



Новосибирский государственный
технический университет

НЭТИ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Sprache und Gesellschaft: interkulturelle Perspektiven

II Международная студенческая
научно-практическая видеоконференция

15-16 декабря 2020 года

Сборник материалов



НОВОСИБИРСК
2021



Novosibirsk State
Technical University

NETI

Ministerium für Wissenschafts- und Hochschulbildungswesen
der Russischen Föderation

Föderale Staatliche Haushaltsplangebundene Bildungseinrichtung
der Hochschulausbildung

STAATLICHE TECHNISCHE UNIVERSITÄT NOWOSIBIRSK

Sprache und Gesellschaft: interkulturelle Perspektiven

Die II. Internationale Studentische
Wissenschaftlich-Praktische Videokonferenz

15. – 16. Dezember 2020

Sammelband



NOWOSIBIRSK
2021

ББК 81.006.2я431

S79

Редакционная коллегия:

Ответственные редакторы:

Калиущенко В. Д., д-р филол. наук, профессор кафедры германской филологии Донецкого национального университета, г. Донецк
Морозова М. А., старший преподаватель кафедры иностранных языков гуманитарного факультета Новосибирского государственного технического университета, г. Новосибирск
Гоппе Н. В., преподаватель кафедры иностранных языков гуманитарного факультета Новосибирского государственного технического университета, г. Новосибирск

S79 Sprache und Gesellschaft: Interkulturelle Perspektiven: сборник материалов II международной студенческой научно-практической видеоконференции / коллектив авторов. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2021. – 143 с.

ISBN 978-5-7782-4601-0

Сборник содержит тезисы, которые отражают результаты исследований студентов актуальных проблем в области лингвистики, филологии, лингводидактики, деловой и профессиональной коммуникации, коммуникации в Интернете, вопросам международного права и межкультурной коммуникации и коммуникации в области бизнеса и маркетинга.

ББК 81.006.2я431

ISBN 978-5-7782-4601-0

© Коллектив авторов, 2021
© Новосибирский государственный
технический университет, 2021

ОРГКОМИТЕТ

II Международной студенческой научно-практической видеоконференции «Sprache und Gesellschaft: Interkulturelle Perspektiven»

Председатель:

Вострецов А.Г., д-р техн. наук, проф., НГТУ, г. Новосибирск

Заместители председателя:

Некрасов В. В. к.т.наук, НГТУ, г. Новосибирск

Мелехина Е. А., канд. пед. наук, НГТУ, г. Новосибирск

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ

Сопредседатели:

Мелехина Е. А., канд. пед. наук, НГТУ, г. Новосибирск

Члены организационного комитета видеоконференции:

Мелехина Е. А., канд. пед. наук, НГТУ, г. Новосибирск

Морозова М. А., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Золовкина Г. В., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Гоппе Н. В., преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Деркач А. В., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Золовкина Г. А., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Осолодченко М. Н., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Макарова Ю. А., ст. преподаватель, НГТУ, г. Новосибирск

Молодцова Т. Н., международная служба, НГТУ, г. Новосибирск

Калиущенко В. Д., д-р филол. наук, проф., Донецкий национальный университет, г. Донецк

Ягупова Л. Н., д-р филол. наук, проф., Донецкий национальный университет, г. Донецк

Власюк Н. И., канд. филол. наук, ГГУ имени Янки Купалы, г. Гродно

Ковальчук О. И., канд. филол. наук, ГГУ имени Янки Купалы, г. Гродно

Масленникова С. С., канд. филол. наук, ГГУ имени Янки Купалы, г. Гродно

Скоробогатая Т. И., канд. филол. наук, ГГУ, г. Гродно

Богдевич А. И., канд. филол. наук, ГГУ имени Янки Купалы, г. Гродно

Ижицкая А. Л., руководитель немецкого центра НГТУ, г. Новосибирск

Штейнгарт Л. М., канд. филол. наук, СФУ, г. Красноярск

Бурмакина Н. Г., канд. филол. наук, СФУ, г. Красноярск

Попова Я. В., канд. филол. наук, СФУ, г. Красноярск

Шавкун Н. С., канд. филол. наук, ПГУ, г. Пятигорск

Папка Н. В., канд. филол. наук, ПГУ, г. Пятигорск

INHALTSVERZEICHNIS

Sektion 1. Sprache der schöngestigen Literatur, der Geschäfts- und Fachkommunikation, Dialekte, Sondersprachen und Slang in der modernen Kommunikation, Kommunikation im Internet

BOBRIK Maria I.

Merkmale des Marketings und der Internetkommunikation zwischen dem Verbraucher von Flugdiensten und dem Luftträger 8

BUYAK Polina K.

Ähnlichkeiten der handlungskompositorischen Struktur in deutschen und belorussischen Märchen 14

EBERT Karolina V.

Bildung und Verwendung von Eigennamen in den Märchen von Gebrüdern Grimm 17

KOSULIN Roman R.

Linguostilistische Besonderheiten der Online-Kommunikation von deutsch- und russischsprachigen Unternehmen (am Beispiel von korporativen Webseiten) 21

REICHERT Elsa A.

Besonderheiten der Lokalisierung von mehrsprachigen Kommunikationswebseiten 27

SACHNOVA Ksenia A.

Anwendung des ABC-Klassifizierungsansatzes zur Optimierung der Lagerplatznutzung 30

UDARZEVA Olga A.

Social Media als effizientes Marketinginstrument 35

Sektion 2. Linguistik, Kontrastive Linguistik

AKHMEDOVA Gamsia S.

Einflüsse auf die deutsche Sprache: Stirbt die deutsche Sprache aus? 38

BOLYAK Darya A.

Abwertende Ethnonyme im Deutschen, Englischen und Russischen 42

DZHAUNOVA Rosa O.

Besonderheiten der Übersetzung von Fachlexik bei der Unternehmenskommunikation im Internet 45

JANUL Irina G.

Funktionieren von Verben in belarussischen und deutschen phraseologischen Einheiten mit Kommunikationssemantik	49
LAPUTSKO Liya A.	
Die Komparative Analyse der deutschen und belorussischen Phraseologismen mit der kulinarischen Komponente, die das Trinken bezeichnet	52
SAK Alina A.	
Linguistische Ausdrucksmittel der Bitte in der modernen deutschen Sprache	55
SOTNIK Darija V.	
Einschränkungen bei der Bildung von deverbale Substantiven mit dem Suffix <i>-ung</i>	59
ZHOWNER Anna R.	
Die Strukturtypen der Kontamination im modernen Deutschen	62

Sektion 3. Fremdsprachendidaktik: Neue Tendenzen und Entwicklungsperspektiven

FEDOSENKO Ekaterina V.	
Die Verwendung von deutschen Phraseologismen mit der biblischen Komponente „heilig“ im Deutschunterricht (Im Vergleich zu ihren belorussischen Äquivalenten)	65
ISSENEVA Alissa A.	
Berufsorientierter Deutschunterricht am Beispiel des universitären E-Kurses „Deutsch in Restaurant und Tourismus“	68
KIRUSHINA Aida K.	
Bildung von lexikalischer Kompetenz im Fremdsprachenunterricht in der mittleren Schulstufe	73
MASCHKOVA Alina A.	
Ausbau der Kommunikationskompetenz von Linguistik-Studenten durch kommunikationsorientierte Problemaufgaben.....	77
WACHRAMEJEVA Ksenia A.	
Erwerb von Phraseologismen im DaF-Unterricht: interaktive Übungen und Aufgaben	81
ZHUK Marharyta A.	
Die Verwendung nicht traditioneller Formen und Techniken in der Grundschule für die Erhöhung der Motivation zum Erlernen einer Fremdsprache	85

Sektion 4. Interkulturelle Kommunikation

DEMENEV Andrei A.

Grundlegende Ansätze zur Berücksichtigung des kommunikativen Abstands im Prozess der Sprachinteraktion..... 88

DERIKO Ivan S.

Mittel von dem psychologischen Einfluss in den Medientexten des politischen Diskurses 90

MARIENKO Roman S.

Interkulturelle Kommunikation wie ein Faktor des soziokulturellen Wandels in Deutschland 95

OPALINSKAYA Polina S.

Tendenzen der Internationalisierung von deutschen Hochschulen:
Englischsprachige Studiengänge ohne Deutschkenntnisse? 100

Sektion 5. Entwicklungstendenzen des internationalen Rechtes und der internationalen Beziehungen

CHEREMNYKH Darya A. Die nicht anerkannten Staaten als das Phänomen in der modernen Welt 103

EMELJANOV Danila A. Die Auswirkungen des Multikulturalismus in Europa 105

YAKUNINA Irina W. Das Problem der Bankfinanzierung von kleinen und mittleren innovativen Unternehmen in Großbritannien 110

YAKUNINA Irina W. Realisierungsmechanismen der „Weichen Macht“ in der Wissenschaft und Innovationstätigkeit in Großbritannien 114

KALTSCHENKO Eugenia S. Entwicklungstrends bei der Entstehung der neuen Weltordnung in der Moderne 118

KARPOVA Valeria V. Imperative der Interaktion nordeuropäischer Länder und der EU bei der Umsetzung der arktischen Agenda 122

KARPOVA Valeria V. Umweltfaktoren der arktischen Agenda der Europäischen Union 124

KASARENKO Darya S. Virale Aggression maßgebender Meinungen auf dem großen Schachbrett 128

KASYANOVA Anna W. Todesstrafe durch das Prisma des internationalen Rechtes 132

VASILYEVA Sofia S. Alternative Modelle in der Politik des Multikulturalismus .. 135

ZLOBIN Kirill A. Manifestation des Nationalismus in der kroatischen Bühne 139

SEKTION 1.

Sprache der schöngeistigen Literatur, der Geschäfts- und Fachkommunikation, Dialekte, Sondersprachen und Slang in der modernen Kommunikation, Kommunikation im Internet

UDK 33

MERKMALE DES MARKETINGS UND DER INTERNETKOMMUNIKATION ZWISCHEN DEM VERBRAUCHER VON FLUGDIENSTEN UND DEM LUFTTRÄGER

Maria I. BOBRIK

mariaigorevnabobrik@mail.ru

Staatliche Technische Universität Novosibirsk, Novosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Wirtschaftswissenschaften,
Doz. E. O. Uschakowa

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *Der vorliegende Artikel geht auf ein dringendes Problem der Interaktion von Luftfahrtunternehmen mit Kunden über das Internet ein, die durch die Verbesserung der Marketingstrategie realisiert wird. Es werden die Merkmale der Vermarktung von Fluggesellschaften im wettbewerbsintensiven Dienstleistungsmarkt analysiert. Auch wird ein personalisierter Ansatz zur Dienstleistungsentwicklung und Empfehlungen zur Einführung des Werte-Marketings in die Geschäftsstrategie von Fluggesellschaften beschrieben.*

Schlüsselwörter: *Fluggesellschaften, Internetkommunikation, Marketing, moderner Verbraucher, Kunde*

Heutzutage verändern sich schnell Interessen und Bedürfnisse der Verbraucher, die mit dem Konsum verbunden sind. Je mehr Menschen kaufen und je mehr ihnen angeboten wird, um zu einem bestimmten Kauf anzuregen, desto höher, häufiger und vielfältiger wird die Nachfrage. Das Waren- und Dienstleistungsangebot auf den globalen touristischen Markt, die allen Anforderungen, Wünschen und Vorlieben des modernen Verbrauchers gerecht werden soll, müssen die Unternehmen es sich zur Aufgabe machen, dem Kunden den größtmöglichen Mehrwert anzubieten.

Außerdem hat ein moderner Verbraucher im Kontext der Digitalisierung einen freien Zugang zu den meisten Informationsquellen im Internet. Alle

Informationen über Tourismus, Tickets, Essen und Unterkunft weltweit kann jeder Verbraucher mithilfe von Suchmaschinen selbst herausfinden, ohne ein Reisebüro oder ein Ticketbüro zu besuchen. Der Verbraucher analysiert, vergleicht und wählt das passende Produkt oder die passende Dienstleistung aus. Die Luftfahrtindustrie ist eine der wettbewerbsintensiven Verbraucherdienstleistungsbranchen, weil Fluggesellschaften ähnliche Produkte anbieten und um dieselbe Zielgruppe konkurrieren. Somit hat jede Organisation, insbesondere Luftfahrtunternehmen, keine andere Auswahl, als bei der Kommunikation dem Kunden einen personalisierten Ansatz anzubieten. Daher ist heute jedes Unternehmen bestrebt, die Loyalität der Verbraucher unter harten Wettbewerbsbedingungen zu gewinnen, und ein solches Angebot auf den Markt zu bringen, das sogar vom anspruchsvollsten Verbraucher schwierig abgelehnt werden kann.

Das Ziel dieser Forschung ist es, die Merkmale der Interaktion zwischen Fluggesellschaften und Verbrauchern im Internet zu identifizieren. Entsprechend dem Ziel wurden folgende Aufgaben gestellt:

- 1) die Untersuchung der Merkmale eines personalisierten Ansatzes in der Kommunikation zwischen der Fluggesellschaft und ihrem Kunden,
- 2) die Ermittlung der Haupttrends bei den sich ändernden Bedürfnissen der Generationen Z und Millennials sowie
- 3) die Analyse der Marketingkommunikation mit dem Verbraucher in den Fluggesellschaften Emirates Group und Lufthansa Group.

Zum Objekt der Forschung gehört das Kommunikationssystem der Fluggesellschaften und ihrer Kunden im Internet. Als der Gegenstand der Forschung gelten Merkmale der Kommunikation mit dem Verbraucher im Kontext der Digitalisierung des Marktes.

Eine der Haupteinkommensquellen und eine wichtige Bevölkerungsgruppe für den globalen Dienstleistungsmarkt sind die Kunden der Generation Y und Z, weil der Anteil ihres Beitrags nach Angaben von Vermarktern etwa 30% beträgt. Diese Verbraucher erwarten, dass der Dienstleistungsmarkt die Trends der neuen Technologien, der Kultur und der Mode vollständig widerspiegelt, da diese Verbraucher in der Blütezeit der Dienstleistungsindustrie und mitten in der Media Welt gewachsen sind. Das sind Generationen, die jederzeit und überall mit einem einzigen Klick im Internet einen leichten und schnellen Zugang zu Waren und Dienstleistungen haben. Deshalb erwarten sie von modernen Unternehmen, die sich als Top-Marken positionieren, maximalen Nutzen, Komfort und Bequemlichkeit. Die Generation Y und Z stellen neue Anforderungen nicht nur an Produkte und Dienstleistungen, sondern auch an

Loyalitätsprogramme, während sie gleichzeitig neue Standards für ein auf Emotionen und Gamifizierung basierendes Verbraucherverhalten schaffen.

