

2) заимствования (*préstamos léxicos*).

Большинство экономических терминов и понятий заимствовано из английского языка ввиду специфики международной экономики. Например: «*retail*» (розничная торговля), «*fracking*» (технология добычи сланцевого газа). Встречаются даже целые заимствованные словосочетания и предложения: «*New deal' contra el paro*» (Новый курс против безработицы).

Помимо этого, были обнаружены примеры калькирования.

Например, «*los mercados emergentes*» от «*emerging markets* (англ.)» — рынки развивающихся стран, «*la firma*» от «*firm* (англ.)» — фирма;

3) семантическая деривация (*neologismos de sentido*).

Семантическая деривация связана с лексикализацией нового значения. Например, «*tableta*» (планшет), «*saneamiento financiero*» (финансовое оздоровление). Также многие семантические неологизмы являются стертými метафорами. Например, «*blanqueo de capitales*» (отмывание денег), «*factura sombra*» (скрытые расходы).

В заключение можно сделать вывод о том, основное число новых слов поступает в испанский язык с помощью продуктивных способов словообразования: аффиксации и словосложения.

Литература

1. *Кибрик, А. А.* Обосновано ли понятие «дискурс СМИ» [Электронный ресурс]. — 2004. — Режим доступа: <http://discourse/beta/scholars/kibrik>. — Дата доступа: 13.02.2015.

2. *Ширяева, Т. А.* Когнитивное моделирование институционального делового дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Т. А. Ширяева ; Кубанск. гос. ун-т. — Краснодар, 2008. — 26 с.

А.В. Жукова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Л.Н. Грекова

ЗНАЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

В современных условиях острых социальных проблем и усиления влияния бизнеса на развитие общества внедрение корпоративной социальной ответственности в деловую практику компаний начинает играть первостепенную роль.

В бизнес-среде существуют различные трактовки понятия КСО. Например, Всемирный совет по устойчивому развитию считает, что «Корпоративная социальная ответственность — это приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе

со своими сотрудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни», а М. Ван Марревиик трактует КСО как «включение социальных и экологических вопросов в процесс бизнеса и его взаимодействие с заинтересованными сторонами» [1].

Проанализировав различные определения КСО, можно сделать вывод о том, что главными элементами социальной ответственности бизнеса является, прежде всего, его тесное взаимодействие с заинтересованными сторонами. Идеологами и практиками КСО они называются «стейкхолдеры» (от англ. *stakeholder*) и означают лицо или группу, причастную к какой-либо компании и заинтересованную в ее деятельности. Экономист Роберта Эдвард Фриман в конце XX в. сформулировал так называемую теорию стейкхолдеров, суть которой заключается в том, что любая организация в процессе своей деятельности должна учитывать не только личные интересы, но также интересы многочисленных заинтересованных сторон: сотрудников компании, клиентов, бизнес-партнеров, инвесторов, конкурентов, органов местной и государственной власти, некоммерческих организаций (НКО) и многих других.

Таким образом, формируя свою стратегию развития, компания должна уделять одинаковое внимание как внутренней, так и внешней среде, в которой она функционирует. Исходя из этого развивается внутренняя и внешняя социальная политика компании.

Внутренняя корпоративная социальная политика проявляется в заботе руководства компании о своих сотрудниках. Так, например, большое внимание внутренней корпоративной социальной политике уделяет Канадская модель КСО. В Канаде практически все организации сотрудничают с национальным институтом качества, внедряющим особый канадский стандарт КСО — модель совершенства качества и здорового рабочего места. По итогам исследований канадских организаций на предмет соблюдения принципов КСО вручаются Канадские премии за совершенство (КПС). Компании, ставшие обладателями премии КПС, превосходят остальные организации в стоимости акций и других результатах бизнеса [2, с. 51—52].

Внешняя корпоративная социальная политика основывается на готовности бизнеса взаимодействовать с государством и внешним сообществом, содействовать охране окружающей среды и заботиться о высоком качестве своих товаров и услуг. В понятие внешней КСО также включаются спонсорство и благотворительность. Внешняя корпоративная социальная политика наиболее развита в Американской модели КСО: еще в XIX в. в Америке были широко распространены традиции филантропии, благотворительности и иной помощи, которую бизнес мог оказать обществу. Сегодня в США благотворительность распространяется не только на сферу искусства и культуры, но также на науку, университетское образование и здравоохранение, чего нельзя сказать о европейских странах, где высокие налоги стали причиной переноса ответственности за финансирование этих направлений на государство [3].

