

**А. Рыженков**

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ САЙТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Целью данного исследования является выявление лингвистических средств, используемых на сайтах внешнеполитических ведомств. В качестве материала исследования выступают тексты 40 сайтов МИДов и внешнеполитических ведомств стран Европы, Ближнего Востока, Азии, Северной и Южной Америки.

В ходе исследования было выявлено, что в подавляющем большинстве сайтов МИДов и внешнеполитических ведомств используются 2 и более языка: самыми частотными языками, на которых представлен сайт МИДа или внешнеполитического ведомства определенной страны, является национальный язык государства и английский язык. Исключением является сайт МИДа

Германии, который не представлен на английском языке. Единственным сайтом, который представлен всего на одном языке – английском – является сайт Министерства иностранных дел Великобритании. Сайтом, который представлен на наибольшем количестве языков (10 языках) является сайт МИДа Турции. Сайт представлен на турецком, русском, английском, французском, арабском, немецком, испанском, португальском, китайском и персидском языках.

В ходе исследования также была проанализирована информация о культурных особенностях той или иной страны, размещенная на сайте внешнеполитического ведомства соответствующей страны. В ходе анализа было выявлено, что эта информация представлена в следующих категориях: «Образ жизни», «Персоналии», «Туризм», «Государственные праздники» и «Гимн». Важно отметить, что из сорока сайтов МИДов и внешнеполитических ведомств, задействованных в исследовании, информация о культурных особенностях отдельной страны содержится лишь на 15 из них, а именно: на сайтах МИДов Литвы, Беларуси, Китая, Узбекистана, Туркменистана, Кыргызстана, Таджикистана, Афганистана, Ирана, Словакии, Ирака, Вьетнама, Японии, на сайте Министерства Европы и иностранных дел Франции, сайте Министерства иностранных дел и торговли Венгрии. Среди вышеперечисленных сайтов наиболее частотной категорией стал «Туризм»: он представлен на 12 сайтах. Далее в порядке убывания следуют такие категории, как «Государственные праздники» (6), «Гимн» (5), «Персоналии» (3), «Образ жизни» (1).

В заключение можно сделать вывод о том, что практически все сайты внешнеполитических ведомств имеют версии на двух и более языках: на английском и соответствующем национальном языке государства. Лишь на небольшом количестве сайтов МИД содержится информация о культурных особенностях той или иной страны.