Die wichtigsten Trends, die die Vermarkter auszeichnen, sind wie folgt: Fokus auf Innovation, Bequemlichkeit – immer und überall, Sicherheit, Eskapismus, d.h. Vorliebe für virtuelle Realität, Live-Kommunikation. Es gibt jedoch einige wesentliche Unterschiede zwischen dem Verhalten der Verbraucher Y und Z. Die 57% der Befragten, die zur Generation Z gehören, gaben an, dass die Qualität des Service ihre Loyalität zur Marke bestimmt, während 34% der Befragten der Generation Y diesen Faktor für signifikant halten. Millennials gelten auch als wenig empfindliche für negative Erfahrungen Generation. 58% der Befragten der Vertreter dieser Generation sagten, dass sie trotz allem bei der Marke bleiben werden. Für die Vertreter der Generation Z ist es notwendig, das negativ profitable und emotional gefärbte Angebot zu schließen. Auch 41% der Generation Z betrachten jeden ihren Einkauf als eine entspannende Erfahrung, in Vergleich zu 45% der Generation Y. Und 24% der Generation Z geben an, dass sie Impulskäufe machen, im Vergleich zu 33% der Befragten der Generation Y. Da die meisten Y- und Z-Konsumenten an ihre Mobiltelefone gebunden sind, müssen Dienstleistungsanbieter, einschließlich Fluggesellschaften, die einfachste Schnittstelle auf ihren Websites, Landing Pages und in sozialen Netzwerken einsetzen. Auf diese Weise wird eine vereinfachte Online-Kommunikation mit den Kunden aufgebaut, die es den Kunden ermöglicht, so viele Antworten wie möglich in Bezug auf das Flugangebot mit einer bestimmten Fluggesellschaft zu bekommen [2, S. 6].

Um den Kommunikationsprozess zu thematisieren, ist die Bedeutung der Kundenorientierung in der Fluggesellschaft zu beachten. Dazu muss die Zielgruppe des Unternehmens untersucht und das vollständigste Porträt der Verbraucher ermittelt werden. Und da eine typische große Fluggesellschaft über eine relativ große Anzahl unterschiedlicher Datenbanken verfügt, und kann die Informationen über Kunden bekommen, ist es wichtig, alle Informationen zu kombinieren, um Kunden-Portraits zu schaffen. Mobiles Marketing ist ein leistungsstarkes Instrument, um Kunden in der heutigen digitalen Welt zu gewinnen und zu recherchieren. Fluggesellschaften nutzen mobile Lösungen, um die Kommunikation zu personalisieren und mobile Communities zu erstellen, zwecks Kundenbedürfnisse online mit 24-Stunden-Support zu befriedigen. Luftfahrtunternehmen verbinden sich in der Regel über soziale Medien mit ihren Kunden. Die Unternehmen informieren sowohl bestehende als auch potenzielle Kunden über Unternehmensnachrichten, Werbeaktionen und Boni. Große

Fluggesellschaften pflegen Kundenkontakte mit E-Mail Marketing und senden Sonderangebote an Kunden basierend auf ihren Vorlieben und ihrer Reisegeschichte über Viber, Telegramm, WhatsApp, iMessage, BiP, WeChat, SMS sowie per E-Mail und Firmenpost. Und da die Flugreisen das Buchen von Tickets beinhalten, werden auf den Websites der Luftfahrtunternehmen die Online-Buchungsfunktionen hinzugefügt. Auf diese Weise können Kunden direkt einen Termin vereinbaren, ohne das Büro anzurufen, was für den heutigen Verbraucher besonders wichtig ist. Design, Chatbots und Inhaltsstrategien sollten ebenfalls berücksichtigt werden, um sicherzustellen, dass jeder Beitrag verbraucherfreundlich, nützlich und reaktionsschnell ist [3]. Für Fluggesellschaften ist es aus wichtig, mit den Kunden in Kontakt zu sein, die Kundenbindung zu erhöhen und positives Feedback über ihr Unternehmen zu fördern. Die Fluggesellschaften bemühen sich, das Vertrauen ihrer Kunden zu gewinnen, und versuchen, die besten Flugserlebnisse für ihre Verbraucher zu schaffen. Es werden regelmäßig die Inhalte in sozialen Netzwerken und auf der Unternehmenswebsite aktualisiert. So erhöht die Fluggesellschaft ihren Markenstatus und ihre Bekanntheit und erzielt einen stabilen Gewinn.

Daher untersuchen die Marketingmitarbeiter der Fluggesellschaft die persönlichen Bedürfnisse der Kunden im Internet und analysieren auch die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden auf Reisen. Aus diesem Grund entwickeln Fluggesellschaften wie Emirates Group und Lufthansa Group aktiv weltweit SMM, um eine maximal Bedürfnisse ihrer Kunden zu befriedigen. Die Emirates Group verfügt über eine Marketingabteilung in sozialen Medien. Die Aufgabe dieser Abteilung besteht darin, rund um die Uhr zugänglich für ihre Kunden zu sein. Die Fachleute, die für die Unternehmenskommunikation mit Kunden zuständig sind, kennen sich in den Geschäftsstrategien des Unternehmens gut aus und können leistungsstarke, verkaufsfähige und umsetzbare Inhalte schaffen, um die Marke der Fluggesellschaft profitabel zu positionieren und sich auf dem Markt durchzusetzen. Auch heute ist das Konzept wie „Memejacking“ bei Fluggesellschaften beliebt. Es gilt als ein effektiver Weg, Diskussionen im globalen Netz anzuregen und zu fördern und die Informationen über das Internet von Person zu Person zu verbreiten. Darüber hinaus verwendet die Emirates Group Standard-Marketingmethoden, um Kundenkommunikation aufzubauen, z.B. Webseiten und hochgradig indexierbare YouTube-Videos benutzen, die die Kultur, Umgebung und Interessen der Zielgruppe identifizieren helfen. Die Fluggesellschaft Lufthansa ist ein Global Player in der Luftfahrtindustrie und die Qualität des Service ist für sie von größter Bedeutung. Lufthansa bietet ihren

Kunden günstige Reise-Promotion-Kodes, Treueprogramme an und verfügt über ein Team, das alle Social-Networking-Anfragen löst und beantwortet, indem es mit den Kunden über Twitter und eine mobile Anwendung interagiert. Die Inhalte tragen dazu bei, ein System für komfortable Kommunikation im Internet zu entwickeln, dank dem sich Verbraucher über Flugdiensten echte Bewertungen, einen Überblick über Vorteile der Fluggesellschaft sowie die Markenidentität informieren lassen [1, S. 4].

In Bezug auf einen personalisierten Ansatz sollte die folgende Unterscheidung des Kunden nach Werten, Verhalten und Bedürfnissen hervorgehoben werden. Die Fluggesellschaften müssen die Vielfalt und Variabilität ihrer Kunden berücksichtigen, z.B. schätzen Dienstreisende einen optimierten und digitalen Ansatz mit minimalen Störungen, junge Touristen schätzen Souvenirs und echte Aufmerksamkeit für ihre Person, aber jeder erwartet einen komfortablen Flug. Auch die Serviceerwartungen sowohl am Flughafen als auch an Bord können von Land zu Land und von Kultur zu Kultur erheblich variieren. Die Kunden in Asien und im Nahen Osten erwarten häufig einen persönlichen Service mit hoher Wiedergabetreue, während die Kunden in Nordamerika und Europa ein Interesse an hochautomatisierten Diensten zeigen, die den Menschen aufgrund der Tendenz zur Introversion vollständig außer Betrieb setzen. Durch die unterschiedliche Behandlung von Kunden können Fluggesellschaften nicht nur die individuellen Kundenbedürfnisse besser befriedigen und die Kundenzufriedenheit steigern, sondern auch gezielt durch Kunden kurzfristige Rentabilität erzielen. Zu diesem Zweck müssen die Indikatoren für das Verhalten und den Lebensstil Ihrer Zielgruppe in der Vergangenheit untersucht werden. Dies kann auf Auslöser hinweisen, die für die Inspiration für die nächste Reise erforderlich sind. Wenn ein Kunde beispielsweise häufig Tickets für das Wochenende gekauft hat, kann man ein Sonderangebot anbieten, indem Sie es ihm zugesendet wird. Da diese Angebote auf spezielle Bedürfnisse orientiert sind, werden sie beim Verkauf als relevant und äußerst effektiv angesehen. Wenn eine Fluggesellschaft weiß, was für ihre Kunden wichtig ist, kann sie ihre Investitionen maximieren, indem sie sich darauf konzentriert, was wirklich Wert schafft, und die Kosten für Services begrenzt oder reduziert.

Ein vollständiges Verständnis der Zielgruppe erfordert jedoch eine umfassende Segmentierung der Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Werte der Kunden. Es muss also nicht nur das vergangene Kaufszenario analysiert werden, sondern auch, warum der Kunde Dienstleistungen dieser Fluggesellschaft nicht in Anspruch genommen hat. Vielleicht kauft der Verbraucher ein One-Way-Ticket

und sucht dann nach einem besseren Angebot von Wettbewerbern, d. h. es muss der Service geändert werden. Es ist nützlich, Informationen von Facebook-Apps und Reise-Apps wie Tripit zu verfolgen. Zu den qualitativen und quantitativen Methoden zum Sammeln von Informationen über Kunden gehört eine Befragung von Vielfliegern, beispielsweise in einem ausführlichen Interview bei einer Tasse Kaffee, damit der Marketingmanager die Hauptschmerzen oder Leidenschaften des Zielkunden identifizieren und herausfinden kann, was derzeit in den von der Fluggesellschaft angebotenen Diensten fehlt [7].

Marketing in einer Fluggesellschaft ist daher ein komplexer Prozess, der mit der Wissenschaft, visueller Kunst und Verhaltensforschung verbunden ist. Ohne dieses Marketing ist es in der gegenwärtigen Marktwirtschaft und im Kampf um endlosen Erfolg für so große Organisationen wie die Emirates Group und die Lufthansa Group einfach unmöglich zu existieren. In Verbindung mit dieser Tatsache ist es notwendig, ein klar organisiertes Marketingmanagement in Unternehmen zu schaffen und zu unterstützen sowie die Struktur der Interaktion mit den Zielgruppen präzise zu definieren und zu aktualisieren. Es ist auch notwendig, die Preispolitik unter potenziellen Kunden zu testen, da die Generationen Y und Z sehr anspruchsvoll sind und selbst für einen luxuriösen Service der Emirates Group nicht zu viel bezahlen. Daher müssen Airline-Marketingteams regelmäßige Bewertungen externer und interner Umgebungen sowie eine parallele Analyse der Verbraucherinteressen durchführen, um den Service entsprechend dem Marketingwert zu verbessern und die Bedürfnisse des modernen Verbrauchers zu befriedigen [5].

Literaturverzeichnis

1. Aviation Management – Airline Marketing [Elektronische Ressource] // Tutorialspoint. – URL: https://www.tutorialspoint.com/aviation_management/aviation_management_airline_marketing.htm/ (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Englisch].
2. Essential Customer Loyalty Statistics 2019 [Elektronische Ressource] // The Smile.io Blog. – URL: <https://blog.smile.io/essential-customer-loyalty-statistics/> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Englisch].
3. How To Effectively Communicate Online With Your Customers [Elektronische Ressource] // HostPapa Blog. – URL: <https://www.hostpapa.ca/blog/customer-showcase/how-to-effectively-communicate-online-with-your-customers/> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Englisch].

4. Lufthansa Marketing Mix (4Ps) Strategy [Elektronische Ressource] // MBA Skool. – URL: <https://www.mbaskool.com/marketing-mix/services/16789-lufthansa.html/> (Zugangsdatum 03.11.2020). [in Englisch].
5. Marketing [Elektronische Ressource] // Marketch. – URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketin_g/ (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Russisch].
6. Potschemu pokolenie Z ne lojal'no k brendam [Elektronische Ressource] // VC.ru – URL: <https://vc.ru/marketing/126353-pochemu-pokolenie-z-ne-loyalno-k-brendam> (Zugangsdatum 03.11.2020). [in Russisch].
7. The 4 Steps to Becoming a Customer-Centric Airline [Elektronische Ressource] // TTEC. – URL: <https://www.ttec.com/articles/4-steps-becoming-customer-centric-airline/> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Englisch].

UDK 801.81 (=161.3:112.2)

ÄHNLICHKEITEN DER HANDLUNGSKOMPOSITORISCHEN STRUKTUR IN DEUTSCHEN UND BELORUSSISCHEN MÄRCHEN

Polina K. BUYAK

polinabujak@gmail.com

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. S. S. Maslennikowa

Sprachbetreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. S. S. Maslennikowa

Zusammenfassung. *In diesem Artikel handelt es sich um die deutschen und belorussischen Märchen, die sich Ähnlichkeiten ihrer Handlung und Kompositionsstruktur merken lassen. Es werden mögliche Ursachen dieser Ähnlichkeiten ebenfalls erklärt.*

Schlüsselwörter: *Belorussisch, Deutsch, Handlung, Komposition, Märchen, Ähnlichkeiten*

Das Märchen ist eine wunderbare Schöpfung der Volkskunst. Es spiegelt Träume und Hoffnungen, die jahrhundertealte Lebenserfahrung eines ganzen Volkes wider. Das Märchen ist untrennbar von Fantasie und Vorstellungen, und wie Karl Marx geschrieben hat, von großen Gaben, die einen großen Einfluss auf die menschliche Entwicklung hatten [3, S. 248].

Der Einfluss des Märchens auf die Entwicklung der Gesellschaft und die Persönlichkeitsbildung ist unschätzbar. Mit den Märchen, die uns unsere Mutter in

der Kindheit gelesen hat, beginnen wir unsere Bekanntschaft mit der Welt, der Literatur, den Traditionen unseres Landes. So passen wir uns der umgebenden Realität an. Im Erwachsenenalter sind wir von künstlerischer Perfektion, der Tiefe des Denkens, der Aufrichtigkeit der Gefühle und Emotionen von Helden, der Einfachheit und der Verständlichkeit der Sprache des Schriftstellers fasziniert. Das Märchen bleibt bei uns für unser ganzes Leben lang. Heute existieren viele Definitionen des Begriffs „Märchen“.

