

2. Порядок, структура, педантичное планирование и правила (планирование времени, рабочего времени в частной и служебной сферах. Сроки, встречи, пунктуальность. «Не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня.»).

3. Основательность, усердие и осознание своих обязанностей (разделение работы и частной сферы. «Сделал дело — гуляй смело!»).

4. Непосредственная коммуникация, хорошее отношение.

Как типично-русские, культурно-обусловленные культурные стандарты считаются:

1. Склонность к экстремальной поляризации (от жадности работы до вялости, от мягкости до твердости, от гордости до самосомнения).

2. Склонность к фатализму, к пассивности и терпимости, суеверию.

3. Осторожность, недоверие по отношению к государству, его органам власти и иностранцам.

4. Гостеприимство, задушевность, сочувствие.

5. Эмоциональность и сентиментальность.

6. Ориентация на семью и компанию.

В своих эмпирических исследованиях, которые в 1968—1972 гг. Г. Хофштеде проводил примерно с 117 000 сотрудниками концерна IBM в 53 странах, он пришел к результату, что есть по существу 4 комплексных фактора — «культурные измерения» (дистанция власти, индивидуализм — коллективизм, маскулинитет — феминитет, предотвращение неуверенности). Дистанция власти определяется Хофштеде как «мера, которую ожидают менее высокопоставленные сотрудники учреждений или организаций страны, которую власть распределила "неравно"».

Таким образом, по исследованиям Хофштеде относительно высокий индекс дистанции власти имеют азиатские, восточноевропейские, латиноамериканские и арабские страны. Скандинавские и 3 немецкоязычные страны, а также Великобритания, Израиль и США имеют азиатский, восточноевропейский, латиноамериканским и арабским странам относительно низкий ИДВ. Итак, Россия (ИДВ:93) — Китай (80) Франции (68) — Германия (35) — Израиль (13).

Важные показатели социальных условий — это индивидуализм и коллективизм.

Тенденция «Индивидуализм»: Германия	Тенденция «Коллективизм»: Россия, Беларусь
Чувство — я	Чувство — мы
Наказание: потеря самоуважения/вина	Наказание: потеря «лица»/стыд
Задача выше отношений	Отношения выше задачи
Одинаковые критерии для всех: универсальность	Критерии различаются в зависимости от группы: свои — чужие
Решение конфликта посредством открытой дискуссии	Стремление к гармонии в коллективе; избежание конфликтов

В рамках данной работы я попыталась рассмотреть несколько культурных стандартов и их воздействия на межкультурную практику. Естественно, у жизни есть множество иных ситуаций, на которые нужно стараться адекватно реагировать.

СЕНТИМЕНТ-АНАЛИЗ СТАТЕЙ О БРЕКЗИТЕ НА АНГЛИЙСКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Пильгун Е. В., Белорусский государственный университет

Основным методом для выявления присутствия авторской оценки в дискурсе кризисных ситуаций является метод автоматического сентимент-анализа. В качестве объекта изучения выбраны статьи о Брекзите, представляющие социальный кризис. Основная задача исследования — доказать, что авторская оценочность присутствует во всех статьях, даже на первый взгляд в самых нейтральных газетах, позиционирующих себя как независимые и выражающих якобы беспристрастный взгляд на кризисные события. В предложенном исследовании используется понятие «авторская оценочность», так как автор статьи является непосредственным лицом, закладывающим как собственную оценку, так и оценку, предложенную изданием, властью, политическими институтами, общественными объединениями и т. д.

Метод сентимент-анализа позволяет определить общую тональность текстов: их позитивность, негативность или нейтральность. Данный метод также используется для выявления основных оценок в тексте, затрагиваемых тем, категорий, имен людей и организаций и установления авторского отношения к ним, определения тональности, с которой преподносится информация.

Основным инструментом для сентимент-анализа послужила программа автоматического сентимент-анализа *Semantria* («Семантрия»), позволяющая вычлнить в текстах подструктуры и элементы, несущие авторскую эмоциональную нагрузку. «Семантрия» предназначена для выявления в текстах в первую очередь эмоционально окрашенной лексики и выражений, эмоциональной оценки, закладываемой автором, возможно, даже неосознанно, по отношению к объектам, событиям, процессам и т. д., речь о которых идет в тексте.

В ходе сентимент-исследования текстов о Брексите на английском, французском и русском языках был выявлены тематические категории, цитаты и оценочные фразы и их тональность.

Необходимо отметить, что общая тональность текстов о Брексите по результатам исследования распределяется следующим образом.

1. Великобритания. Для сравнения мы взяли 2 газеты: *The Independent* и *The Guardian*. Обе газеты позиционируют себя как независимую, престижную, качественную прессу, но отличаются по политической принадлежности: *The Independent* — либеральная, *The Guardian* — левоцентристская. Несмотря на это, сентимент-анализ показал, что контент обеих газет демонстрирует одинаково негативное отношение к Брекситу: *The Independent* = -0,66 и *The Guardian* = -0,78.

2. Франция. В ходе анализа текстов газеты *Le Monde* выявлено преобладание нейтрального отношения к социальному кризису, хотя газета либерально-левоцентристской политической принадлежности. Нейтральность — 0,03.

3. Соединенные Штаты Америки. При сообщении новостей о Брексите новостное агентство CNN тяготеет к позитивности. Положительная тональность +0,89

4. Россия. Новостное агентство ТАСС придерживается независимого мнения и сохраняет нейтралитет, что демонстрирует нейтральная тональность текстов, практически равная нулю — 0,03.

