционном понимании этого термина), представляющую собой сложное единство различных аспектов темпорального значения.

Например, слово *час* может обозначать и отрезок времени длиной в 60 минут, и учебный час, равный 45 минутам, промежуток времени с ответом на вопрос *какой?, чего? (потехи час, поздний час, битый час), пребывание в карауле (стоять на часах)* и т.д.

Временная лексика – это все лексические единицы, в значении которых просматриваются временные особенности. Например, такие глаголы, как *almorzar* ‘обедать’, *permanecer* ‘продолжать’, *pronosticar* ‘предвещать’, *finalizar* ‘заканчивать’, *caducar* ‘устаревать’; существительные: *jornada* ‘день’, *vez* ‘раз’, *prisa* ‘спешка’, *celeridad* ‘быстрота’, *infancia* ‘детство’, *prehistoria* ‘доисторические времена’, *minuto* ‘минута’, *viernes* ‘пятница’; прилагательные: *inmediato* ‘немедленный’, *breve* ‘краткий’, *eterno* ‘вечный’, *simultáneo* ‘одновременный’; наречия: *antes* ‘до’, *después* ‘после’, *ahora* ‘сейчас’; предлоги: *durante* ‘во время’, *hasta* ‘до’; устойчивые выражения *de repente* ‘вдруг’, *a las apuradas*, *al toque*, *como taponazo* ‘мгновенно’, *en dos patadas* ‘быстро’ и т.д.

Темпоральностью может обладать и лексика не имеющая прямого отношения ко времени. Например, в словах *bebé* ‘младенец’, *anciano* ‘старик’ проявляется возрастная периодизация, в словосочетании *bodas de oro* ‘золотая свадьба’ содержится скрытое временное значение – 50 лет.

Для обозначения времени в испанском языке используются и другие слова и устойчивые выражения: *En un Jesús*, *En un abrir y cerrar los ojos*, *En un pis-pás*, *En menos que canta el gallo* – выражения, не переводящиеся дословно, обозначающие краткий промежуток времени, момент. *Ser del tiempo de Maricastaña*, *Ser del año de la pera* ‘быть очень старым, древним’.

Особенность выражения темпоральности с помощью лексики заключается в ее многообразии и полисемии. Это порой может доставить трудности при изучении нового иностранного языка, так как для того, чтобы понять все способы выражения времени конкретного языка, нужно углубиться не только в его грамматический строй, но и в культуру и менталитет народа этой страны.

А. Степанчикова

ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ И САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ

Стремительное развитие вычислительной техники и ее внедрение в различные сферы человеческой деятельности приводят к трансформациям в современной культуре. Мы все больше осознаем формирование новой среды.

Характерная особенность нашего времени – постоянное развитие средств массовой коммуникации. Какие же виды коммуникации преобладают сегодня?

Межличностная коммуникация – вид личностно-ориентированного общения, связанный с обменом сообщениями и их интерпретацией двумя и более индивидами. Примером может служить переписка в режиме online.

Межгрупповая коммуникация – вид взаимодействия людей, который определяет их принадлежность к разным социальным группам. Например, коммуникация в случае конкуренции двух фирм за рынок сбыта.

Публичная коммуникация – вид институционального общения с публикой, затрагивающий общественные интересы (блогеры).

Массовая коммуникация – процесс передачи сообщений на численно большие аудитории. Например, обращение ведущего на телевидении.

Королевская академия испанского языка постоянно борется за чистоту испанской речи, однако противостоять проникновению англицизмов практически невозможно. Говоря про виды самопрезентации в Сети, следует обратить внимание на такое явление, как спанглиш. Сегодня это третий язык Нью-Йорка после английского и испанского. Быстрое распространение информации и контактов на любом языке, огромное количество переводных текстов приводят нас к необходимости изучения этого явления. Считается, если читатель знает слова на языке оригинала, то перевод необязателен. Например, *carpeta* (от англ. *carpet*) ‘ковёр’ вместо *tapiz*; *congestión* (от англ. *congestion*) в значении ‘уличная пробка’ вместо *atascamiento circulatorio*; *deliberar* (от англ. *to deliver*) ‘доставить’ вместо *enviar*.

Существуют ассимилированные англицизмы, для которых характерна фонетическая и орфографическая адаптация путем транскрибирования: *bildin* (от англ. *building*) ‘здание’; *brecas* (от англ. *breaks*) ‘перерыв’; *queque* (от англ. *cake*) ‘торт’; *trábol* (от англ. *trouble*) ‘проблема’. Под влиянием испанских морфологических закономерностей создаются слова: *chatear* (от англ. *to chat*) ‘болтать’; *taipear* (от англ. *to type*) ‘печатать’. Говоря про спанглиш, нельзя заострять внимание только на образовании слов. Например, фраза *¿Cómo puedo ayudarlo?* – буквальный перевод выражения *how can I help you?* ‘чем я могу помочь?’ – непривычна для испанца, так как употребляется вместо общепринятой фразы *¿Qué desea?*. Взаимодействие языков, в данном случае испанского и английского, неизбежно. Меняется не только структура слова, его написание и произношение, но и структура предложения, следовательно, меняется структура речи. Это явление массово развивалось в конце XX века, однако проблема до сих пор актуальна и требует дополнительного исследования.