Die bekannteste Definition des Märchengenres in Europa gehört I. Bolte und G. Polivka: Ein Märchen ist eine Geschichte, die auf einer poetischen Fantasie basiert, insbesondere aus der magischen Welt. Die wichtigsten Merkmale des Märchens sind: Poetik, Spaß und Erfindung [2, S. 37]. Jedes Volk hat seine eigenen nationalen traditionellen Märchen, die von Generation zu Generation weitergegeben werden.

Das Schaffen verschiedener Völker hat oft ähnliche Motive. Dies liegt daran, dass die Autoren der Märchen «einfache» Menschen waren, die von besseren Zeiten und einem glücklicheren Leben träumten.

Die Quellen unserer Forschung sind zwei Bücher – „Großmutterns schönste Märchen“ von H. Uther [5] und „Belorusskie narodnye skazki“ (*Belorussische Volksmärchen*) von G.A. Bartashevich und K.P. Kabashnikov [1]. Im Laufe der Studie wurde und uns eine Reihe ähnlicher Merkmale in der Struktur der deutschen und belorussischen Märchen hervorgehoben:

1. In den Märchen beider Völker kommen am Anfang und am Ende ähnliche Phrasen vor, die allgemein typisch für dieses Genre sind. Deutsche Märchen beginnen in der Regel mit den Phrasen: Es war einmal ..., In einem weiten Dorf ... und enden mit: Nun ist's aus, ...und lebte glücklich bis am Ende. Für belorussische Märchen sind ähnliche Konstruktionen für den Anfang жылі- былі ... 'Es lebten ...', Была сабе ... 'Es war ...' und І сталі яны жыць пажываць і добра нажываць ... 'Und begannen sie zu leben und Gutes zu erwerben ...', І зараз там жывуць ... 'Und jetzt leben sie dort ...' für das Ende charakteristisch.
2. Neben den typischen Ähnlichkeiten am Ende schließen die deutschen und belorussischen Märchen oft mit einem Reim ab: Und es kam ein Bär mit einem langen Schnauz', und er fegte das Märchen aus, І далі мне пірог – я за парог; далі мне смык – я пад вароты шыгы 'Und sie gaben mir Kuchen – und ich floh über die Schwelle, sie gaben mir einen Bogen – ich rutschte unter das Tor'.
3. Nicht adaptierte Märchen haben oft ein unheimliches und manchmal schreckliches Finale. In den alten Zeiten waren Märchen nicht nur für Kinder. Ein solches Ende zieht Aufmerksamkeit auf sich, ist faszinierend, erschreckend und hat eine lehrreiche Wirkung. V. Propp verbindet das mit dem Ritus der Initiation von Kindern zum Eintritt in die Erwachsenenwelt [4, S. 115]. So ist es im deutschen Märchen „Maria und die Mutter Gottes“: Aber die Wärterinnen wurden auf den fertigen Scheiterhaufen geschleppt und verbrannt und im belorussischen Märchen

„Бурэня“ (*Burenja*): ... і ўзялі яны мачыху і яе дачку і прывязалі к конскаму хвасту і расцягалі по чыстым полі ‘... und nahmen sie die Stiefmutter und ihre Tochter und banden sie den Schwanz eines Pferdes und ließen über das Feld lauen’.

4. Für die deutschen und belorussischen Märchen ist die Distanzierung von dem Reale der Gegenwart charakteristisch. Dies wird durch den Anfang und das Ende der Geschichte erreicht, die auf die ferne Vergangenheit und die Reichweite der Entfernung hinweisen.

5. Am Ende oder in der Mitte des Märchens kommen oft Gedichte oder Volkslieder vor. Es ist für ein besseres Eintauchen des Lesers in die Atmosphäre des Märchens wichtig: Weint mein liebes Kind auch noch? / Weint mein lieber Mann auch noch? / Singen meine Vögel auch noch? / Klingen meine Glocken auch noch? („Die bestrafte Hexe“); Хто ў лесе? / Хто ў бару? / Прыйдзі, прыйдзі ко мне / Ноч начаваць, / Ноч каратаць, / Меня ратаваць! ‘Wer sei im Walde? / Wer sei im Nadelwalde? / Komm, komm zu mir / um zu übernachten, / die Nacht herumbzubringen, / mich zu retten!’ „Дзедава дачка і бабіна дачка ў хатцы на курынай ножцы“ (*Großväterliche Tochter und großmütterliche Tochter in der Hütte auf einem Hühnerbein*). Auf solcher Weise lernt der Leser nicht nur die Ereignisse des Märchens kennen, sondern auch die kulturellen Komponente des Volkes.

6. In der Regel sind die Märchen beider Völker kurz. Kaum die Größe des Werkes wichtig ist, sondern der innere Inhalt und seine Wirkung auf den Leser.

7. Die Handlung ist einfach und eindeutig. Die Unkompliziertheit der Handlung, die einfache Erzählung, die Eindeutigkeit der Ereignisse machen das Märchen jedes Volkes sowohl für Erwachsene, als auch für kleine Kinder verständlich und interessant.

8. Die Anzahl der Helden in den Märchen ist nicht so groß und dadurch wird die Handlung nicht überlastet. So zum Beispiel sind das im deutschen Märchen „Der Hund und der Wolf“: der alte Hund, der Wolf, der Bauer, die Bäuerin, das kleine Kind. Und in der entsprechenden Handlung einer der Varianten des belorussischen Märchens „Сабака і воўк“ (*Der Hund und der Wolf*) sind die Helden: сабака ‘der Hund’, воўк ‘der Wolf’, гаспадар ‘der Herr’, дзіця ‘das Kind’, распадыня ‘die Frau’.

Laut der Forschung von deutschen und belorussischen Märchen könnte man schließlich behaupten, dass die Märchenfolklore von diesen ganz unterschiedlichen Völkern jedoch ähnliche Merkmale in der handlungskompositorischen Struktur hat.

Dies wird durch den Übergang der Motive von Märchen in die Kultur eines anderen Volkes und die Existenz eines gemeinsamen Literaturmaterials erklärt, das unabhängig voneinander in verschiedenen Ländern entsteht. Der Grund dafür kann die Gemeinsamkeit des Alltags, der Lebensbedingungen, der Werte, der allgemeinen historischen Ereignisse sein.

Literaturverzeichnis

1. Bartashevich, G.A. Belorusskie narodnye skazki / G.A. Bartashevich, K.P. Kabashnikov. – Minsk : Nauka i tehnika, 1986. – 512 S. [in Belorussisch].
2. Bolte, I. Anmerkungen zu den Kinder- und Hausmärchen der Gebrüder Grimm. – Leipzig: Dieterichsche Verlagsbuchhandlung, 1913. – 494 S. [in Deutsch].
3. Marx, K. Ob iskusstve / K. Marx, F. Engels. – M.: Moskva, 1967. – 631 S. [in Russisch].
4. Propp, W. Russkaja skazka. – L.: Izd-vo LGU, 1984. – 335 s. [in Russisch].
5. Uther, H. Großmutter's schönste Märchen/ H. Uther. – Kreuzlingen, München: Heinrich Hugendubel Verlag, 2001. – 283 S. [in Deutsch].

UDK 811.112.2'37

BILDUNG UND VERWENDUNG VON EIGENNAMEN IN DEN MÄRCHEN VON GEBRÜDERN GRIMM

Karolina V. EBERT

karolina_ebert@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. Ju. A. Makarova

Sprachbetreuerin: Doz. Ju. A. Makarova

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Forschung wird das Ziel verfolgt, Eigennamen zu untersuchen. Forschung der Etymologie, der Bildung und Besonderheiten der Verwendung von Eigennamen basiert auf den Märchen von Gebrüder Grimm.*

Schlüsselwörter: *Eigennamen, Mythonyme, Folklore, Grimms Märchen*

Die Sprache ist nicht nur ein Mittel der Kommunikation zwischen den Menschen, sondern auch der kulturelle Kodex einer Nation. Eigennamen im Folkloretext betonen die Besonderheiten der nationalen kulturellen Ethnie. Die Geschichte der Entstehung von Eigennamen war und ist heutzutage Gegenstand der Forschung vieler Wissenschaftler.

In der vorliegenden Forschung orientieren wir uns auf die Werke von Linguisten A.V. Superanskaya und N.V. Podolskaya. In den Forschungen dieser Linguisten werden Eigennamen in vollem Maße charakterisiert, klassifiziert und berücksichtigt. Die oben genannten Linguisten geben eine genaue Vorstellung von einer solchen Gruppe von Eigennamen wie Anthroponyme und Mythonyme.

In der deutschen Folklore gibt es Eigennamen, die als Anthroponyme und Mythonyme bezeichnet werden. Anthroponyme sind die Namen von Kreaturen, die als lebendig betrachtet werden können [6, S. 178]. Mythonyme können als Namen von Menschen, Flora und Fauna oder verschiedenen Objekten usw. betrachtet werden, die es nie gegeben hat [6, 180]. Ein Mythonym ist ein fiktiver Name für Objekte in unterschiedlichen onomastischen Räumen in Mythen und Märchen [5, S. 83-84].

In der vorliegenden Forschung werden Mythonyme und Anthroponyme aus den Märchen der Gebrüder Grimm einer Analyse unterzogen. In den Märchen der Gebrüder Grimm gibt es Anthroponyme: Echte Namen und Mythonyme, d.h. Namen fabelhafter Kreaturen. Viele deutsche Märchenhelden könnte man als Vertreter der Menschheit betrachten. Sie haben keine Namen, sondern werden nach ihrem Beruf oder Status benannt. Zum Beispiel: **der Jäger, die Krämerin, der Müller, die Müllerstochter, die Witwe, der König, die Königin, der Königssohn, die Räuber; der Hauptmann.**

Die Helden der Märchen können auch ausgedachte Kreaturen sein. Zum Beispiel: **der Zwerg** aus dem Märchen „Schneeweißchen und Rosenrot“ oder **der Spiegel** aus dem Märchen „Schneewittchen“.

Es gibt auch Märchen, in denen die Hauptfiguren Vertreter der Tierwelt sind. In Märchen werden aus den Substantiven die Eigennamen, zum Beispiel: **der Esel, die Katze, der Hahn, der Hund** aus dem Märchen „Das Märchen der Bremer Stadtmusikanten“ oder **der Bär** aus dem Märchen „Schneeweißchen und Rosenrot“.

In den Märchen der Gebrüder Grimm gibt es Helden mit Namen, deren Etymologie aus der Erzählung hervorgeht. Zum Beispiel sind es solche Helden wie **Schneewittchen**. Aus der Beschreibung könnte man sofort verstehen, warum dem Mädchen ein solcher Name gegeben wurde: *„ein Töchterlein, das war so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarzhaarig wie Ebenholz und war darum Schneewittchen genannt“* [2].

Der Name **Schneewittchen** besteht aus folgenden Elementen:

Schnee- (das Substantiv) + **-witt-** (das Adjektiv, veraltet) + **-chen** (das Ableitungssuffix).

Rosenrot und **Schneeweißchen** sind die Hauptheldinnen des Märchens „Schneeweißchen und Rosenrot“. Ihre Namen bestehen aus folgenden Elementen:

Rosen- (das Substantiv im Plural) + **-rot-** (das Adjektiv);

Schnee- (das Substantiv) + **-weiß-** (das Adjektiv) + **-chen** (das Ableitungssuffix).

Der folgende Auszug aus dem Märchen „Schneeweißchen und Rosenrot“ lässt uns sofort verstehen, wie solche Namen von Heldinnen erschienen sind: „... war ein Garten, darin standen zwei Rosenbäumchen, davon trug das eine weiße, das andere rote Rosen; und sie hatte zwei Kinder, die glichen den beiden Rosenbäumchen, und das eine hieß Schneeweißchen, das andere Rosenrot“ [2, S. 30].

Analysieren wir den Namen **Rumpelstilzchen**. Dies ist ein Held aus einem gleichnamigen Märchen „Rumpelstilzchen“ [1]. Der Eigenname eines geräuschvollen, rumpelnden, spukenden Kobolds besteht aus drei Elementen: **Rumpel-** (das Verb *rumpeln*) + **-stilz-** (das alte Substantiv *Stilzer*, heute *Stelzer*) + **-chen** (das Ableitungssuffix).

Aufgrund des oben Gesagten kann man Folgendes behaupten:

1. Helden aus den deutschen Märchen, die Menschen sind, hatten keine Eigennamen, sondern wurden je nach Beruf oder Status genannt (Es wurden dazu gebräuchliche Substantive benutzt), weil diese Helden meistens Nebenfiguren waren. Dies ist typisch für Folklore, und es ist leicht beim Vorlesen wahrzunehmen.
2. Andere Helden der Märchen sind Tiere aus der Tierwelt und fabelhafte ausgedachte Kreaturen.
3. Einige der Haupthelden haben solche Namen, die Teil der deutschen Folklore sind.

Die Bildung solcher Eigennamen erfolgt durch Kombinieren von Wörtern, die ein äußeres Zeichen charakterisieren, mit Hilfe eines wortbildenden Elements – Suffixes. Im Rahmen der vorliegenden Forschung wurden vier Märchen der Gebrüder Grimm analysiert: „Schneeweißchen und Rosenrot“, „Rumpelstilzchen“, „Schneewittchen“, „Das Märchen der Bremer Stadtmusikanten“. Durch die Analyse der Eigennamen aller Helden dieser Märchen wurden folgende Bildungsmethoden von Eigennamen bestimmt, die in der Tabelle dargestellt werden:

Tabelle 1

Bildungsmethoden von Mythonymen aus den Märchen der Gebrüder Grimm

Mythonyme	Bildungsmethoden	Anzahl der Mythonyme
<i>der Jäger, die Krämerin der Müller, die Müllerstochter, die Witwe, der König, die Königin, der Königssohn, die Räuber,</i>	Eigennamen, die laut dem Status und der Art der Aktivität von Hauptfiguren gebildet sind	10

<i>der Hauptmann</i>		
<i>der Esel, die Katze, der Hahn, der Hund, der Bär</i>	Eigennamen aus der Tierwelt	5
<i>der Zwerg, der Spiegel</i>	ausgedachte Kreaturen	2
<i>Schneewittchen, Schneeweißchen, Rosenrot, Rumpelstilzchen</i>	Eigennamen, die durch Wortbildung aus bestimmten Wortbildungselementen gebildet sind	4

Die Analyse lässt uns zum folgenden Schluss bezüglich der Bildung von Eigennamen in den Märchen der Gebrüder Grimm kommen:

- Hauptsächlich wurden verwendete Eigennamen aus gebräuchlichen Substantiven abgeleitet (81%).
- Es gibt weniger Eigennamen der Hauptfiguren der Märchen, die im Prozess der Wortbildung entstanden sind (19%).