Открытые модели КСО, развитые в США и Канаде, характеризуют большую инициативность местного бизнес-сообщества в развитии принципов КСО. В странах Континентальной Европы и Великобритании, напротив, значительную роль в развитии социальной ответственности играет государственное регулирование этой сферы.

Что касается белорусской модели КСО, то в настоящее время белорусский бизнес демонстрирует существенное отставание в развитии КСО — это связано с тем, что развитие КСО во всех постсоветских странах началось лишь с распадом СССР и переходом к рыночной экономике. Но, несмотря на это, множество международных стандартов социальной ответственности могут быть органично внедрены в систему стратегического управления белорусских компаний. Экспертный опрос представителей белорусского бизнеса позволил сделать вывод, что в Беларуси компании во многом ориентируются на успешные примеры реализации международных благотворительных программ, заимствуя идеи отдельных благотворительных акций и схемы внедрения благотворительных программ в бизнес-процессы [4].

Успешная практика в бизнес-сфере доказывает, что долгосрочный успех компании напрямую зависит от доверия к ней стейкхолдеров. КСО укрепляет конкурентоспособность и формирует выгодные условия для ведения бизнеса не только внутри страны, но и на международной арене. В современных условиях ведения бизнеса без развития социальной ответственности компании будет очень сложно заработать положительный имидж среди иностранных инвесторов и устойчиво развиваться в будущем [5].

Таким образом, исследования влияния КСО на развитие компании доказывают, что с течением времени у компании, внедрившей принципы социально ответственного поведения и устойчивого развития, увеличивается прибыль, возрастают темпы роста, сокращаются операционные расходы и увеличивается эффективность использования трудовых ресурсов за счет внедрения инновационных технологий и производственной системы. Улучшаются бренд и репутация компании, что помогает развивать и открывать новые рынки и направления бизнеса [6].

Литература

1. Кричевский, Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. — М. : Дашков и К°, 2007. — 216 с.
2. Беляева, И. Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : моногр. / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндаров. — М. : КНОРУС, 2008. — 504 с.
3. Особенности американской модели регулирования КСО [Электронный ресурс] // Интернет-портал «webeconomy». — 2008. — Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1116&type=news>. — Дата доступа: 18.03.2015.
4. Корпоративная социальная ответственность: от европейского эталона к белорусским реалиям: аналитические материалы [Электронный ресурс] /

Ю. Дрожжа [и др.]. — 2012. — Режим доступа: http://isefi.by/wp-content/uploads/2012/10/maket_KSO_11_09.pdf. — Дата доступа: 11.03.2015.

5. Синяева, И. М. Маркетинговый подход к социализации бизнеса / И. М. Синяева, Л. В. Кузнецова // Рос. предпринимательство. — М., 2012. — № 4. — С. 43—48.

6. Шаповаленко, В. Г. Корпоративная социальная ответственность как конкурентное преимущество бизнеса / В. Г. Шаповаленко // Этап: экономическая теория, анализ, практика. — М., 2012. — № 4. — С. 139—146.

А.В. Костюшкина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Н.А. Куркович

ТАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ КАК СРЕДСТВА МАНИПУЛЯЦИИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙНАХ

Информационная цивилизация, к которой пришло человечество, не просто меняет статус информации, превращая ее в главную ценность, но и резко усиливает ее негативные возможности. Именно поэтому сегодня важно научиться защищаться от такого сильного оружия, как информация, и узнать, как его использовать с пользой для себя.

Нам представляется, что новизна полученных результатов состоит в рассмотрении информационной войны в рамках именно коммуникативно-прагматического аспекта, в выявлении способов речевого воздействия.

Исследование было проведено с целью выявления значения прецедентных феноменов как средства манипуляции в СМИ.

Информационная война — всеобъемлющая коммуникативная стратегия, основанная на использовании искаженной или вымышленной информации, которая является одним из способов ведения конфликта [1, с. 26].

Прецедентный феномен «культурный предмет», хорошо известный определенному кругу людей, — обращение, к которому возвращаются в процессе коммуникации [2, с. 21].

Материалом для анализа послужили полученные сплошной выборкой статьи (126), размещенные 16—31 марта 2014 г. на ресурсе ipostmi.com, посвященные проблеме отделения Крыма. Было установлено, что в 71 из них содержалась отсылка к прецедентным феноменам. Все прецедентные феномены были разделены на две группы: тоталитарные и миллиарные. Каждая из этих групп делится в свою очередь на подгруппы.

Милитарная группа. В результате проведенного исследования были выделены две подгруппы прецедентных ситуаций милитарной группы:

- прецедентные ситуации, связанные с действиями России в прошлом: «Этот режим за две войны обескровил население Чечни...»;

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

347

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>