М. Филон

ВАРЬИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ В РАЗГОВОРНО-БЫТОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Устойчивые, или стереотипные, выражения представляют собой круг разнообразных языковых единиц, к которым относятся всевозможные этикетные формулы (речевые клише, связанные с приветствием, прощанием, благодарностью), фразеологизмы, пословицы и т.п. Они широко используются в разговорно-бытовой коммуникации как в неизменном, так и трансформированном виде. Как известно, существуют четыре базовые трансформации: *добавление*, *усечение*, *замена* и *перестановка*. Как показали результаты проведенного исследования, самым распространенным вариантом модификации является *з а м е н а* одного из компонентов: *Hasta pronto* →

Hasta las bravas, Me da miedo → *Me da yuyu, Más blanco que la nieve* → *Más blanco que Iniesta* (serie “Estoy vivo”). Возможны и многокомпонентные замены. Осуществляются они, как правило, в пословицах. В ряде случаев от исходной пословицы остается только структура. Так, например, выражение *Una cosa es pasear y otra husmear* (serie “Estoy vivo”), вероятно, восходит к пословице *Una cosa es predicar y otra dar trigo*. На основании противопоставления двух понятий может быть создано множество вариантов. Замены в пословицах часто приводят к созданию так называемых анти-пословиц, которые, в свою очередь, могут приобретать статус устойчивых: *Una cebolla al día mantiene a todo el mundo de distancia; Lo que no te mata te hace extraño*. Ещё одной часто встречающейся операцией является у с е ч е н и е, или о п у щ е н и е, одного из компонентов. Среди наиболее ярких примеров отметим *Buenos* (от *Buenos días*), а также выражение *Estar de acuerdo*, допускающее опущение как первого, так и второго элементов, приводящее к отдельному использованию *Estar* (в личной форме) и *De acuerdo*. В моделях, состоящих из трех и более компонентов, возможно усечение «внутренней» составляющей, например: *Estar a punto de llegar* → *Estar al llegar* (serie “Estoy vivo”). Усечение часто используется при модификации различных прецедентных высказываний: *Si Mahoma no va a la montaña...* (serie “Mercado central”).

Отметим, что если варьирование речевых клише чаще всего вызвано стремлением к экономии языковых средств, то трансформации прецедентных феноменов (ПФ) обусловлены рядом прагматических факторов. Трансформированные ПФ обладают бóльшими выразительными возможностями, так как трансформация делает стандартную формулу более экспрессивной, способствует созданию эффекта новизны. Вместе с тем трансформированные ПФ всегда легко узнаваемы, ожидаемый говорящим эффект, как правило, достигается. Например, *Pero, ¿tengo que pagar yo? – No, yo soy de “ascensores sin fronteras” (médicos sin fronteras)* (serie “Aquí no hay quien viva”). Таким образом, трансформации устойчивых выражений в бытовой межличностной коммуникации отличаются многообразием и затрагивают различные аспекты рассматриваемых единиц.

И. Хаританович

SPANGLISH В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Spanglish – это собирательное название для смешанных языков, которые объединяют в себе черты английского и испанского языков в самых разнообразных комбинациях в зависимости от местности и индивидуальных особенностей говорящих. В XX в. вследствие глобальной экспансии массовой культуры США, проводимой с помощью кино, радио и телевидения, шоу-спектаклей, газетно-журнальных изданий, а также через товары широкого потребления и их рекламу, английская лексика широко проникала в испанский язык, в результате чего возник Spanglish. Важно отметить, что

это не язык, а именно языковое явление, т.е. оно не имеет четких грамматических, фонетических, лексических и других правил. Оно продолжает меняться и формироваться, что дает постоянный материал для дальнейших исследований. На современном этапе Spanglish широко вошел во многие сферы, особое место он занимает в рекламе и СМИ и оказывает влияние на состояние испанского языка в США, Латинской Америке, Испании.

Каковы же причины использования Spanglish в рекламе? Очевидно, что данная реклама является более яркой и запоминающейся. Spanglish может быть использован для создания рифмы в рекламном тексте. Ярким примером служит один из лозунгов американской группы защиты окружающей среды *League of Conservation Voters: Buy a **paleta** – save **el planeta***, в котором рифмуются испанские слова в английском тексте. В следующем примере, наоборот, рифмуются английские слова в тексте на испанском языке: *Tan buena como encontrar un **parking** frente al **building***. При этом первое из данных слов зафиксировано в словаре испанского языка.

Spanglish служит и для выделения наиболее важных моментов (слов) рекламного текста: *To make it **fresca** you need clean water*. В данном случае слово *fresca* является наиболее важным, поэтому оно используется на испанском языке, чтобы на нем сделать акцент, привлечь внимание покупателей. Часто Spanglish можно наблюдать на рекламных билбордах известных компаний, например: *23 **sabores** blending into one extraordinary taste; Sweet tea only \$1, **muuy frío**; Refrescate. **Sweet Teas o Refrescos**. \$1 cualquier tamaño*. Слова *te*, *Sweet Teas o Refrescos* выделены желтым цветом, что, очевидно, сделано с целью обратить на них особое внимание потребителя.