Das folgende Diagramm zeigt Bildungsmethoden von Eigennamen in Märchen der Gebrüder Grimm:

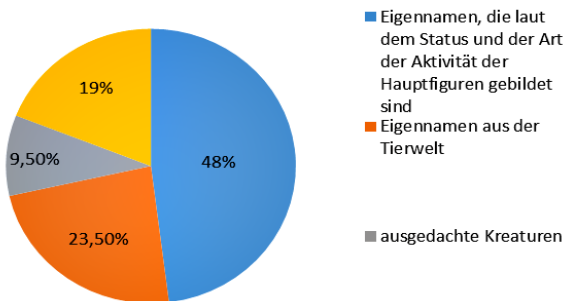


Abb. 1. Bildungsmethoden von Eigennamen aus Grimms Märchen

Daraus können folgende Schlussfolgerungen gezogen werden: 81% der Eigennamen sind aus gebräuchlichen Substantiven mit dem Artikel gebildet, 19% sind Eigennamen, die bei der Wortbildung entstanden sind. Die Eigennamen, die bei der Wortbildung entstanden sind, verleihen deutschen Märchen einen besonderen Sinn und eine besondere Bedeutung. Die Märchen der Gebrüder Grimm basieren sich auf der deutschen Folklore, die aus dem Altertum stammte. Die Gebrüder Grimm folgten allen Traditionen von Volksmärchen, die von Generation zu Generation weitergegeben wurden.

Literaturverzeichnis

1. Grimm, J., Grimm, W. Rumpelstilzchen [Elektronische Ressource] // Grimms Märchen. – URL: https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/rumpelstilzchen (Zugangsdatum 30.10.2020). [in Deutsch].
2. Grimm, J., Grimm, W. Schneewittchen [Elektronische Ressource] //Grimms Märchen. – URL: https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/sneewittchen_schneewittchen (Zugangsdatum 30.10.2020). [in Deutsch].
3. Märchen von großen und kleinen Tieren. – Dresden: Kinderbuchverlag, 1969. – 104 S. [in Deutsch].
4. Mein kleines Märchenbuch. Fünf Märchen der Brüder Grimm. – Dresden: Kinderbuchverlag, 1961. – 92 S. [in Deutsch].
5. Podol'skaya, N.V. Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii: monografiya. – M.: Nauka, 1978. – 374 S. [in Russisch].
6. Superanskaya A.V. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo: monografiya. – M.: Prosveshchenie, 1973. – 180 S. [in Russisch].

UDK 347.78.034

LINGUOSTILISTISCHE BESONDERHEITEN DER ONLINE-KOMMUNIKATION VON DEUTSCH- UND RUSSISCHSPRACHIGEN UNTERNEHMEN (am Beispiel von Unternehmenswebseiten)

Roman R. KOSULIN

kosulin.r@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. M. A. Morozova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. Im vorliegenden Artikel werden linguostilistische Besonderheiten der Unternehmenskommunikation von einigen russisch- und deutschsprachigen Unternehmen auf dem Gebiet des Automobilbaus und des Luftverkehrs untersucht. Es werden die wichtigsten sprachlichen und stilistischen Mittel kontrastiv analysiert.

Schlüsselwörter: Unternehmenskommunikation, Kommunikationskanäle, Online-Unternehmenskommunikation, Unternehmensidentität, linguostilistische Besonderheiten, Web-Seite

Die Relevanz des vorliegenden Beitrages beruht auf der äußerst wichtigen Rolle der modernen Unternehmenskommunikation bei der Interaktion eines bestimmten Unternehmens sowohl mit (potentiellen) Kunden als auch mit Partnern, öffentlichen und staatlichen Einrichtungen im globalen Netzwerk. Heutige Entwicklung der modernen Marktwirtschaft schafft neue Voraussetzungen: Wenn ein Unternehmen online mit seinen Kunden, Partnern usw. nicht kommuniziert, existiert es im digitalen Raum für sie auch nicht. Somit lässt es ihm eine Gelegenheit entgehen, effektive Kundenbindungsinstrumente, auch die Instrumente der effizienten Personalführung, -entwicklung und -gewinnung, der Partnersuche zu benutzen. Dabei ist die Ein-Kanal-Kommunikation eines Unternehmens im Vergleich zur mehrkanaligen Unternehmenskommunikation mit den unterschiedlichen Zielgruppen, um unternehmerische Ziele zu erreichen, scheint wenig effizient zu sein. Nach Angaben des Bundesverbandes für Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien Bitkom (Stand: 2015), Drei Viertel (75%) der deutschen Unternehmen setzen Social Media für die interne oder externe Kommunikation ein [3].

So eignet sich beispielsweise die korporative Website für die Geschäftskommunikation mit Partnern, Kunden und der öffentlichen und staatlichen Einrichtungen, soziale Netzwerke sind dabei gut für eine informellere Kommunikation mit (potenziellen) Kunden geeignet. Die linguostilistische Spezifik unterschiedlicher digitalen Kommunikationskanäle der Unternehmenskommunikation wäre ein Thema, das noch zu forschen ist. Darüber hinaus erfordert das Problem der linguostilistischen Besonderheiten der Online-Unternehmenskommunikation noch eine eingehendere Untersuchung und Beschreibung. Im Rahmen unserer Forschung wird die linguostilistische Spezifik der Online-Unternehmenskommunikation am Beispiel der korporativen Webseiten der deutsch- und russischsprachigen Unternehmen auf dem Gebiet des Automobilbaus und des Luftverkehrs beschrieben. In der ersten Forschungsphase wurden die sprachlichen und stilistischen Besonderheiten der offiziellen Webseiten von vier deutschsprachigen (Audi AG, BMW Deutschland, Edelweiss Air, Condor Airlines) und vier russischsprachigen (Lada, UAZ, S7 Airlines und Aeroflot) Unternehmen analysiert.

Eine besondere Rolle in der Online-Unternehmenskommunikation spielt die Unternehmensidentität (Corporate Identity) [1, S. 51], die als „das Identitätsbewusstsein der Mitarbeiter und ihr Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen“ [2, S. 20] und „die Reflexion des Konzepts der Unternehmenskommunikation“ [1, S. 35] verstanden wird. Es ist wichtig, diesen Aspekt bei der Analyse der sprachlichen und stilistischen Besonderheiten der Unternehmenskommunikation im digitalen Raum zu berücksichtigen, weil darunter die „Einhaltung der Normen und Regeln der Unternehmenskommunikation (Unternehmenskultur, unternehmensinterner und unternehmensexterner Kommunikationsstil)“ impliziert wird [2, S. 20].

Bei der Analyse von Texten auf den Webseiten der deutsch- und russischsprachigen Unternehmen wurden folgende sprachliche und stilistische Besonderheiten festgestellt (im Rahmen dieser Arbeit werden die unten dargestellten Beispiele selektiv angeführt):

1) deutschsprachige Unternehmen (Audi AG, BMW Deutschland, Edelweiss Air, Condor):

- Verwendung der Ellipse, z.B.: „Mit Elektromobilität in eine nachhaltigere Zukunft“
(<https://www.audi.de/de/brand/de/elektromobilitaet/nachhaltigkeit.html>),
„Der A1 Sportback – die zweite Generation unseres erfolgreichen Kompakten besticht mit einem sportlichen Design und flexiblen Ausstattungsmöglichkeiten“
(<https://www.audi.de/de/brand/de/neuwagen/a1/a1-sportback.html>),
- Verwendung eines Fragesatzes als Titel des Artikels, z.B.: „Wünschen Sie eine persönliche Beratung?“
(<https://www.bmw.de/de/neufahrzeuge/4er/cabrio/2020/bmw-4er-cabrio-ueberblick.html#/technische-daten>),
- Verwendung der Terminologie und der Fachlexik, z.B.: „Kraftstoffverbrauch“, „Basismodell“, „Sonderausstattungen“ u.a.
(<https://www.bmw.de/de/neufahrzeuge/4er/cabrio/2020/bmw-4er-cabrio-ueberblick.html#modelle>),
- Verwendung eines Aufforderungssatzes, z.B.: „Trinken Sie viel und meiden Sie koffeinhaltige Getränke wie Kaffee und Tee“
(<https://www.flyedelweiss.com/DE/prepare/travel-information/fly-healthy/Pages/health-issues.aspx>),

- Verwendung eines Alternativfragesatzes, z.B.: „Ärztliches Attest – nötig oder nicht?“ (<https://www.flyedelweiss.com/DE/prepare/travel-information/fly-healthy/Pages/health-issues.aspx>).
- Verwendung eines Nominalsatzes, z.B.: „Ferienziele für warme Herbsttage“ (<https://www.flyedelweiss.com/DE/pages/home.aspx>),
- Verwendung der emotional gefärbten Lexik mit einer konnotativen Bedeutung, z.B.: „Wir lieben Fliegen“ (<https://www.condor.com/de>),
- Verwendung einer Aufzählung, z.B.: „Flüge buchen, online einchecken, Bordkarten speichern, die neusten Updates zu Ihrem Flug erhalten – mit unserer App sind wir immer an Ihrer Seite!“ (<https://www.condor.com/de>).

2) russischsprachige Unternehmen (Lada, UAZ, S7 Airlines, Aeroflot):

- Verwendung eines Aufforderungssatzes, z.B.: „Выбери свой автомобиль LADA/ Wähle dein eigenes LADA-Auto“ (Übs. d. A.) (<https://www.lada.ru>),
- Verwendung der erweiterten und zusammengesetzten Sätze, z.B.: „Традиционный для гонок красный цвет применен и в деталях кузова, и в отделке салона: яркой нитью прострочена кожаная обшивка рулевого колеса, в красный цвет окрашены шкалы комбинации приборов/ Die traditionelle rote Farbe für den Rennsport wird in den Karosserieteilen und in der Innenausstattung verwendet: Das Lederlenkrad wird mit einem farbenfrohen Faden genäht, die Kombiinstrument-Skalen sind rot lackiert“ (Übs. d. A.) (<https://www.lada.ru/cars/vesta/sport/about.html>),
- Verwendung der Terminologie und der Fachlexik, z.B.: „В Ульяновске стартовало производство УАЗ Пикап с АКПП/ In Uljanowsk startete die Produktion von UAZ Pick-up-Modell mit dem Automatikgetriebe (Übs. d. A.) (<https://www.uaz.ru/blog/news/start-of-production-of-uaz-pickup-akpp>); „Дети в возрасте до 18 лет, вылетающие в Великобританию по визе категории „ACCOMPANIED“, должны следовать только в сопровождении лица, чье имя или номер паспорта указаны в визе/ Kinder unter 18 Jahren, die mit einem „BEGLEITBAREN“ Visum nach Großbritannien fliegen, dürfen nur von der Person begleitet werden, deren Name oder Passnummer auf dem Visum angegeben ist. (Übs. d. A.) (<https://www.aeroflot.ru/ru-ru/information/airport/passport>),
- Verwendung der Terminologie und der Fachlexik, z.B.: “Проверенный временем „автомат“ работает в паре с обновленным двигателем ZMZ Pro, развивающим 149,6 л.с. мощности и 235 ньютон-метров крутящего момента.“ (Die bewährte „Automatik“ arbeitet mit dem aktualisierten ZMZ

Pro-Motor, der 149,6 PS leistet und macht 235 Newtonmeter Drehmoment.) (Übs. d. A.) (<https://www.uaz.ru/blog/news/uaz-patriot-akpp-went-on-sale>)

- Verwendung des Vergleiches: „S7 Airlines – больше, чем просто авиакомпания“ (S7 Airlines ist mehr als nur eine Flugesellschaft.) (Übs. d. A.) (<https://www.s7.ru/ru/info/s7-airlines/brand/>)
- Verwendung der Vorgangspassivs, z.B.: „S7 Airlines признана „Лучшей компанией года“ в номинации „Безопасность на транспорте: безопасность полётов/ S7 Airlines wurde in der Kategorie "Transportsicherheit: Flugsicherheit" als „das beste Unternehmen des Jahres" ausgezeichnet. (Übs. d. A.) (<https://www.s7.ru/ru/about/news/s7-airlines-stala-obladatelem-premii-safety-leaders-award/>),
- Verwendung eines Nominalsatzes, z.B.: „Максимальный комфорт на выгодных условиях с услугой повышений класса обслуживания./ Maximaler Komfort zu günstigen Konditionen mit der Verbesserung der Serviceklasse“ (Übs. d. A.) (https://www.aeroflot.ru/ru-ru/additional_service/#services_transfer).

Deutschsprachige Unternehmen

- Linguostilistische Besonderheiten auf der lexikalischen Ebene:

- a) Verwendung der Terminologie und der Fachlexik
- b) Verwendung der emotional gefärbten Lexik mit einer konnotativen Bedeutung

- Linguostilistische Besonderheiten auf der syntaktischen Ebene:

- a) Verwendung der Ellipse
- b) Verwendung eines Fragesatzes als Titel des Artikels
- c) Verwendung eines Aufforderungssatzes
- d) Verwendung eines Alternativfragesatzes
- e) Verwendung eines Nominalsatzes
- f) Verwendung einer Aufzählung

Russischsprachige Unternehmen:

- Linguostilistische Besonderheiten auf der lexikalischen Ebene:

- a) Verwendung der Terminologie und der Fachlexik

- Linguostilistische Besonderheiten auf der syntaktischen Ebene:

- a) Verwendung eines Aufforderungssatzes
- b) Verwendung die erweiterten und zusammengesetzten Sätze
- c) Verwendung der Vorgangspassivs
- d) Verwendung eines Nominalsatzes

- Verwendung des Ausdrucksmittels:

a) Verwendung des Vergleiches

Die im Rahmen unserer Forschung durchgeführte Analyse der offiziellen Websites von vier deutsch- und vier russischsprachigen Unternehmen lässt sich schließen, dass die Online-Kommunikation in Bezug auf die Wahl und Verwendung von den linguostilistischen Besonderheiten über Unternehmenswebsites der russischen und deutschen Unternehmen im Allgemeinen auf ähnliche Weise erfolgt. Bei der Analyse deutschsprachiger Webseiten auf lexikalischer Ebene werden Terminologie, Fachlexik und emotional gefärbte Lexik häufiger verwendet. Auf syntaktischer Ebene werden Ellipsen und Aufzählungen häufiger verwendet, und erweiterte und zusammengesetzte Sätze werden seltener verwendet. Bei der Analyse russischsprachiger Websites auf lexikalischer Ebene werden Terminologie und Fachlexik häufiger verwendet und emotional gefärbte Lexik wird seltener verwendet. Auf syntaktischer Ebene werden Aufforderungssätze und Nominalsätze häufiger verwendet, und Aufzählungen werden seltener verwendet. Auf der Ebene der Ausdrucksmittel werden Vergleiche häufiger verwendet.

