

das quais apenas 12 foram confirmadas até hoje pela Fundação Nacional do Índio (FUNAI).

Uma vitória indiscutível da Constituição de 1988 é a escola indígena, um lugar de ensino onde os alunos e os professores são índios. Eles podem ensinar na língua própria, em português, ou nos dois idiomas. 5 mil índios frequentam as universidades e existem 20 mil professores indígenas que ensinam nas línguas que falam.

O que é de grande importância é que todo povo, toda sociedade humana é único e incomparável. Os povos indígenas brasileiros constituem ainda uma riqueza cultural invejável para muitos países e continentes do mundo. São poucos os países que possuem tanta diversidade sociocultural e étnica. Por tudo isso, o Brasil e o mundo precisam tratar os índios não como vítimas, mas como povos que ajudaram a escrever e a construir a história do Brasil e do mundo com seus modos de pensar, falar e viver. Se nós respeitamos os outros, eles respondem com respeito a você.

## **Феномен эмотикона: восточная и западная традиция**

*Кесарева О. В., студ. 1 к. БГУ,  
науч. рук. Овчинникова А. Н.,  
канд. филол. наук, доц.*

На сегодняшний день можно считать, что смайл для Интернет-общения — изобретение настолько же гениальное, насколько для человечества — колесо. Традиционно смайл, эмограмму, или эмотикон, принято определять как графический символ или совокупность символов, используемых для письменного выражения эмоции.

Появление первого западного эмотикона восходит к графической свертке популярного в 1970-х годах американского лозунга «Have a happy day» — «Счастливого дня».

Восточные эмотиконы возникли в сети ASCII NET в Японии в 1986 году. Японские эмограммы получили собственное наименование — каомојі (яп. као — лицо; мојі — иероглиф, буква). Нетрудно заметить, что различие в подходе к функциональному назначению восточных и западных смайлов проявляется сразу в их названии: «смайл» — это «улыбка» и впервые он был введен для того, чтобы обозначить письменную реакцию на шутку; «каомојі» — это «буквы (символы), изображающие лицо», которые изначально были призваны обозначать весь спектр эмоций. Наиболее существенным графическим отличием восточной версии эмотиконов стало то, что они изображались прямо по отношению к наблюдателю, например ( ' · ω' ). Это

и стало отправной точкой для расхождения мира графических эмоций на два полушария: западное и восточное. Отныне их объединяло только то, что и те, и другие возникли на базе компьютерных сетей-чатов.

Китайские и корейские эмодзи, взяв за основу японский шаблон, дополнили его использованием своих графических черт, однако отличия между ними незначительны, по крайней мере, за счет того, что в течение некоторого периода азиатские смайлы ассимилировались друг с другом.

Обратимся в частности к расхождениям Востока и Запада в выражении графических эмоций и их причинам.

С течением времени западные эмодзи начали переходить от синтаксической формы к графической, то есть определенному коду или комбинации знаков препинания начинало соответствовать небольшое изображение. Фактически, западные эмодзи вернулись к своей исходной форме, замыслом которой был именно чисто графический знак. На форумах появились специальные таблицы со смайлами, выражающими широчайший спектр не только эмоций, но и действий. В чатах, не предполагающих наличие смайлов-изображений, пользователи могут поставить смайл-скобку и быть уверенными в том, что они будут поняты собеседником. Таким образом, принцип развития эмодзи на западном пути следующий: новое — это хорошо забытое старое.

А на Дальнем Востоке в это время начинается процесс совершенно противоположный: азиатские пользователи облачают свои эмоции во все более сложные синтаксические формы. Параллельно развивалась культура «аниме» и «манга» — японской анимации и комиксов, в которых широко использовались графические (нарисованные) средства экспрессии. Многие из них становились основой для эмодзи, но главное отличие восточной традиции от западной состояло в том, что любая нарисованная манга-художником эмоция так или иначе обязательно находила свое отражение в символическом синтаксическом коде.

Например — (°Д°≡°Д°) — «бегать в панике». Иногда такие изображения дополнялись одним из многочисленных японских междометий (аналоги которым позже появлялись в Китае и Корее), но сочетание графического символа и вербального средства воспринималось именно как синтез, единое целое. Например: ヽヾヾ((φ(°д°) — «я с усердием запоминаю!» Слева записано междометие тетотето (разг. англ. тето — запоминать). Оно служит средством амплификации, усиления экспрессии. Одна из главных особенностей азиатской коммуникации — гипервнимание к собеседнику, что нашло свое отражение не только в традиции поведения, но и в традиции эмодзи. Можно сказать, что восточный путь — это не возвращение к исходным формам, а изобретение новых, но под мощным влиянием традиции.

Графической основой для западного эмодзи изначально служит реальное человеческое лицо. Следовательно, одной из задач при образовании

смайлов было сделать их хотя бы отдаленно похожими на человеческие лица. Основа восточного эмоджона — ирреальный, выдуманный образ лица, базирующийся на лицах персонажей манги (японских комиксов). Таким образом, у западной и восточной традиции различная исходная база, по сходству с которой создаются эмоджи.

Основное свойство для восточных каомодзи — «Это должно быть мило!» Истоки такого отношения — в особой эстетике и некоторой инфантильности, в особенности присущим японской нации (где, напомним, и зародились азиатские эмоджи, впоследствии ставшие основой для всей восточной традиции). Своеобразный девиз западной традиции — «Просто, доступно, для всех». Не каждый европеец поймет специфические восточные эмоджи. Западные же смайлы представляют собой абсолютно универсальный знаково-синтаксический код, и будут поняты везде без труда и каких-либо предрассудков.

Таким образом, независимо друг от друга сформировались 2 основные традиции эмоджонов (восточная и западная), различия между которыми обусловлены особым мировоззрением коммуникантов, принадлежащих к двум разным цивилизациям — восточной и западной. Мировосприятие каждой из них стало основой для формирования собственной уникальной традиции использования смайлов.

## **Business Gift-giving**

*Конюшенко В. А., студ. I к. БГЭУ,  
науч. рук. ст. преп. Кузьмина И. В.*

Have you ever had an experience of giving gifts to a boss, a customer or a teacher? Have you received gifts at work? Let's take a look at proper etiquette in the workplace in the gift-giving arena.

A 'business gift' is something of value given or received as the result of a business relationship and for which the recipient does not pay fair market value. A gift can be of any form, e. g. food, theater or sporting event tickets, discount or 'all-expense paid' trips. Business gift-giving is quite widespread nowadays. The most common reasons for it include to thank customers (70,0%), to build goodwill (65,9%), to develop business (49,6%), to recognize employee performance and longevity (49,6%), to generate referrals (31,3%), to influence purchasing decisions (21,6%), customers expect them (12,2%), other (7,5%).

Those who are involved in any type of business know that they can never avoid giving gifts once in a while. Although there are times when giving presents can be