Во всех вышеуказанных примерах происходит переключение с одного языка на другой. Но в Spanglish есть и возможность образования новых слов. Так, одна из компаний по производству алкогольных напитков использовала в рекламе слово *Beerveza* – сочетание английского *beer* и испанского *cerveza*.

Таким образом, Spanglish придает рекламе оригинальность и используется для привлечения внимания покупателей. На современном этапе развития Spanglish трудно предсказать его дальнейшую судьбу. Можно лишь констатировать необычайный рост числа его носителей и настойчивые попытки использовать его в рекламе.

И. Хмель

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НИКНЕЙМОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ САЙТОВ ЗНАКОМСТВ (на материале русского языка)

Выбор никнейма участниками виртуального общения обусловлен целой совокупностью факторов, к которым можно отнести социальные и возрастные характеристики пользователя Интернета, его культурный багаж,

языковые предпочтения, профессиональную деятельность. Кроме того, очевидно, что на выбор никнейма влияет и характер сайта, которым будет пользоваться обладатель данного сетевого имени. Сайты знакомств соотносятся, как правило, с выразительными, привлекающими внимание своей нетривиальностью, никнеймами. Удачно подобранные, они могут заинтересовать других участников коммуникации и вызвать расположение к их владельцам или, наоборот, шокировать, вызвать неодобрение и антипатию. Несмотря на то, что никнейм определяется чаще всего как вымышленное имя, зачастую в нем прослеживается связь с настоящим именем пользователя или каким-то фактом из его жизни. В зависимости от словообразовательных средств, с помощью которых образуются никнеймы, мы распределяем их между следующими группами: *антропоцентрические, смешанного типа и несобственные*.

Антропоцентрические никнеймы пользователей сайтов знакомств включают в себя, как следует из их названия, антропонимы (имя и /или фамилию их пользователя). Ср.: *Марк, Татьяна, Анна, Анастасия, Магомед Абакаров, Иванов* и др. При этом зачастую имеет место формальное преобразование данных антропонимов, с помощью которого никнейм приобретает определенную эмоциональную окраску, варьирующуюся от пренебрежительной до интимно-доброжелательной. Ср.: *Пятровна, Анечка, Васек* и др.

К смешанному типу относятся никнеймы, состоящие из двух лексических компонентов: антропоцентрического и нарицательного (оценочного, образного или характеризующего). В этой группе прозвищ можно, в свою очередь, выделить подгруппы в зависимости от того, каким образом смысловая нагрузка прозвища распределяется между его элементами. Например, никнеймы, состоявшие из личного имени + цифровые обозначения (возраст, год рождения, рост, или внешне случайный подбор цифр), или никнеймы, состоящие из личного имени + физические характеристики, личные качества пользователя и др. Ср.: *Евгений_23, Васек 12.12.95, Леночка_красотка* и др.

Несобственные никнеймы содержат нарицательные элементы, а также имена, образованные из имен собственных, не принадлежащих данному лицу. Ср.: *МедведевЗаснул; _Линкольн_), Пушкин* и др.

Очевидно, что разделение никнеймов на указанные выше группы весьма условно, так как многие сетевые имена соединяют в себе характеристики различных категорий.

Д. Шилова

СЕФАРДСКИЙ ЯЗЫК И АРЕАЛЫ ЕГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Сефардский язык (Ладино) относится к иберо-романской подгруппе романских языков. Это разновидность испанского языка, которая не является собственно еврейским языком, берет начало в 1492 г., когда правящая испанская чета католических королей издает указ об изгнании евреев

с Иберийского полуострова и лишения их владений на всех подвластных им землях, включавших, кроме Испании, острова Сицилия и Сардиния. Евреям предписывалось в трехмесячный срок принять христианство либо покинуть страну. По оценке историков, число изгнанников достигло 200 тыс. человек, огромное количество по демографическим понятиям того времени.

Большинство евреев приютила Османская империя, еврейские общины возникли на Балканах. Крупнейшие из них сформировались в Сараево и Салониках. Также большое количество испанских евреев расположилось в Португалии, но 4 декабря 1496 г. король Мануэль также издал приказ об изгнании из страны всех евреев, не принявших католичество. Их поселение в Испании стало возможным лишь в 1869 г., после закрепления принципа веротерпимости. В 1870-х гг. король Альфонсо XII разрешил группе марокканских евреев поселиться в Севилье.

Изгнание сефардов 1492 г. запечатлелось в сознании еврейского народа как одна из величайших национальных катастроф и положило конец развитию еврейской культуры на территории Испании. Это привело к перемещению центра еврейской духовной жизни в страны Центральной Европы, Малой Азии и Северной Африки.