Darüber hinaus ist es zu beachten, dass die deutschsprachigen Unternehmen deutlich zwischen formeller und informeller Kommunikation unterscheiden. Ein formaler Kommunikationsstil ist für die Kommunikation auf einer Unternehmenswebseite typisch. Was den Kundenkommunikationsservice anbetrifft, der in die Webseiten der Unternehmen integriert sind, so lassen sich auch die Elemente eines informellen Stils zeigen. Die Mitarbeiter des Unternehmens, die für die Kommunikation mit Kunden verantwortlich sind, gehen jedoch nicht über die Grenzen der offiziellen Kommunikation hinaus. Die Unternehmenskommunikation ist normalerweise offen, vertraulich und distanziert.

Literaturverzeichnis

1. Krylov, A.N. Korporativnaja identichnost' dlja menedzherov i marketologov / A.N. Krylov. – M.: Ikar, 2014. – 221 S. [in Russisch].
2. Morozova, M.A. Autentichnye korporativnye jelektronnye resursy v obuchenii inostrannomu jazyku v vuze: ucheb. posobie / M.A. Morozova – Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2016. – 98 S. [in Russisch].
3. Drei von vier Unternehmen nutzen Social Media [Elektronische Ressource] // Bitkom. – URL: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Drei-von-vier-Unternehmen-nutzen-Social-Media.html> (Zugangsdatum 10.11.2020). [in Deutsch].

BESONDERHEITEN DER LOKALISIERUNG VON MEHRSPRACHIGEN KOMMUNIKATIONSWEBSEITEN

Elsa A. REICHERT

elsareichert@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. M. A. Morozova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In diesem Artikel werden die Besonderheiten des Erstellens von mehrsprachigen Webseiten und die konkreten Schwierigkeiten der Website-Lokalisierung am Beispiel eines internationalen studentischen Wettbewerbes für die Deutschlernenden analysiert.*

Schlüsselwörter: *Lokalisierung, mehrsprachige Webseiten, Deutsch, corporate Webseite*

Heute spielt die Erstellung von mehrsprachigen Webseites eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Unternehmen und Organisationen. Diese strategisch wichtige Aufgabe erfüllt mehrere Funktionen: Erweiterung der Partnerbeziehungen, der loyalen Zielgruppe, Tätigkeit der Organisation auf dem internationalen Niveau usw. Die Online-Kommunikation ist das wichtigste Kommunikationsmittel für unterschiedliche Unternehmen, Organisationen, Institutionen weltweit. Daher gewinnt die Lokalisierung von corporate Webseiten (Webseiten von Unternehmen und Organisationen) zu dieser Zeit an Popularität.

Die Lokalisierung einer corporate Webseite scheint eine ziemlich komplizierte Aufgabe zu sein und fordert beruflich bedeutende Kompetenzen eines Übersetzers an. Bei der Lokalisierung sind einige Besonderheiten des Textes einer corporate Webseite zu beachten, weil die Texte auf den Webseiten von Unternehmen und Organisationen eigene Spezifik haben. Diese Merkmale können wie sprachlich-stilistische, kulturelle, technische identifiziert werden:

1. ***Sprachlich-stilistische Besonderheiten*** sind mit dem korrekten Ton der Sprache verbunden, und geben Aufschluss bei vielen stilistischen Fragen: Stilistische Merkmale umfassen einen speziellen Wortschatz, Phrasen, Klischees, die für einen bestimmten Stil charakteristisch sind. Zum Beispiel soll bei der Übersetzung der offiziellen Webseite einer Organisation/ eines Unternehmens das Vokabular der gesprochenen Sprache nicht verwendet werden. Was beispielsweise

die Webseite einer studentischen Veranstaltung für die Deutschlernenden übersetzt wird, so sind folgende Besonderheiten zu beachten: Die Sprachmerkmale enthalten die Verwendung des Wortschatzes, das zum Sprachniveau A2-B1, auch einige gebräuchliche Abkürzungen, die aktiv in der Schriftsprache verwendet werden.

Ein weiteres Problem ist mit der korrekten Übersetzung von Eigennamen und Benennungen eng verbunden. In diesem Fall ist die Sprachasymmetrie deutlich nicht immer nachvollziehbar: Für einige Wörter in einer Sprache gibt es keine genaue Übersetzung in einer anderen Sprache. Dieses Phänomen kann am Beispiel der Übersetzung von Straßennamen, Plätzen, Organisationen usw. betrachtet werden. Es sind dabei die passenden Übersetzungsvarianten zu finden, z.B.: „*Novosibirsker Staatliche Technische Universität/ die TU Nowosibirsk/ Technische Universität Nowosibirsk*“.

Zu diesem Punkt gehörten auch grammatische, morphologische und syntaktische Besonderheiten. Bei der Gestaltung einer Webseite ist es wichtig, die morphologischen und syntaktischen Sprachunterschiede zu akzeptieren. Schließlich ist es zu ergänzen, dass Kommunikation mit der Standardsprache erstellt werden soll [1].

2. **Kulturelle Besonderheiten** umfassen die entscheidenden Details, die corporate Website für andere Länder und Kulturen perfekt macht, z.B. es sind keine Bilder oder Aussagen heruntergeladen, die in einer anderen Kultur als beleidigend oder nicht eindeutig verständlich empfunden werden [3]. Interkulturelle Gestaltung einer corporate Webseite spielt eine wichtige Rolle, um das Vertrauen der Besucher (in unserem Fall – Studenten/innen, Schüler/innen, DaF-Lehrer/in und Dozenten/innen) zu gewinnen. Dabei ist das Alter von Lernenden bzw. Studierenden zu beachten. Es sind beispielsweise folgende internationale Elemente, die bei der Gestaltung der corporate Webseiten zu berücksichtigen sind, wie die „Wahrnehmung der Symbolik oder kontextuelle Aussage einer Farbe“ [2, S. 32].

3. **Technische Besonderheiten** beziehen sich auf ein konsequentes Integrieren von allen Teilen der Website in die Lokalisierung, also von Bildern, Grafiken, alternativen Texten, der URL-Struktur sowie Slugs, Tags und Kategorien [4]. Die Anpassung von diesen Elementen ist auch wichtig für das Web-Design. Von wichtiger Bedeutung ist die Informationsarchitektur. Sie erleichtert es dem Besucher, die gewünschten Informationen zu suchen und zu finden [2, S. 29].

Es wurde also bei der Lokalisierung der Webseite des internationalen studentischen Wettbewerbs für die Deutschlernenden festgestellt, dass es einige

Schwierigkeiten mit seinen Einstellungen der Webseite gibt. Dies deutet darauf hin, dass ein Übersetzer, der mit Online-Seiten arbeitet, mindestens über grundlegende Kenntnisse auf dem Gebiet der IT-Technologien verfügen muss.

Wenn man über die Lokalisierung der corporate Webseiten spricht, so wäre es unmöglich, über die damit verbundenen Fehler nicht zu sprechen, u.z.:

- Die Lokalisierung kann Misstrauen bei den Nutzern verursachen und die Richtigkeit der Wahrnehmung der Inhalte beeinträchtigen.
- Webseiten-Lokalisierung selbst durchführen: Durch die Verwendung von maschinellen Übersetzern werden Ihre Inhalte für potentielle Kunden schwer lesbar, da Texte im Regelfall nur Wort-für-Wort übersetzt werden und auch der natürliche Ausdruck von Emotionen, Redensarten und Humor auf der Strecke bleibt, und es bleibt auch die Möglichkeit der Ungenauigkeit der Übersetzung.
- Keine regelmäßige Pflege oder Aktualisierung: Besucher sind immer aufmerksam darauf achten, dass die Inhalte aktualisiert und übersetzt werden, denn so gewinnt man neue Kunden für die fremdsprachige Webseite.
- Mangelhafte Recherche über das Zielland, das Fehlen von relevanten Informationen über das jeweilige Land, die Sprache und die kulturellen Besonderheiten des internationalen Zielpublikums.
- Das Übersetzen von AGB, Datenschutz und Impressum vergessen: die Übersetzung dieser Seiten von großer Bedeutung: Nutzer und Kunden können nicht ausreichend informiert und abgesichert sein.

Zusammenfassend könnte man sagen, dass das Hauptproblem der Lokalisierung von corporate Webseiten die vielseitige Kompetenz des Übersetzers bleibt. Es ist unmöglich, Texte von Online-Ressourcen zu übersetzen, ohne das dafür notwendige Wissen zu haben. Die oben genannten Besonderheiten beziehen sich jedoch einerseits auf das Sprachniveau und das Alter der Besucher, andererseits auf sprachlich-stilistische, kulturelle, technische Besonderheiten bei der Lokalisierung von corporate Webseiten.

Literaturverzeichnis

1. Erstellen von mehrsprachigen Kommunikationswebsites,-Seiten und Nachrichten [Elektronische Ressource] // Microsoft.com. – URL: <https://support.microsoft.com/de-de/office/erstellen-von-mehrsprachigen-kommunikationswebsites-seiten-und-nachrichten-2bb7d610-5453-41c6-a0e8-6f40b3ed750c> (Zugangsdatum 05.10.2020). [in Deutsch].
1. Leitfaden Internationalisierung des Internetauftritts [Elektronische Ressource] // Microsoft.com. – URL: <https://www.imove->

germany.de/static/de/publikationen/iMOVE_Leitfaden-Internet-
Internationalis.pdf (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Deutsch].

2. Brandl, R. In 5 Schritten eine mehrsprachige Website erstellen [Electronische Ressource] // Websitebuilder-Test.com. – URL: <https://www.websitebuilder-test.com/mehrsprachige-website/> (Zugangsdatum 02.11.2020). [in Deutsch].
3. Vaugan, A. Lokalisierung ist nicht nur reine Übersetzung [Electronische Ressource] // Wyngs. – URL: <https://wyngs.co/2021/06/15/lokalisierung-ist-nicht-nur-reine-übersetzung/> (Zugangsdatum 02.10.2020). [in Deutsch].

UDK 658.7

ANWENDUNG DES ABC-KLASSIFIZIERUNGSANSATZES ZUR OPTIMIERUNG DER LAGERPLATZNUTZUNG

Ksenia V. SACHNOVA

ksenia.sahnova@yandex.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftlicher Betreuer: Dr.-Ing., Doz. V. Yu. Shchekoldin

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. Im Artikel wird die Möglichkeit der Verwendung der Theorie der kumulativen Kurven und ABC-Analysetechnik für die kompetente Organisation des Lagerraums untersucht. Die Berechnungen basieren auf realen Statistiken der Transport- und Logistikunternehmen.

Schlüsselwörter: Lagerlogistik, ABC-Analyse, Verkaufsdynamik

In den modernen Bedingungen der intensiven Datenaustausch und die Beschleunigung der logistischen Prozesse ist die Frage der Zeitersparnis auf den abgesonderten logistischen Operationen sehr relevant. Dabei ist die Transportzeit aufgrund der großen Anzahl von zufälligen Faktoren schwierig zu reduzieren, während das Lager oft zur internen Struktur des Unternehmens gehört, wodurch flexible Managementsysteme aufgebaut werden können [3].

Die Untersuchung solcher Fragen in der Logistikbranche sowie in bestimmten mittleren und großen Produktions- und Handelsunternehmen ist sehr relevant, da solche Unternehmen Lagerräume mit Materialströmen der unterschiedlichen Art haben. Die Kosten für die Lagerung sind beträchtlich, und

deshalb will jedes Unternehmen den maximalen Nutzen aus den verfügbaren Flächen bekommen [2]. In dem vorliegenden Artikel wird die Möglichkeit betrachtet, die Lagerhaltung so zu organisieren, dass sich die am meisten geforderten Güter in einem minimalen Abstand von der Ladezone befinden. Um die vorhandene Klassifizierung für die Verteilung von Waren nach Lagergebieten anzuwenden, verwenden wir die ABC-Analysetechnik, wo die Klasse A sind die Waren mit der höchsten Nachfrage, B – Durchschnitt und C – wenig oder saisonale Waren. Es wurden die statistischen Angaben der Transport- und Logistik-Unternehmen, die in der Westsibirischen Region tätig sind, analysiert. Somit wurde die Analyse der Warenankunft ins Lager im Zeitraum vom 24.10.2018 zum 03.12.2019 durchgeführt. Zur Vereinfachung der Analyse wurde die verfügbare Nomenklatur nach Ladungstypen gruppiert. Als Ergebnis wurden 18 Produktgruppen von den ursprünglichen 154 Warenbezeichnungen hervorgehoben. Für die ABC-Analyse wurden zwei Indikatoren ausgewählt, die das Warenvolumen (in m^3) und die Menge (in Stücken) charakterisieren. Es wurden kumulative Kurven erstellt, die entsprechende Regressionsabhängigkeit anhand der Parametrisierung bewertet [5]. Die Integralmethode wurde zur Unterscheidung der Klassen A, B und C verwendet [4]. In Abb. 1 wird der Prozess der Bewertung der kumulativen Kurve und ihrer Unterteilung in Klassen für den Indikator „Volumen“ dargestellt.

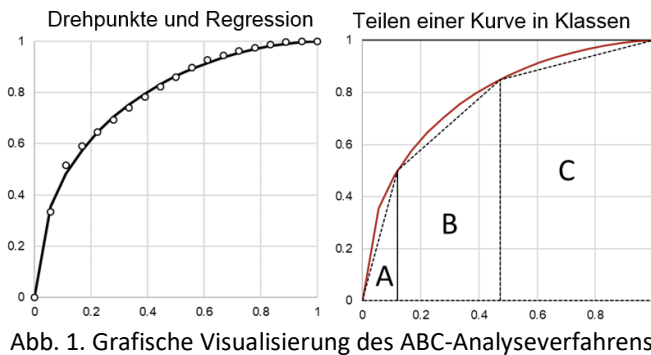


Abb. 1. Grafische Visualisierung des ABC-Analyseverfahrens

Die Ergebnisse der ABC-Analyse sind in der Tabelle 1 dargestellt.

