

2. *Верецагин, Е.М.* Язык и культура / Е.М. Верецагин, В.Г. Костомаров. — М. : Индрия, 2005. — 1004 с.
3. *Тер-Минасова, С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. — М. : Слово, 2000. — 346 с.
4. *Brandes, M.* Translational text analysis / M. Brandes. — Moscow, 2001. — 168 p.
5. *Catford, J.A.* A linguistic theory of translation / J.A. Catford. — London; Oxford : Oxford Univ. Press, 1978. — 103 p.
6. *Katan, D.* Translation as intercultural communication / D. Katan. — Munday (Ed.); London and New York : Routledge, 2013. — P. 74–92.
7. *Schweitzer, A.D.* Theory of translation: status, problems, aspects / A.D. Schweitzer. — Moscow, 1988. — 215 p.

<http://edoc.bseu.by/>

**О.Н. Губская**, канд. филол. наук, доцент  
o\_gubskaya@mail.ru  
БГЭУ (Минск)

## К ВОПРОСУ О КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ И СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Современная культура становится все более дигитализированной. Цифровая культура сегодня — это высокая интенсивность аудиовизуального информационного потока, рациональная организация массивов данных (BigDate), корпоративная и личная цифровая культура. Соответственно цифровая культурная политика является объектом, на который направлено внимание современных экономистов, социологов, филологов и других научных специалистов.

Это говорит о том, что задачи, которые стояли перед государством в области культуры ранее, сегодня теряют свою актуальность. На первый план выходят поиски ответов на вопросы: располагает ли Беларусь нужной инфраструктурой, чтобы консолидировать современный рынок товаров и услуг? как изменятся образование и СМИ с помощью цифровых средств производства и перераспределения?

Становится очевидным, что посредством цифровых платформ культура получает новые возможности для развития: разрушаются жанровые границы, возникает альтернативная виртуальная реальность, позволяющая погрузиться в мир прошлого и ощутить мир будущего. Видеоигры, анимация объектов культуры позволяют современному человеку получить новый культурный опыт с наименьшими для себя затратами.

Важно отметить, что на фоне ощутимых преимуществ использования цифровых технологий в СМИ появляются и новые риски, которые влекут за собой, с одной стороны, потерю влияния государственного сектора в указанной сфере, с другой — ослабление воздействия сформированной системы моральных и этических ценностей на новое поколение граждан страны. Поэтому одной из задач современной науки является изучение новых культурных паттернов, оказывающих большое влияние на формирование системы ценностей поколения миллениалов и следующих за ними (на материале интернет-СМИ, блогосферы Республики Беларусь, сетевых литературных премий, концептов, которые актуализируются через блогосферу и сетературу).

Сетература приходит на смену классической художественной литературе, что вызывает риски замены высокой художественности на непрофессиональную литературу (блогосферу), которая будет формировать не только новые культурные паттерны, но и влиять на изменения жанровых форм обработки текста. Оцифровка литературы также формирует множество вопросов: как будут существовать классические библиотеки? будет ли проводиться оцифровка фонда? какие риски это влечет за собой?

Затрагивая проблему культурной политики в сфере образования, важно найти ответ на вопросы: какой будет коммуникация, построенная на основе цифровых технологий? каковы ее плюсы и минусы?

Поэтому в условиях цифровой трансформации для взаимодействия людей необходима духовная модернизация, т.е. выработка новой системы соблюдения ценностей в условиях цифровой среды как с точки зрения создания эффективных цифровых систем и сообществ, так и с точки зрения взаимопонимания и взаимодействия членов общества, использующих цифровые системы в совместной деятельности.

Одними из последствий цифровой трансформации являются смена парадигмы в мировой и национальной медийной культуре и переход от ее классической воспитательно-просветительской функции к преимущественно развлекательной, основанной на цифровизации контента и коммуникаций. Именно поэтому изучение культурной адаптации общества к цифровой революции на финансовом, образовательном и медийном рынках должно стать актуальной темой современных исследований.

<http://edoc.bseu.by/>

**М.И. Зенько, аспирант**  
*marina.savko.2017@mail.ru*  
 ГрГУ им. Янки Купалы (Гродно)

## ТЕРМИН *BRAND* В ОБЩЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВАРЯХ

Развитие транснациональных экономических связей, выход национальных товаров на международные рынки требуют освоения международных понятий, находящихся отражение в терминологии брендинга. Природа термина, которому присущи однозначность и семантическая четкость, лишает его предпосылок для развития полисемии. Тем не менее, требование однозначности опровергается при изучении конкретных терминосистем, где полисемия является весьма распространенным явлением. Объективное содержание специальных понятий фиксируется в отраслевых словарях специальной лексики, но так как термин, выражая специальное понятие, является также лексической единицей литературного языка, то зачастую находит отражение и в общефилологических словарях. Чаще всего в толковые общефилологические словари включается социально значимая или популярная терминология, причем не исключаются случаи переосмысления первичной собственно терминологической семантики.

Центральная для предметной области брендинга номинация *brand* весьма популярна в различных разновидностях английского языка, а также как заимствованная лексема — в русском языке. Целью данной работы является рассмотрение толкований данной номинации в толковых словарях английского языка [1–5]. Толкования с указанием источников, в которых встречается конкретное толкование представлены в таблице.

Толкования номинации *brand* в англоязычных толковых словарях

Толкование	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
A type of product / group of products, service, etc. made or offered by a particular company / manufacturer under a particular name or design	+	+	+	+	+
A mark made with a piece of hot metal, especially on farm animals to show who owns them	+		+		+
A particular type or kind of something	+		+		
A way of thinking, behaving or doing something		+		+	
A burning piece of wood ( <i>literary</i> )			+		