В XX веке началось движение за возвращение сефардов в Испанию. ЮНЕСКО полагает, что язык ладино находится под угрозой исчезновения. По данным Центра Салти по изучению ладино в Бар-Иланском университете в Израиле, около 400 тысяч человек частично владеют ладино. Поселения сефардов находятся не только в странах Европы, но и на Ближнем Востоке, в Северной Африке и Латинской Америке. Хаотичность их расположения не позволяет произвести точные подсчеты количества носителей этого языка.

Ладино сохранил черты кастильского языка, но его не коснулись те изменения, которые происходили в испанском. Грамматика и лексика ладино соответствуют средневековому кастильскому языку. В нем также много заимствований из греческого, турецкого, арабского, французского и итальянского языков. Например, когда случается что-то хорошее, сефарды произносят арабское поздравление *машалла* вместо *мазаль тов*. Ср. сефардское *aninda* 'еще' – португальское *ainda* – и кастильское *aún*.

Королевская академия испанского языка в Мадриде официально признала ладино одним из языков Испании и объявила о создании в Израиле Академии языка ладино.

СОДЕРЖАНИЕ

ГРАММАТИКА

<i>Ахрамейко А.</i> Способы отражения денотативной области приобретения в английском и корейском языках	3
<i>Бельченко В.</i> Особенности функционирования конstituентов функционально-семантического поля следствия в устной и письменной речи (на материале немецкого языка)	4
<i>Бугук Е.</i> Языковые средства выражения функционально-семантического поля причины в немецкоязычных научных текстах	5
<i>Ганебная В.</i> Информационный потенциал постпозитивного определения.....	6
<i>Кестер М.</i> Семантические особенности союзов со значением причины в русском и немецком языках (на материале художественных текстов)	7
<i>Климова В.</i> Заимствование фразеологических единиц в системе английского и испанского языков	8
<i>Ковалёва Л.</i> Семантические типы бессоюзных сложносоставных предложений в немецком и русском языках	9
<i>Ковальская Ю.</i> Способы образования сленгизмов-наименований лиц в немецком молодежном языке	10
<i>Козлова Е.</i> Модальность нереальности в немецкоязычной художественной прозе на примере жанров фэнтези и исторического романа	11
<i>Ksenzhevskaya M.</i> Subjunctive I in American Series	12
<i>Мискевич А.</i> Формальные показатели предложений с немецким предикатом страха <i>Erschrecken</i>	13
<i>Носкевич Т.</i> Структура и функции заголовка в немецкоязычных политических статьях	14
<i>Павлова В.</i> Этимология современных климатических глаголов и их семантико-синтаксическая вариативность	16
<i>Пашкова А.</i> Специфика функционирования конstituентов функционально-семантического поля компаративности в немецкоязычных художественных и научных текстах	17
<i>Пекарская М.</i> Функционирование междометий в немецкоязычных художественных фильмах	18
<i>Полевая И.</i> Типология вопросительных предложений в жанре интервью (английский и итальянский языки).....	19
<i>Свирида И.</i> Функционально-семантический потенциал порядка слов в английском языке	20
<i>Семутина В.</i> Сигнификативная составляющая предложений с глаголами <i>to offer</i> и <i>to propose</i>	21
<i>Шестакович А.</i> Типология отрицательных предложений в английском и итальянском языках	22

ФОНЕТИКА

<i>Анищенко Н.</i> Акустические признаки реализации английских консонантных сочетаний в конечной позиции слова и на межсловном стыке.....	24
<i>Вербицкий С.</i> Ассимилятивные процессы в текстах песен на немецком языке	25
<i>Волкова А.</i> Структурно-функциональные характеристики тонов сложной конфигурации во французском и английском языках (сравнительный анализ)..	26
<i>Герасимчук М.</i> Акустические различия в реализации английских шумных согласных в словах с удвоением согласных при написании.....	27
<i>Давыд И.А.Б.</i> Особенности фонетической ассимиляции французской лексики в английском и русском языках	28
<i>Дашкевич Ю.</i> Влияние японского языка на английские заимствования в корейском языке.....	29
<i>Zayats A.</i> The Italian Accent in English	30
<i>Зуева Д.</i> Northern Dialects in the United Kingdom.....	31
<i>Ивченко А.</i> Lexical and Phonetic Features of Liverpool English.....	32
<i>Кипель Д.</i> Просодия риторической аргументации в английской официально-деловой речи.....	34
<i>Кожар М.</i> Жанрово-стилистический аспект фразовой акцентуации в английской информативно-аналитической телеречи.....	35
<i>Мустафина Л.</i> Роль служебных слов в перцептивной дифференциации нейтральности и экспрессивности английского высказывания.....	36
<i>Набатова М.</i> Локализация ядерного акцента в английской и русской фразе	37
<i>Орлова Е.</i> Lexical and Phonetic Features of Australian English.....	38
<i>Полещук М.</i> Эксплицитность внутрифразовых и межфразовых логико-семантических связей как критерий эффективности речевого акта разъяснения	39
<i>Почиковский А.</i> Акцентуация двухударных слов в просодическом контексте английской фразы	40
<i>Романович Т.</i> Просодические модели эллиптических высказываний в персидском языке.....	41
<i>Ходос А.</i> Просодические маркеры английских тематических научных сообщений.....	42
<i>Шитикова К.</i> Ритмическая вариативность текстов малого фольклора	43