Tabelle 1. Ergebnisse der eindimensionalen ABC-Analyse
der verallgemeinerten Nomenklatur

Der Messwert	Geschätzte Regressionen (Parametrisierung von Rasche)	Menge Positionen der Klasse A, %.	Menge Positionen der Klasse B, %.	Menge Positionen der Klasse C, %.
Volumen, m ³	$y = 1 - (1 - x^{0.4980})^{1.6212}$	12.02	35.38	52.60
Menge, Stck	$y = 1 - (1 - x^{0.4690})^{1.4201}$	11.45	35.67	52.88

Laut der in der Tabelle 1 dargestellten Daten könnte man schließen, dass es keine grundsätzlichen Unterschiede bei der Warenverteilung nach zwei Indikatoren gibt. Dies wird indirekt durch die erreichte Approximationsgenauigkeit angezeigt (0,29% und 0,27% pro Punkt der Nomenklatur).

Daher fallen die beiden Gruppen mit den höchsten Indikatorwerten in die Klasse A, die nächsten sechs in die Klasse B und die verbleibenden zehn gehören zur Klasse C.

Die Klasse A umfasste die Gruppen mit dem größten Volumen und der größten Anzahl von Lieferungen – Ersatzteile, Maschinen und Geräte. Die durchgeführte Analyse des Lieferplans zeigt, dass die Nachfrage während des Navigationszeitraums von April bis November steigt. (Abb. 2)

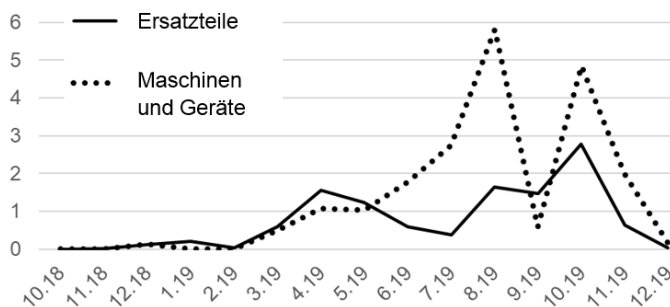
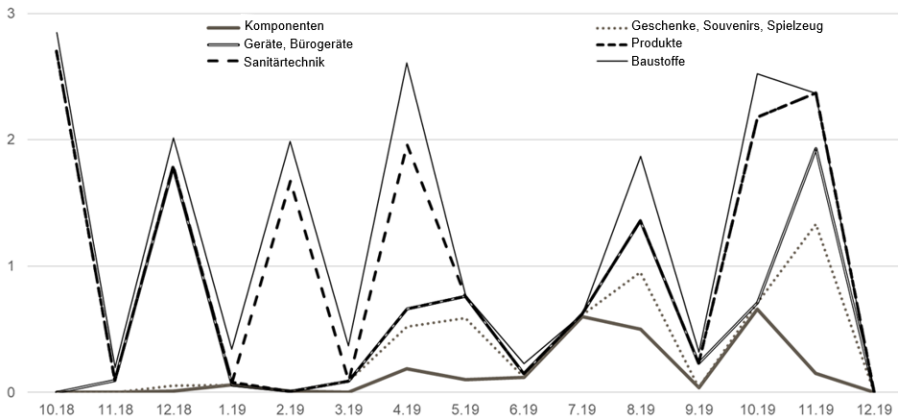
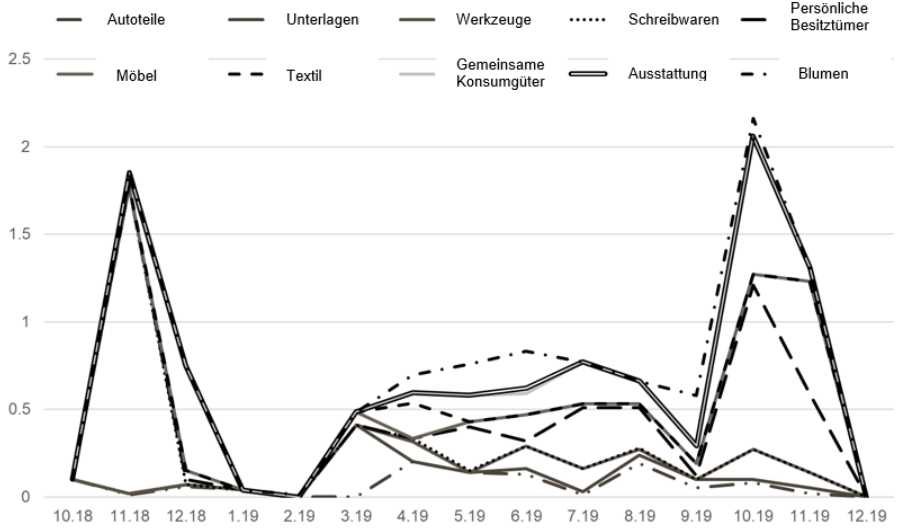


Abb. 2. Dynamik der Nachfrage nach Waren der Klasse A

Bei Gruppe B ist die Situation ganz anders: Fast jeden Monat ist der Wert der Nachfrage ungleich null, das Volumen ist jedoch viel geringer als bei der Klasse A. (Abb. 3)



Die übrigen Warengruppen wurden der Klasse C zugeordnet. (Abb. 4)



Basierend auf den durchgeführten Berechnungen könnten folgende Empfehlungen zur Optimierung der Logistikprozesse im Lager eines Unternehmens vorgeschlagen werden:

- die Waren der Klasse C sollten als Waren mit der geringsten Nachfrage in die Fernzone des Lagers gebracht werden, aber im Voraus so verpackt werden, dass die maximale Fracht für die minimale Anzahl von Laderfahrten befördert wird;
- die Waren der Klasse B den zentralen und in Zeiten geringer Nachfrage nach Waren der Klasse A den Teil des Lagers zugeordnet werden sollten, der der Ladefläche am nächsten im Lager liegt;
- aufgrund der Saisonalität der Nachfrage nach Gütern der Klasse A, vor allem während der Navigationsperiode, den Teil des Lagers am nächsten an die Ladefläche geräumt werden sollten.

In der Abb. 5 wird ein Beispiel für die Zonierung von Lagerflächen basierend auf den obigen Empfehlungen dargestellt. Dieser ungefähre Plan zeigt die Anordnung von 26 Frontalgestellen mit den Abmessungen 4*1,8*12 Meter, einschließlich der Berücksichtigung der für die Lagerung von Containern und die Warenfreigabe zugewiesenen Flächen. Die Breite der Gänge zwischen ihnen beträgt 4 m, basierend auf der Länge des Laders (3,5-3,7 m). Außerdem wird eine Fläche (ca. 130 m³) mit einer separaten Textur für die Lagerung von Waren zugewiesen, die nicht auf ein Gestell gestellt werden können.

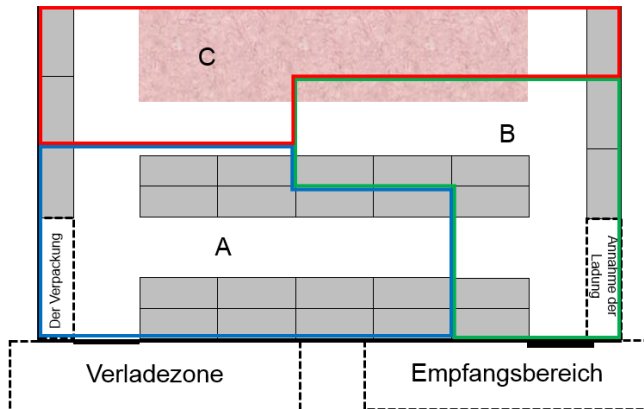


Abb. 5. Der ungefähre Plan der Zoneneinteilung von Lagerflächen

Die Anwendung dieser Empfehlungen sollte dem befragten Unternehmen helfen, den Lade- und Entladevorgang zu optimieren und Strafen von Auftragnehmern für die Verzögerung von Fahrzeugen zu vermeiden.

Der Wert der in der Arbeit diskutierten Methodik liegt in ihrer Vielseitigkeit – die ABC-Klassifizierungsanalyse kann sowohl zur Optimierung von

Produktions- und Lagereinrichtungen als auch zur Bildung einer Auswahl von Handelsunternehmen verwendet werden. Folglich kann die Durchführung einer solchen Analyse in Verbindung mit Prognose- und mathematischen Modellierungswerkzeugen bessere Ergebnisse und Möglichkeiten für die Geschäftsentwicklung gewährleisten.

Literaturverzeichnis

1. Bowersox, D. J., Kloss D. J. Logistik: eine integrierte Lieferkette. – M.: CJSC „Olymp-Business“, 2008. – 640 S. [in Russisch].
2. Krylatkov, P. P, Kuznetsova, E. Yu., Kozhushko, G. G., Mineeva T. A. Industrieunternehmenslogistik: Lehrbuch – Jekaterinburg: Uralverlag. Universität, 2016. – 176 S. [in Russisch].
3. Kurganov, V.M. Logistics. Transport und Lager in der Lieferkette von Waren. – M.: Knizhnyj mir, 2009. – 182 S. [in Russisch].
4. Lukinsky, V.S. Modelle und Methoden der Theorie der Logistik: Lehrbuch. Handbuch / 2. Aufl. – SPb.: Peter, 2007. – 448 S. [in Russisch].
5. Shchekoldin, V.Y., Lyssenko, M.Y. Development of classification methods based on cumulative curves analysis // XIV International Scientific-Technical Conference on Actual Problems of Electronics Instrument Engineering (APEIE), Novosibirsk, 2018. – S. 164-167. [in Russisch].

UDK 33

SOCIAL MEDIA ALS EFFIZIENTES MARKETINGINSTRUMENT

Olga A. UDARZEVA

udarceva0186@gmail.com

Nowosibirsker Staatliche Universität für Transport, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der pädagogischen Wissenschaften,

Doz. M. G. Orlova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. In dem vorliegenden Artikel werden Social Media ein effektives Marketinginstrument in der Kommunikation mit dem Kunden analysiert. Es wird das Potenzial des SMM-Marketings betrachtet.

Schlüsselwörter: Social Media, Marketinginstrumente, Onlinemarketing, Social Media Marketing, Kundenloyalität

Die moderne Welt und der moderne Mensch sind ohne Internet und soziale Netzwerke schwer vorstellbar. Die Menschen nutzen das Internet für verschiedene Ziele. Einige benutzen das Internet als Kommunikationsmittel und verbinden sich mit anderen Menschen, für die anderen ist das Internet ein Arbeitswerkzeug.

Das Internet ist ein effektives Marketinginstrument kann die Zielgruppe erheblich erweitern. Deshalb ist die Förderung von Waren und Dienstleistungen durch soziale Netzwerke heute besonders aktuell.

Digitales Marketing auch das Onlinemarketing spielt im modernen Marketing-Konzept eine wichtige Rolle. SMM (Social Media Marketing) ist eine Form des Onlinemarketings [1] und ein Prozess, Besucher, potenzielle Verbraucher über soziale Medien die Kundenloyalität zu gewinnen und zu einem Produkt, einer Dienstleistung oder einer Marke zu bringen.

Social Media Marketing hat seine eigenen Eigenschaften. Zu diesen Eigenschaften gehören: Vertrauenswürdigkeit, Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit, Offenheit und Sympathie, flexibles Umdenken, Teamplayer, strategisches Denken, Fähigkeit, aufmerksam zu zuhören, Kreativität.

Die Möglichkeiten von SMM sind nicht nur die Kommunikation mit den Stammkunden. Das Potenzial des SMM-Marketings ist viel breiter und umfasst:

- Steigerung des Umsatzes;
- Erweiterung und Anziehung der Zielgruppe;
- Retargeting;
- Neutralisierung negativer Informationen;
- Erhöhung der Erkennbarkeit von Waren;
- Schaffung einer Marke.

Die SMM-Förderung einer Marke bzw. einer Dienstleistung wird in 5 Stufen durchgeführt:

erstens: Planung und Entwicklung einer Strategie,

zweitens: Entwicklung einer Plattform zur Online-Kommunikation,

drittens: Entwicklung der Inhalte bzw. Contents, auch der Content-Strategie,

viertens: Anziehung der potentiellen Kunden,

fünftens: Organisation und Steuerung der Interaktion.

Laut den Angaben des deutschen Online-Portals für Statistik Statista beträgt die Anzahl der regulären Internetnutzer etwa 3,97 Milliarden [2]. Etwa 70% der Weltbevölkerung hat den Internetzugang. Monatlich verarbeitet Google etwa 60 Milliarden Anfragen. Diese statistischen Angaben zeigen, dass die Förderung von Waren und Dienstleistungen über das Internet wirklich effektiv ist. Und auch die Online-Werbung ist billiger und effektiver als Off-line-Werbung.

Am populärsten sind soziale Medien wie Facebook, Twitter, Youtube, XING, Instagram, Pinterest und LinkedIn, die Messengers Snapchat, Whatsapp und sind damit die wichtigsten Plattformen für Social Media Marketing.

Social Media Marketing ist heutzutage sehr beliebt, weil es viele Vorteile hat, die diese Form des Marketings anbietet. Dazu gehören:

- die unbegrenzte, immense Reichweite,
- die Möglichkeit eines Unternehmens, seine eigene Anhängerschaft aufzubauen,
- die Möglichkeit, eigene Marke gezielt weiterzuentwickeln,
- die Konkurrenz im Auge behalten.

Wo es die Vorteile gibt, gibt es in der Regel auch die Nachteile. Das könnte auch beim Social Media Marketing nicht anders funktionieren.

Ein großer Nachteil, den man akzeptieren muss, ist der mögliche Kontrollverlust. Wenn man als Kommunikationsmittel mit den Kunden ein offenes Forum benutzt, so kann die Situation schnell aus den Rudern laufen.

Daneben ist auch ein Unternehmen auch immer von der Technik abhängig. Falls der Server beispielsweise ab stürzt oder plötzlich Probleme mit dem Internet-Zugang vorkommen, dann man auch kein Social Media Marketing betreiben kann.