Наиболее интересными категориями, выявленными при автоматизированном анализе набора текстов о социальном кризисе на примере сообщений о Брексите, являются категории французского языка, репрезентирующие взгляд континентальной Европы. Французские тексты о Брексите охватывают многие сферы общественной жизни. Логично, что наиболее важные — политика, право, экономика — являются основными сферами, описывающими процесс Брексита. Однако статьи о Брексите в Европе на французском языке также захватывают и такие сферы, как брак, наука, интернет, труд и т. д.

Великобритания относит Брексит к сфере внутренней политики, бизнеса и финансов, что вполне логично, так как основными вопросами, стоящими на повестке дня для выхода из ЕС, являются экономические и финансовые возможности страны. В американской и российской прессе возникают вопросы о международных отношениях. И американская и российская стороны в равной степени передают заинтересованность этих стран в улучшении, «перезагрузке» международных отношений с Великобританией после Брексита.

В результате экспертизы, проведенной программным обеспечением *Semantria*, некоторые оценочные фразы и цитаты из британской прессы (*The Guardian*) соответствуют общему пониманию негативной, нейтральной или положительной тональности, но в зависимости от целей авторов, отношения к событию и общей направленности издания оценочность некоторых цитат меняется. Необходимо отметить, что *The Guardian* имеет левоцентристскую направленность. В связи с этим вполне положительные лозунги *Brexit means Brexit*, *Taking back control* компании «За Брексит» носят нейтральную окраску, а иногда и приобретают негативную окраску — *Brexit meaning Brexit* (-0,98). Фраза *moral pressure* приобретает положительную тональность (+0,51), так как само издание не поддерживает выход Великобритании из Евросоюза. Фраза *half-in, half-out deal* в газете *The Guardian* приобрела нейтральную оценку, хотя, следуя общей логике, она предполагает негативную тональность, что в целом объясняется политической направленностью самого издания. В остальных случаях выявленная программой тональность вполне соответствует логике.

Таким образом, анализ тональности статей о кризисных ситуациях показывает, что в зависимости от целей автора любая кризисная ситуация может быть использована в совершенно любой сфере для достижения прагматических целей. Цитаты, лозунги, оценочные фразы и выражения в зависимости от интенциональной направленности каждого издания в целом, а также от авторского отношения в частности меняют свою тональность. Данный факт доказывает, что авторское отношение и оценочность, закладываемые в текст о кризисе, являются одним из ключевых факторов воздействия и манипулирования общественным мнением.

INTERCULTURAL PROFESSIONAL COMMUNICATION TRAINING OF FUTURE MANAGERS

Prybylskaja, G. V., Belarusian National Technical University

In recent years, we have seen an increased interest in professional education in the field of management. More and more young people are choosing a managerial specialty as their future career. In the labor market there is also a demand for highly qualified specialists in the field of management. After all, the success of the whole enterprise depends on the quality of management decisions. This forces educational institutions to respond to this labor market request.

A special role of education in the modern world, its transformation into the most important sphere of human activity, makes the problem of training future specialists one of the priority. At present, the task of educational institutions is a preparation of a flexible, competent, competitive specialist.

The Faculty of Marketing, Management, Entrepreneurship trains specialists in specialty «Business Administration» with an assignment of qualification — manager-economist and specialty «Management of innovative projects of industrial enterprises» with an assignment of qualification — economist-manager.

During their studies, future specialists study a variety of socio-humanitarian, general scientific and general professional, special disciplines and disciplines of specialization in order to be competitive in the labor market. Among other disciplines, students of the FMMP study two foreign languages, which account for up to 20 % of their study time.

The current economic situation in the Republic of Belarus is characterized by the fact that managers of enterprises of various forms of ownership and size have an opportunity to cooperate with foreign partners, conclude deals with suppliers, expand sales markets for their products, participate in international exhibitions, presentations, and participate in conferences. That is why, today a successful manager can't be imagined without an ability to communicate in the language of his partners. Intensification of professional activities in contact with foreign partners requires from the manager to know a foreign language as a tool for intercultural professional communication. For a successful implementation of intercultural professional communication, it is necessary to combine communicative competence, professional knowledge, and intercultural competence.

Questioning of graduates of the Faculty of Marketing, Management, and Entrepreneurship showed that 50 % of respondents actively use a foreign language for contacts with foreign partners. 34 % of respondents do not face difficulties in intercultural professional communication. The situations of general business communication such as writing business letters, speaking on the phone, participating in negotiations with foreign partners, searching for information about potential customers on the Internet, etc. do not cause significant difficulties. The author connects this with a large number of hours provided by the working curriculum for a foreign language, as well as with effective methods of organizing classes in a foreign language that contributes to the achievement of communicative competence. It should be noted that the results of the survey also indicate that graduates (54 % of respondents) have a lack of highly specialized orientation in the study of a foreign language. In this regard, it seems reasonable to pay more attention to the study of a foreign language within the specialization.

Forming the skills of intercultural professional communication is impossible without the formation of intercultural competence, by which we mean the existence of a set of objective representations and knowledge about a particular culture, realized through skills, behaviors and models that promote effective intercultural understanding and interaction. Intercultural competence is impossible without the willingness to recognize intercultural differences as something positive that must be developed into the capacity for intercultural understanding and dialogue. This competence also includes readiness to study different cultures for the