ГІСТОРЫЯ І БЕЛАРУСАЗНАЋСТВА

<i>Бадунова Е.</i> Адам Мицкевич в исторической памяти белорусов и поляков	45
<i>Бондаренко Е.</i> Партизанское движение на территории Бельничского района....	46
<i>Борисевич К.</i> Миграция на территории Беларуси в условиях Первой мировой войны. Проблемы беженства.....	47
<i>Кастрыцкая К.</i> Становішча габрэяў у Брэсце летам 1941 г. у адлюстраванні нямецкіх крыніц.....	48
<i>Киян Д.</i> Проблема возрождения культурного наследия Беларуси после аварии на Чернобыльской АЭС	49

<i>Королёва А.</i> Образ «врага народа» в советском дискурсе 1930-х гг. и языковые средства его изображения	50
<i>Манкович П.</i> Социальное обеспечение инвалидов войны с 1944 по 1950 год	51
<i>Мартыначук А.</i> История моей семьи: памяти героя-освободителя	52
<i>Марченко Д.</i> История моей семьи: мой прадед – военный орденосец	53
<i>Морозова К.</i> Функционирование немецких заимствований в белорусском языке ..	54
<i>Одинокaя М.</i> Городские памятники в Гомеле середины XIX – начала XX века ..	55
<i>Полещук В.</i> Кастусь Калиновский – национальный герой Беларуси	56
<i>Станкевич М.</i> Великая Отечественная война – неизгладимый след в жизни моего прадеда	57
<i>Степанюк Н.</i> Диверсионная деятельность подпольщиков Орашанского района в 1943 г.	58
<i>Струц Е.</i> Брестское гетто: этапы ликвидации	59
<i>Фесько В.</i> Кличевщина в годы войны – край партизанской славы	61
<i>Янченкова Я.</i> Витебское гетто: особенности проведения Холокоста	62

ПРАБЛЕМЫ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ І ЛІТАРАТУРЫ

<i>Льянкова Д.</i> Матыў калектыўнай віны і асабістай адказнасці ў творах Б. Шлінка «Чыталнік» і А. Брава «Дараванне»	64
<i>Каранеўская М.</i> Субстантыўныя назвы прадпрыемстваў на -н(я)	65
<i>Нікіценка В.</i> Праблемы перакладу сучаснай рускамоўнай паэзіі на беларускую мову (на прыкладзе творчасці Стэфаніі Данілавай)	66
<i>Штэйн Д.</i> Фразеалагізмы з семантыкай шчасця, смутку, гневу, радасці (на аснове беларускіх, рускіх і англійскіх фразеалагічных слоўнікаў)	67

ФИЛОСОФИЯ И ЛОГИКА

<i>Адамович В., Бойко Ю.</i> Карательная операция «Winterzauber» – непрощаемое злодеяние фашистов в Беларуси	68
<i>Андруш А.</i> Величие и бессмертие подвига народов СССР в борьбе над фашизмом	69
<i>Басалай Д.</i> Гуманизм как идеал и реалия в развитии современного мирового сообщества	70
<i>Волкова А.</i> Проблемы аргументации в современной науке	71
<i>Градович Л.</i> Проявление ментальности в отношениях стран–членов СНГ	72
<i>Гурская А.</i> Взаимосвязь категорий «пространство» и «время» и ее отражение в философии и лингвистике	73
<i>Дайнеко В.</i> Концепция идеального общества в работах Т. Мора и Т. Кампанеллы	74
<i>Далецкая А.</i> Факторы оптимизации самооценки в контексте саморазвития личности: философско-методологический аспект	75
<i>Жигало В.</i> Методологические принципы герменевтики XIX века	76
<i>Жигарь Т.</i> Моральный абсолютизм и ложь во благо	77

<i>Зиновьева К.</i> Философия феминизма в контексте психолингвистики	78
<i>Зубрицкая Ю., Магаревич Е.</i> Философский анализ символа свастики: социальные влияния	79
<i>Калач М., Ефимович А.</i> Противодействие деструктивному влиянию инфосферы на социокультурные трансформации личности	80
<i>Киреева П., Криштанова А.</i> Феномен массовизации высшего образования как фактор его девальвации	81
<i>Ковалёва А.</i> Философия экзистенциализма в творчестве А. Камю	82
<i>Лазакович Д.</i> Политическая культура как стимулирующий фактор в развитии смысложизненных ориентаций человека эпохи постмодернизма	83
<i>Макриденко Т.</i> Духовность, гражданственность, профессионализм – ключевая триада формирования личности педагога.....	85
<i>Мельникович А.</i> Проблема сути знания через платоновский диалог «Теэтет».....	86
<i>Морозов В.</i> Семья как социокультурная ценность. Основные семейные ценности.....	87
<i>Пыко З.</i> Мировоззрение и идеология как регулятивы социального поведения личности	88
<i>Рабизо И.</i> Базовые нравственно-ценностные ориентиры личности.....	89
<i>Радивилю Е., Самсонова Д.</i> Холокост в местечке Свислочь в годы фашистской оккупации (1941–1944)	90
<i>Родич А., Демьянова К.</i> Профессиональная деятельность как сфера развития личности и реализации творческой активности	91
<i>Рунец А.</i> Гендерная теория: актуальное и потенциальное.....	92
<i>Силенкова А.</i> Моральный аспект вопроса возможности искусственного интеллекта решать человеческую судьбу.....	93
<i>Спарииш Е.</i> Гуманистические идеи экзистенциализма как концептуальное основание образования личности	94
<i>Чирка Е., Ситулова К.</i> Будущее IT-сферы Беларуси	95
<i>Шатыбелко Е.</i> Цели и инструменты подталкивания при массовой истерии	96
<i>Ширкевич Н.</i> Философия священности исторической памяти	97
<i>Шуколюкова О.</i> Феномен информационного общества: основные понятия и методологические подходы.....	98
<i>Ясінская К.</i> Асаблівасці беларускай версіі экзістэнцыялізму на прыкладзе творчасці Васіля Быкава.....	99

ПОЛИТОЛОГИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

<i>Бегунова П.</i> К вопросу о научной обоснованности понятия «оранжевая революция».....	101
<i>Горбачевская Я.</i> Основания признания фиктивного брака недействительным в Республике Беларусь	102
<i>Дайнеко В.</i> Пакт Молотова–Риббентропа в контексте политики памяти современных европейских государств	103
<i>Дингилевская М.</i> Предпосылки формирования культа личности И. Сталина	104
<i>Журавлева. А.</i> Последствия изменения климата: политический ракурс решения проблемы	104

<i>Зобнина Д.</i> Особенности реализации прямой демократии в Швейцарии	106
<i>Кандыба Е.</i> Юридические аспекты получения гражданства в Польше	107
<i>Капитанчик Д.</i> Интернет-ресурсы в контексте оптимизации механизмов политического управления	108
<i>Винничек С., Лантас Я.</i> Киберспорт как объект охраны интеллектуальной собственности	109
<i>Лебедченко П., Биза К.</i> Юридические аспекты выдачи нотариальной доверенности в Республике Беларусь.....	110
<i>Мельник О.</i> Перспективы развития электронного правительства в Республике Беларусь	111
<i>Михалевич А.</i> Молодежный политический экстремизм в контексте развития современного информационного общества: тенденции развития и возможности преодоления	113
<i>Мясина Е.</i> Белорусско-британские отношения в контексте осуществления брексита	114
<i>Никитенко О.</i> Особенности имплементации либеральной идеологии в современной политике	115
<i>Николаевич В.</i> Типичные ошибки при создании визуальной политической рекламы.....	116
<i>Сапежинская И.</i> Основы миграционного законодательства Японии.....	117
<i>Сидорович А., Козел Д.</i> Уголовно-правовая ответственность в Беларуси за отдельные виды преступлений против жизни и здоровья человека.....	118
<i>Слепцов. П.</i> Влияние наднациональных структур на исторические процессы и их роль в современном мире	119
<i>Солодинская Н.</i> Особенности тоталитарного режима в XXI веке.....	120
<i>Станкевич М.</i> Роль молодежных общественных организаций Республики Беларусь в формировании гражданского общества	121
<i>Третьяк А.</i> Правовое регулирование заключения договора франчайзинга в Республике Беларусь	122
<i>Челнокова К.</i> Правовое регулирование суррогатного материнства в Беларуси.....	123
<i>Щербо Б.</i> Процедура получения гражданства в Австрийской Республике	124

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

<i>Аванесов С.</i> Использование информационных технологий в организации сервисной деятельности в Республике Беларусь	126
<i>Акулович К.</i> Зарубежный опыт использования мотивационных систем для сокращения текучести кадров	127
<i>Байков М.</i> Инвестиционная активность КНР в странах Евросоюза.....	128
<i>Бенько В.</i> Развитие аутсорсинга в транспортно-логистическом секторе Республики Беларусь.....	129
<i>Ван Хуань.</i> Экспорт молочной продукции белорусских производителей на рынок КНР.....	130
<i>Ван Хуань.</i> Направления продвижения белорусской льняной продукции на рынок провинции Сычуань (КНР)	131