So kann man schließen, dass Social-Media-Marketing Unternehmen hilft, eine loyale Community mit Kunden und Interessenten aufzubauen. Die Nutzung der verschiedenen Plattformen ermöglicht einen Austausch zwischen Kunden und Interessenten. Über die sozialen Netzwerke wird die Reichweite vergrößert, die Kunden effizienter informiert und das Unternehmen profitiert von der Chance zur Neukundengewinnung.

Literaturverzeichnis

1. Social Media Marketing (SMM) [Elektronische Ressource] // Onlinemarketing-Praxis. – URL: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-marketing-smm> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Deutsch].
2. Anzahl der Internetnutzer weltweit in den Jahren 2005 bis 2019 (in Millionen) [Elektronische Ressource] // Statista. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/805920/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-weltweit/> (Zugangsdatum 03.12.2019). [in Deutsch].

Sektion 2.

Linguistik, Kontrastive Linguistik

UDK 81

EINFLÜSSE AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE: STIRBT DIE DEUTSCHE SPRACHE AUS?

„Was wir als Sprachverfall wahrnehmen, ist der allgegenwärtige Sprachwandel, aus der historischen Froschperspektive betrachtet.“

R. Keller

Gamsia S. AKHMEDOVA

khamsiya@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. Ju. Ju. Miklucho

Sprachbetreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. Ju. Ju. Miklucho

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Arbeit werden Auswirkungen von Regiolekten und Dialekten, der Dominanz des Englischen, der Internets- und Jugendsprache auch der Internationalisierung von Kommunikationsinstrumenten, eines wachsenden Bevölkerungsanteils mit Migrationshintergrund auf die Standardsprache analysiert.*

Schlüsselwörter: *Standardsprache, Hochsprache, Hochdeutsch, Umgangssprache, Jargon, Slang, Kiezdeutsch*

Die Vielfalt der Dialekte, aktive Nutzung und Verbreitung der Jugendsprache (besonders durch soziale Netzwerke) und wachsende Nutzung der englischen Sprache, Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung auf die deutsche Sprache haben einen starken Einfluss auf das Standarddeutsch. Hinzu kommen Probleme in Bezug auf wachsenden Bevölkerungsanteil mit Migrationshintergrund [8]. Infolgedessen müssen die Sprachstandards überarbeitet und geändert werden. Aufgaben der Forschung sind wie folgt:

- positive und negative Einflüsse von Dialekten, Jugendsprache, Anglizismen und Migrantensprachen auf Standarddeutsch zu untersuchen;
- die aktuelle Sprachforschung, die mit dem Einfluss auf Deutsch verbunden sind, zu analysieren;
- statistische Angaben der letzten Jahre über Sprachenpolitik zu forschen.

Der Versuch einer Problemfeldbeschreibung geht folgende Aspekte an:

- Können Dialekte als Problem oder Potenzial betrachtet werden?

- Wie groß ist der Einfluss der Jugendsprache auf die Standardsprache?
- Wie groß ist der Einfluss und die Verbreitung von Anglizismen im Deutschen?
- Welche Auswirkungen der Digitalisierung auf die deutsche Sprache lassen sich zeigen?
- Wie hat sich die deutsche Sprache in den letzten Jahren durch Migration verändert?

Standardsprache wird auch Hochsprache oder Hochdeutsch genannt. Sie wird im akademischen und beruflichen Kontext, auch in der schriftlichen Kommunikation verwendet. Die Umgangssprache, auch Alltagssprache, ist die Sprache, die im täglichen Umgang benutzt wird, aber keinem spezifischen Soziolekt entspricht.

Unter Umgangssprache versteht man eine Sprachform, die vor allem mündlich und im privaten Umfeld, also bei Freunden oder in der Familie, verwendet wird [12]. Die Umgangssprache kommt aber manchmal auch in schriftlicher Form vor, z.B. bei der Kommunikation über die neuen Medien (Internet, Smartphone), aber auch in der Literatur, beispielsweise in Jugendbüchern.

Lange Zeit war es so, dass Dialekt hauptsächlich in dörflicher Umgebung gesprochen wurde, während die Standardsprache in den Städten vorherrschte. Mit der immer stärker werdenden Abwanderung aus den Dörfern in die Städte wird die Bedeutung der Dialekte immer spürbarer zurückgedrängt. Dadurch verwischen die (ohnehin teilweise recht unscharfen) Dialektgrenzen, noch verstärkt durch – meist berufsbedingte – Migrationen [10].

Auch die Standardsprache ist vom Jugendslang geprägt. Kiezdeutsch geht über die Jugendkommunikation hinaus, und neuerdings hat es die Grenzen des Gebrauchs erweitert und ist in die Publizistik vorgedrungen. Das Eindringen von Jargon und Slangausdrücke in die literarische Sprache und Massenmedien ist ein Phänomen, das von verschiedenen Kategorien der Gesellschaft mehrdeutig wahrgenommen wird. Es ist anzunehmen, dass das „nachlässige Deutsch“ negative Auswirkungen auf eine literarische Standardsprache haben könnte. Andererseits wird Kiezdeutsch als eine Sprache angesehen, die interessante sprachliche Neuerungen zu bringen sei [9]. Immer häufig wird das Jugendvokabular von den Werbetreibenden in den Werbetexten verwendet. Gegenwärtig sind Wörter wie „der/das Fake“ (die Fälschung) und „der Paparazzo“ (der Skandalreporter) in den Zeitungen weit verbreitet. Die Umgangssprache bringt alle möglichen Veränderungen in die Hochsprache. Beispielsweise funktionieren grammatikalische Regeln manchmal nicht: Adjektive und Verben haben keine Endungen, die Reihenfolge der Satzglieder wird gebrochen.

Das Problem umfasst jedoch nicht nur diese Veränderungen, sondern die geringe Fähigkeit der jungen Menschen, eine Standardsprache zu beherrschen, u.z.

es wird in der letzten Zeit der sogenannte Begriff wie „doppelseitige Halbsprachigkeit“ gebraucht [4].

Mit der Entwicklung der Medien erscheinen immer mehr englische Wörter (Anglizismen) im Deutschen. Ursprünglich wurden Anglizismen in der Geschäftswelt aufgetaucht, weil sich international tätige Konzerne um Einheitlichkeit in der Terminologie bemühten. Später verbreitete sich diese Erscheinung auf die Werbung, um den Produkten ein Flair von Internationalität zu verleihen. Bald begannen immer mehr junge Manager, ihre Rede mit englischen Ausdrücken zu spicken, was sich schnell verselbständigte. Diese Sprachform verbreitet sich aktiv in Deutschland, besonders in der öffentlichen Sphäre. Eine weitere Bedrohung für die deutsche Sprache ist die Migration. Sie verändert nicht nur das Bild vieler Orte und Städte in Deutschland, sie hinterlässt ihre Spuren auch in der deutschen Kultur und vor allem in der deutschen Sprache.

Migration beeinflusst das Deutsche vor allem in der Umgangssprache. Die Sprache wird vereinfacht und die Diskrepanz zwischen der Umgangssprache und der Schriftsprache wird immer spürbar. Gleichzeitig wird der deutsche Wortschatz erweitert [5].

Deutsch ist dynamisch und durchlässig, es nimmt Wörter und Strukturen von anderen Sprachen auf, wie z.B. das türkische Wort „Döner“ [5]. Laut dem Gesetz § 23 VwVfG bleibt die Amtssprache Deutsch [13]. Es werden auch in Deutschland Minderheitensprachen gesetzlich geschützt [13]. Andererseits beeinflusst die Ausländervielfalt in Deutschland die Standardsprache [1; 10]. Die Tendenz ist so, dass die meisten Forschungen heutzutage „sehen in der Zweisprachigkeit und Bikulturalität von Migranten eine Zwischenstufe vor der vollständigen Assimilation an die Aufnahmesprache und -kultur“ [7].

Laut den letzten Forschungen von Statista Research Department könnte man schließen, dass die Häufigkeit der Dialektismen und Anglizismen im Sprachgebrauch in Deutschland immer wächst und für die Meisten Befragten (84%) diese Erscheinung merklich sei [3; 6]. Nach Angaben der Befragung von Sprachwissenschaftlern lassen sich die Auswirkungen der Digitalisierung auf die deutsche Sprache immer deutlicher zeigen [2].

Der Einfluss von Dialekten, Jugendsprache und Englisch auf das Deutsche ist unklar. Einerseits wird alles, was die Sprache unnötig kompliziert macht, weggelassen. Komplizierte Grammatik wird daher abgebaut und die Strukturen vereinfachen sich, weil nicht die Korrektheit der Sprache, sondern ihre Funktion – die Kommunikation – im Mittelpunkt steht. Andererseits entwickelt sich die deutsche Sprache dank der Dialekte, der Jugendsprache und der Verbreitung von Anglizismen. Die deutsche Sprache wird also verändert und gar nicht ausschließlich negativ. Es sind auch positive Einflüsse festzustellen und als Ausgleich bezüglich der obenerwähnten Diskrepanzen könnte man die Worte von Journalisten Mirko Smiljanic angeben: „Das Deutsche ist eigentlich ein Bündel von Varietäten, also

von Spielarten und Ausprägungen. Die deutsche Standardsprache ist eine davon, die wichtigste, aber eine davon.“ [11].

Literaturverzeichnis

1. Aktuelle Spracheinstellungen in Deutschland [Elektronische Ressource] // Universität Potsdam. – URL: https://www.uni-potsdam.de/fileadmin/projects/svm/PDFs/Pressemitteilung_Doppelte_Halbsprachigkeit.pdf (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
2. Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung auf die deutsche Sprache [Elektronische Ressource] // Wissenschaftsjahr. URL: https://www.wissenschaftsjahr.de/2014/fileadmin/content/Presse_Downloads/Umfrageergebnisse_Auswirkungen_der_Digitalisierung_auf_die_deutsche_Sprache.pdf (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
3. Anteil der Bürger Berlins, der zumindest gelegentlich "berlinert" im Jahr 2014 [Elektronische Ressource] // Statista. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1116703/umfrage/verbreitung-berliner-dialekt/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
4. Die sogenannte „Doppelte Halbsprachigkeit“: eine sprachwissenschaftliche Stellungnahme [Elektronische Ressource] // Universität Potsdam. – URL: https://www.uni-potsdam.de/fileadmin/projects/svm/PDFs/Pressemitteilung_Doppelte_Halbsprachigkeit.pdf (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
5. Der Einfluss von Migration auf die deutsche Sprache - Alumniportal Deutschland [Elektronische Ressource] // Alumniportal Deutschland. – URL: <https://www.alumniportal-deutschland.org/deutschland/kultur/deutsche-sprache-migration/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
6. Häufigkeit des Gebrauchs verschiedener Anglizismen nach Zustimmung, dass zu viele Anglizismen benutzt werden in Deutschland im Jahr 2016 [Elektronische Ressource] // Statista. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/597280/umfrage/haeufigkeit-des-gebrauchs-verschiedener-anglizismen-in-deutschland/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
7. Lüdi, G. Neue Herausforderungen an eine Migrationslinguistik im Zeichen der Globalisierung [Elektronische Ressource] // Universität Potsdam. – URL: https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/5165/file/moku02_online_S_15_38.pdf (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
8. Mehrsprachigkeit in Deutschland. MIGRATION UND SPRACHE [Elektronische Ressource] // Goethe-Institut. – URL: <https://www.goethe.de/ins/pl/de/spr/mag/21328114.html> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].

9. Morozov, E. A. Kiezdeutsch und Goethe-Sprache // Probleme der Geschichte, Philologie, Kultur. 2016. Nr. 3 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiezdeutsch-i-yazyk-gyote-dve-veschi-nesovmestnye-k-voprosu-o-vliyanii-molodezhnogo-slenga-na-nemetskiy-literaturnyy-yazyk> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Russisch].
10. Shellenberger, Ju. Sprachliche Situation und Sprachpolitik im heutigen Deutschland [Electronische Ressource] // INTER-CULTUR@L-NET. – URL: <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/123/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
11. Smiljanic, M. Zur Lage der deutschen Sprache. Dialekte, Jugendsprache, Hochdeutsch // Deutschlandfunk. – URL: <https://www.deutschlandfunk.de/zur-lage-der-deutschen-sprache-dialekte-jugendsprache-100.html> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
12. Unterscheidung von Standardsprache und Umgangssprache [Electronische Ressource] // Kapiert.de. – URL: <https://www.kapiert.de/deutsch/klasse-9-10/sprache-untersuchen/wortkunde/standardsprache-und-umgangssprache-unterscheiden/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
13. Verwaltungsverfahrensgesetz (VwVfG) § 23 Amtssprache [Electronische Ressource] // Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. – URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/impressum.html> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].

UDK 81 – 115 [811.111+811,161,2]

ABWERTENDE ETHNONYME IM DEUTSCHEN, ENGLISCHEN UND RUSSISCHEN

Darya A. BOLYAK

bolyak_darya@mail.ru

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftlicher Betreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) Sh. R. Basyrov

Sprachbetreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) Sh. R. Basyrov

Zusammenfassung. *Der vorliegende Beitrag ist der Untersuchung der Ethnonyme im Deutschen, Englischen und Russischen gewidmet, die die Völker, Nationen, Minderheiten negativ kennzeichnen. Es werden Motivationsmerkmale festgestellt, die für die abwertende Namencharakteristika der Angehörigen von sechs ethnischen Gruppen (Afrikaner, Franzosen, Italiener, Türken, Polen, Asiaten) verwendet werden.*

Schlüsselwörter: *Ethnonym, Motivation, Merkmal, Namenbildung, Produktivität*

Unter den Ethnonymen (aus dem Griechischen *ἔθνος* 'Stamm, Volk' und *ὄνομα* 'Name, Benennung') versteht man die Wörter, die verschiedene Nationen, Völker, Nationalitäten, Minderheiten u.a. bezeichnen [4; 8]. Im vorliegenden Artikel werden diejenige Ethnonyme untersucht, die rassistische, nationale, kulturelle und andere Unterschiede menschlicher Gruppen negativ kennzeichnen. Die abwertenden Ethnonyme sind aus den Übersetzungs- und Bedeutungswörterbüchern der deutschen, englischen und russischen Sprachen gewonnen, sowie auch aus den Monographien und speziellen Arbeiten [1; 2; 3; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11]. Das gesamte Korpus der zu analysierenden Ethnonyme betrug 318 Einheiten (dt. – 114, engl. – 112, rus. – 92) und umfasste die Personenbezeichnungen von sechs ethnischen Gruppen – Afrikaner, Franzosen, Italiener, Türken, Polen und Asiaten.