<i>Гапутина У.</i> Соотношение позиций США и Китая на мировом рынке	132
<i>Гладкая Ю.</i> Экологические проблемы развития экономики Китая и пути их решения	133
<i>Доготарь Е.</i> Реклама в системе маркетинга в высокотехнологичных компаниях США.....	134
<i>Дрозд Т.</i> Основные направления повышения конкурентоспособности белорусских предприятий парфюмерно-косметической промышленности в современных условиях	135
<i>Ду Сымэн.</i> Бренд-коммуникация в малом бизнесе в КНР	136
<i>Ерощенко И.</i> Анализ инструментов сети Instagram для развития бизнеса в сфере услуг	137
<i>Ефимец Т.</i> Франчайзинг как способ создания и ведения бизнеса в Испании	139
<i>Жабрун К.</i> Интернет-маркетинг: особенности и новые возможности	140
<i>Загорец Т.</i> Развитие индустрии компьютерных игр в Республике Беларусь	141
<i>Наджафи Захра.</i> Проблемы расширения импорта зерна Исламской Республикой Иран.....	142
<i>Каледа А.</i> Основные особенности рекламы в Интернете	143
<i>Карпантье П.</i> Развитие малого предпринимательства на региональном уровне в Бельгии	144
<i>Кулаковская К.</i> Организация рынка транспортных логистических услуг в Республике Беларусь	145
<i>Лазун К.</i> Стратегии американских IT-компаний в странах с формирующимся рынком.....	146
<i>Ли Цзывэнь.</i> Менеджмент проектов в китайских строительных корпорациях..	147
<i>Маслова М.</i> Роль интернет-рекламы при продвижении товаров и услуг малого бизнеса	148
<i>Мордань Д.</i> Маркетинг взаимоотношений в системе бизнес-коммуникации предприятий автомобильной промышленности.....	149
<i>Мэн Сянчжун.</i> Направления и механизмы регулирования занятости населения в Китайской Народной Республике	150
<i>Полякова А.</i> Проблемы осуществления внешнеторговой деятельности белорусских предприятий в зарубежных странах.....	151
<i>Тарарако Е.</i> Бизнес-планирование и его роль в преодолении кризиса предприятия торговли.....	152
<i>Тростянко Е.</i> Конкурентные стратегии белорусских компаний на рынке IT-аутсорсинга	153
<i>Турик Е.</i> Направления совершенствования системы талант-менеджмента в компаниях Республики Беларусь на основе адаптации зарубежного опыта...	154
<i>Хвесечко Ю.</i> Мировой рынок онлайн образовательных услуг и тенденции его развития.....	155
<i>Чжан Чи.</i> Организация бизнес-коммуникационных процессов на основе использования интернет-технологий в Китае	156
<i>Чэнь Сюцянь.</i> Анализ развития торгового предпринимательства в КНР	157
<i>Швец Д.</i> Пути совершенствования организации доставки сборных грузов от зарубежных поставщиков в Республику Беларусь	159

<i>Шестак С.</i> Экономические отношения Великобритании и стран ЕС в условиях брексита.....	160
<i>Шкирич М.</i> Социальные сети как инструмент маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией	161
<i>Ян Цзиньхань.</i> КНР на мировом рынке венчурных инвестиций	162
<i>Яшкова Т.</i> Предпринимательские сети в сфере туризма.....	163

Круглый стол «ИССЛЕДОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО КОМПОНЕНТА В ЯЗЫКЕ И РЕЧИ»

<i>Баранова А.</i> Топонимы как отражение национально-культурной специфики (на материале английского и французского языков)	165
<i>Велько В.</i> Особенности реализации лексической единицы <i>ainsi</i> ‘так, таким образом’ во французском языке.....	166
<i>Ворончукова В.</i> Полифункциональность союза <i>et</i> ‘и’ во французском языке	167
<i>Ганчук К.</i> Гендерный взгляд на описание внешности	168
<i>Кардзіс А.</i> Твар чалавека ў люстэрку французскай і беларускай фразеалогіі	169
<i>Китаев И.</i> Семантические и прагматические особенности политических слоганов президентских кампаний Пятой республики.....	170
<i>Ковалихина А.</i> Французские заимствования в развитии лексического состава современного английского языка	171
<i>Козлова Е.</i> Языковые средства выражения семантики неопределенности (на материале английского и французского языков)	172
<i>Коляда М.</i> Особенности рекламного дискурса в сети Instagram (на материале французского языка).....	174
<i>Кузьменко К.</i> Французские заимствования в английском и русском языках.....	175
<i>Левченко П.</i> Семантика противительных отношений союза <i>mais</i> ‘но’ во французском языке	176
<i>Леглик А.</i> Подходы к трактованию понятия артикуляционной базы.....	177
<i>Лосецкая А.</i> Способы выражения сослагательного наклонения во французском и венгерском языках (сопоставительный ракурс)	178
<i>Лускин В.</i> Языковые средства выражения вежливого обращения (на материале русского, французского, английского и корейского языков).....	180
<i>Мазуренко У.</i> Влияние Великой французской революции на политическую терминологию языка.....	181
<i>Мурашко А.</i> Прагматические особенности угрозы во французском языке.....	182
<i>Петрушко К.</i> Речевой акт запрета и особенности его выражения во французском языке	183
<i>Радецкая М.</i> О модальности в разносистемных языках	184
<i>Садовская П.</i> Семантические особенности повторяющегося сочинительного союза <i>ni... ni... / ни... ни...</i>	185
<i>Сантарович В.</i> Языковые средства смыслового выделения в текстах современного французского рекламного дискурса.....	186
<i>Сташинский П.</i> Экстралингвистические особенности спортивного репортажа	187

<i>Тимофеева В.</i> Языковые средства персуазивности во французском языке (на материале политического дискурса)	188
<i>Тимощенко Е.</i> Специфика языка и стиля художественных произведений для детей	189
<i>Ходос А.</i> Социальная реклама как отражение проблем французского общества (на материале интернет-ресурсов)	190
<i>Шилай В.</i> Фразеологизмы как один из способов выражения недовольства во французском языке	191
<i>Ширвель Е.</i> Просодическое оформление видеоурока на французском и русском языках	192
<i>Шпаков П.</i> Лексические средства волеизъявления во французском языке.....	193
<i>Шпакова А.</i> Лексико-семантическое поле существительных, выражающих согласие во французском языке	194
<i>Шыман К.</i> Асаблівасці перакладу няпэўнага артыкуля з французскай мовы на беларускую	195

Круглый стол «ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

<i>Богомазова А.</i> Национальное в языковом представлении социального феномена «солидарность» в английском и французском языках.....	197
<i>Борисова Е.</i> Особенности языковой интеграции иноязычных элементов (на материале гибридных номинаций)	198
<i>Букина К.</i> Структурные и семантические проблемы дигестирования	199
<i>Бунжа В.</i> Фразеологизмы с нумеративным компонентом <i>sept/seven</i> : сопоставительный аспект.....	200
<i>Бушневич Е.</i> Особенности вводной конструкции <i>sans doute</i> во французском публицистическом дискурсе	201
<i>Григорович Е.</i> Тема отсутствия в поэзии Пьера Реверди и его русских переводах	202
<i>Дедкова А.</i> Религиозно-культовые топонимы.....	203
<i>Зданович К.</i> Молчание как форма диалога в фильме «7 дней, 7 ночей».....	204
<i>Касперавичус Я.</i> Вторичная семантика цветообозначений во французском публицистическом тексте.....	205
<i>Минаева П.</i> Стилистические средства воздействия на адресата во франкоязычном туристическом дискурсе	206
<i>Мисюк М., Шабашева Л. А.</i> Роль материального кадра в романном жанре.....	207
<i>Можейко Т.</i> Специфика широкозначности существительного <i>chose/pэч</i> во французском и белорусском языках	208
<i>Назарова Д.</i> Вербальная реализация концепта «любовь»	209
<i>Никитина Д.</i> Основные типы метафор во французском газетном заголовке	210
<i>Папкович С.</i> Прагматические аспекты употребления терминологии IT в текстах различных типов (на материале современного французского языка)	211
<i>Суворова А.</i> Лексико-грамматические особенности англоязычных фильмонимов	212

Круглый стол «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИСПАНИСТИКЕ»

<i>Борисевич Е.</i> Курсивное начертание как элемент эмоционального выделения лексем в речи персонажей художественных текстов.....	214
<i>Веренич Д.</i> Культурная жизнь Испании в годы гражданской войны (1936–1939).....	215
<i>Вишневская Н.</i> Языковые средства конструирования образа Испании в латиноамериканских СМИ	216
<i>Горбель А.</i> Метакоммуникативные единицы в функции контроля над соблюдением принципа кооперации в разговорно-бытовом общении.....	217
<i>Крутько К.</i> Воздействие арабской культуры на испанскую.....	218
<i>Кураленя А.</i> Сопоставительный анализ функционирования глаголов речи в информационных жанрах публицистического дискурса (на материале испанского и русского языков)	219
<i>Лауш И.</i> Лингвостилистические особенности социальной рекламы на испанском языке	220
<i>Лобанов Е.</i> Национально-культурные особенности фразеологизмов с компонентом «числительное» (на материале русского и испанского языков).....	221
<i>Лойчиц А.</i> Языковые особенности метафорической репрезентации концепта «любовь» (на материале испанского, русского и английского языков).....	222
<i>Лушаико В.</i> Языковые средства воздействия в рекламе детских товаров.....	224
<i>Мединская Л.</i> Аллюзивные денотаты как средства языковой компрессии в испанском газетно-публицистическом дискурсе	225
<i>Мышковец Ю.</i> Особенности перевода компьютерной терминологии с английского языка на испанский на синтаксическом уровне	226
<i>Олешкевич К.</i> Фразеологизмы с гастрономическим компонентом в испанском и белорусском языках	227
<i>Смолич П.</i> Особенности темпоральной семантики и выражение времени в языке	228
<i>Степанчикова А.</i> Виды коммуникации и самопрезентации в современном испанском сетевом обществе	229
<i>Филон М.</i> Варьирование устойчивых выражений в разговорно-бытовой коммуникации	230
<i>Хаританович И.</i> Spanglish в современной рекламе.....	231
<i>Хмель И.</i> Словообразовательные характеристики никнеймов пользователей сайтов знакомств (на материале русского языка)	232
<i>Шилова Д.</i> Сефардский язык и ареалы его распространения	233

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

17–27 апреля 2020 года

В четырех частях

Часть третья

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Ст. корректор *С. О. Иванова*

Подписано в печать 15.10.2020. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография, цифровая печать. Усл. печ. л. 14,18. Уч.-изд. л. 14,82. Тираж 100 экз. Заказ 34.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г.

Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.