Den abwertenden Ethnonymen liegen im Deutschen, Englischen und Russischen verschiedene Differenzierungsmerkmale zugrunde, die das ganze empirische Sprachmaterial in fünf Gruppen einteilen lassen.

1. Am produktivsten erweisen sich die Ethnonyme, die die Angehörigen ethnischer Gruppen nach deren Erscheinungsbild (Aussehen, Hauptfarbe, Gesichtsform, Haarwuchs, Körpergröße etc.) negativ bewerten. Das betrifft in erster Linie Japaner, Chinesen und Schwarzafrikaner, die ein ausgeprägt charakteristisches Aussehen besitzen und dementsprechend auffallen, vgl. dt. Mandelauge 'Asiatin', Blacky 'Afrikaner', engl. Panface 'Chinese', Fuzzy 'Africaner', rus. горелый 'Afrikaner', желток 'Asiate'.

2. Zahlenmäßig groß sind auch die Ethnonyme, die einige ethnische Gruppen wegen ihrer Vorliebe für bestimmte Nahrungsmittel und Getränke abschätzig charakterisieren. Dieses Merkmal zeigt sich besonders deutlich bei den Italienern, vgl. dt. Pizzabäcker 'Italiener', Calzone 'Italiener', rus. макаронник 'Italiener'.

3. Für die abwertende Personenbezeichnung werden nationale Eigennamen, Vornamen, angestammte Lebensräume, sowie auch spezifische kulturelle Verhaltensweisen und Eigenarten verwendet, vgl. dt. Ali/Hassan/Ibrahim 'Türke', Iwan 'Russe, russischer Soldat', Polanski/ Polackenschwein 'Pole', rus. чалма 'Türke'. Die englischen Ethnonyme Bic-Needer/ Soap Dodger 'French' charakterisieren die historisch etablierten Hygienegewohnheiten der Franzosen. Das deutsche Ethnonym Madame Butterfly, das sich auf die Heldin der gleichnamigen Oper von Puccini bezieht, verwendet man für die Bezeichnung einer Asiatin.

4. Weniger zahlreich sind Ethnonyme, die eine bestimmte Art der Aktivität einer ethnischen Gruppe widerspiegeln. Das deutsche Ethnonym Autoschieber charakterisiert negativ die Polen, die zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt in den Autodiebstahl aktiv verwickelt waren und das englische Cleaning Lady veranschaulicht die häufige Beschäftigung der polnischen Frauen in Reinigungsberufen. Das russische Ethnonym пуховик 'Chinese' lässt uns an die postsowjetische Zeit zurückerinnern, in der auf den Märkten viele Chinesen mit den Jacken gehandelt haben.

5. Bemerkenswert sind auch die Ethnonyme, die das häufig gebrauchte Vokabular der Sprache einer ethnischen Gruppe darstellen, vgl. dt. Arrivederci 'Italiener', rus. солди 'Italiener' (ital. soldi 'Geld'), аллопец 'Italiener' (ital. allora „also“).

Kontrastive Untersuchung der abwertenden Ethnonyme lässt also folgende Schlussfolgerungen ziehen: 1) Die analysierten Ethnonyme sind emotional ausdrucksstark und negativ gefärbt, 2) Die ethnischen Abwertungen entstehen durch rassische, nationale, religiöse und kulturelle Unterschiede menschlicher Gruppen. Die Handlugen, Gewohnheiten, das Aussehen, die Rede u.a. einer ethnischen Gruppe stellen eine Abweichung von der Norm bzw. Normalität der Eigengruppe dar, was den Menschen auffällt und in der jeweiligen Sprache negativ bewertet wird.

Literaturverzeichnis

1. Berezovich, E. L. Rossijskaja i Francijskaja: dialog jazykovykh stereotipov: monografija / E. L. Berezovich, G. I. Kabakova. – M.: Rossijskaja akademija nauk, 2019. – 60 S. [in Russisch].
2. Dolja, A. B. Jetniceskie prozvischha v anglijskom i russkom jazykah: motivacionnyj aspekt / A. B. Dolja // Praktiki i interpretacii: zhurnal filologičeskikh, obrazovatel'nyh i kul'turnykh issledovanij. – Rostov-na-Donu: Juzhnyj federal'nyj universitet, 2016. – S. 214-224. [in Russisch].
3. Elistratov, V. S. Slovar' russkogo argo: Materialy. – M.: Russkie slovari, 2000. – 694 S. [in Russisch].
4. Golubovskaja, E. A. Osobennosti otrazhenija jetniceskich stereotipov v leksičeskom sostave anglijskogo jazyka / E. A. Golubovskaja // Učenie zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo social'nogo universiteta. 2012. Nr. 4(104). S.124-130. [in Russisch].
5. Grigor'eva, V. V. Semantika jekspressivnyh jetnonimov v russkom jazyke. – M.: Izdatel'stvo Istoki, 2016. – S. 23-26. [in Russisch].

6. Hatebase is a collaborative, regionalized repository of multilingual hate speech [Elektronische Ressource] // Hatebase. – URL: <https://hatebase.org/> (Zugangsdatum 21.11.2020). [in Englisch].
7. Ivanova, E. E. Neliteraturnye naimenovanija nacional'nostej kak vyrazhenie rechevoj agressii // Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija. – Kurgan: Kurganskij gosudarstvennyj universitet, 2010. – S. 20-29. [in Russisch].
8. Markefka, M. Etnische Schimpfnamen – kollektive Symbole alltäglichen Diskriminierung „Muttersprache“, 1999, Nr. 3, S. 193-206. [in Russisch].
9. Plis, I. E. Tipologičeskaja klassifikacija jetnonimov russkogo jazyka // Jazykovaja lichnost' i jeffektivnaja kommunikacija v sovremennom polikul'turnom mire. – Minsk: Belorusskij gosudarstvennyj universitet, 2018. – S. 144-148. [in Russisch].
10. The Racial Slur Database [Elektronische Ressource] // RSDb. – URL: <http://www.rsdb.org/> (Zugangsdatum 21.11.2020). [in Englisch].
11. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache [Elektronische Ressource] // MundMische [Elektronische Ressource]. – URL: <https://www.mundmische.de/> [in Deutsch].

UDK 347.78.034

BESONDERHEITEN DER ÜBERSETZUNG VON FACHLEXIK IN DEN ONLINE-RESSOURCEN DER DEUTSCHEN UNTERNEHMEN IM INTERNET

Rosa O. DZHAUNOVA

d_rosa_20@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. Z.M. König

Sprachbetreuerin: Doz. M.A. Morozova

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel werden die Besonderheiten der Übersetzung von fachbezogener Lexik bei der Unternehmenskommunikation im Internet am Beispiel der deutschsprachigen Unternehmenswebseiten analysiert.*

Schlüsselwörter: *Fachlexik, Fachjargonismen, transnationale Unternehmen, Unternehmenskommunikation, Unternehmenswebseite, Social-Media-Kanäle*

Die Unternehmenskommunikation hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Einen großen Wert legen die Unternehmen außer der Unternehmenswebseite auf solche Kanäle für die interne und externe Kommunikation wie Social Media. Die Anzahl der befragten Unternehmen in Deutschland beträgt 30% (deutsches Online-Portal für Statistik Statista, Stand: 2021) [6]. Laut der Analyse von mehr als 300 deutschsprachigen Unternehmen [2 S. 9], die auf den Gebieten Automobilbau, Elektronik und Energietechnik, Nahrungsmittel- und Leichtindustrie, IT-Technologien, Finanzen, Telekommunikation und Hotellerie tätig sind, 100% haben eine Unternehmenswebseite oder korporative Webseite (*engl.* corporate website). Etwa 65 % benutzen dabei zwei und mehr Social-Media-Kanäle für die Unternehmenskommunikation. Die Mehrheit von analysierten deutschsprachigen Unternehmenswebseiten verfügen über mehrseitige Webseiten und Social-Media-Kanäle – in Englisch (traditionell), Französisch, Spanisch, Chinesisch, Russisch usw. [2 S. 9].

Die Erstellung von mehrseitigen Unternehmenswebseiten und Social-Media-Kanäle hängt von der globalen Erweiterung des Absatzmarktes und der intensiven Entwicklung der Partnerbeziehungen weltweit ab. Die Anzahl der Unternehmen, die sich immer stärker nicht nur auf den deutschen sondern auf den internationalen Markt konzentrieren. Man kann schließen, dass die moderne Tendenz mit der zunehmenden sektorübergreifenden Marktmacht der Unternehmen eng verbunden sei, dabei sich dank „Größen- und Verbundvorteilen vor dem Hintergrund globalisierter Märkte und internationaler Konkurrenz“ zu transnationalen Unternehmen (TNCs) entwickeln [4, S. 153].

Laut der Analyse von unterschiedlichen Texten auf den deutschsprachigen Unternehmens- und Fachmessenwebseiten, auch in Social-Media-Kanälen [2, S. 9] könnte man behaupten, dass alle Texte die aktuelle Fachlexik enthalten, die von den Fachleuten der betreffenden Fachgebieten aktiv verwendet wird.

Eines der wichtigsten Kennzeichen der berufsspezifischen Kommunikation bzw. der Texten auf den Kommunikationswebseiten ist der berufsspezifische Wortschatz, der aus der terminologischen und der nichtterminologischen Lexik, (u.z. Termini und Lexik des nicht terminologischen Charakters) besteht. Hervorzuheben sei dabei, dass sich die Korrelation der Anzahl von Termini und der Lexik des allgemeinen Sprachgebrauchs in den Texten auf den Kommunikationswebseiten und auch in den Texten der Social-Media-Kanäle unterscheidet. Das hängt von der Zielgruppe, der Art der für die Kommunikation benutzten Internet-Ressource (Unternehmenswebseite, Facebook, Twitter,

Unternehmensblog u.a.) ab. So wird beispielsweise die Lexik des allgemeinen Sprachgebrauchs meistens in den Texten der Social-Media-Kanäle, auch Fachjargonismen (Berufsjargonismen) verwendet. Dabei können die Elemente der fachspezifischen Lexik vorkommen. Umgekehrt sieht die Situation in den Texten auf den Kommunikationswebseiten aus: Es werden neben dem Allgemeinwortschatz meistens Fachtermini und berufsbezogene Lexik gebraucht [2, S. 9].

Bei der Übersetzung solcher Texte ist es wichtig, die Besonderheiten der Unternehmenskommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen und der dazu genutzten Kommunikationskanäle bzw. angepassten Kommunikationsstil zu akzeptieren. Sogar mehrdeutige Wörter, die in diesen Texten verwendet werden, ausschließlich einzige terminologische Bedeutung [3; 5; 7] erhalten. Das Wichtigste ist es, bei der Übersetzung den Adäquanzgrad zu beachten.

Dabei soll das aktuelle und verwendbare Terminosystem des betreffenden Fachgebietes im Rahmen des Sprachraumes, dem dieser Originaltext angehört, berücksichtigt werden, sonst kann der übersetzte Terminus/terminologische Wortverbindung falsch verstanden werden. Beispielsweise darf der russische technische Begriff „агрессивные климатические условия“ nicht als „aggressive Klimabedingungen“ übersetzt werden, weil das Wort „aggressiv“ meistens mit dem angriffslustigen, streitsüchtigen menschlichen Benehmen verbunden ist. In bezug auf Gebiet Technik/ Energietechnik wird die terminologische Wortverbindung „extreme Klimabedingungen“ verwendet. Gleichzeitig dieser Terminus wird im russischen Sprachraum auf dem Gebiet Technik eindeutig und aktiv verwendet.

So findet man diesen Terminus auf den Unternehmenswebseiten von *Intelsius GmbH* (deutscher Hersteller der intelligenten Proben-transport- und temperaturkontrollierte Verpackungen, <https://intelsius.de/produkte/proben-transport/biotherm-extreme/>) und *POLARMATIC* (finnischer Hersteller und Dienstleistungsanbieter auf dem Gebiet der Prozessplanung und Anpassung der Anlagen und Systeme, <https://www.polarmatic.com/de/produkte-und-dienstleistungen/aushartungsprodukte/>), der als „агрессивные климатические факторы/ агрессивное воздействие среды/ агрессивная природная среда“ übersetzt werden sollen.

Der Meinung von T.R. Levickaya und A.M. Fitermann nach, ist „der Terminus genau, exakt; präzise und in der Regel in bezug auf das betreffende Fachgebiet eindeutig und erfordert eine eindeutige Übersetzung“ [1, S.11-12].

Somit ist es sehr wichtig, sich in der Terminologie des betreffenden Fachgebietes gut auskennen [1, S. 11-12].

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass viele Faktoren, die bei der Übersetzung relevant sind, akzeptiert werden sollen. Damit die diesen Adäquanzgrad zu erhöhen, sollten folgende Voraussetzungen erfüllt werden:

- 1) die Übersetzung der Termini/ Fachlexik unabhängig vom Kontext,
- 2) die Übersetzung der Termini/ Fachlexik vom Gesichtspunkt des bezogenen Terminusystems, das im Originaltext existiert, und dem dieser Terminus angehört,
- 3) die Übersetzung der Termini/ Fachlexik unter Berücksichtigung der Bedeutungsübertragung des Terminus aus einer Sprache in die andere.
- 4) die Übersetzung der Termini/ Fachlexik unter Berücksichtigung des Sprachstils,
- 5) die Übersetzung der Termini/ Fachlexik unter Berücksichtigung der aktuellen und verwendbaren Terminusystems des betreffenden Fachgebietes im Rahmen des Sprachraumes, dem dieser Originaltext angehört.

Literaturverzeichnis

1. Levickaya, T.R., Fiterman, A.M. Teoriya i praktika perevoda s anglijskogo na russkij. M.: Izdatel'stvo literatury na inostrannyh yazykah, 1963. – 123 S. [in Russisch].
2. Morozova, M.A. Autentichnye korporativnye jelektronnye resursy v obuchenii inostrannomu jazyku v vuze: ucheb. Posobie. Novosibirsk: NGTU, 2016. – 98 S. [in Russisch].
3. Sosnina, O.S., Stepanova, M.M. Terminologicheskaya nasyshchennost' kak dominantna perevoda obrazovatel'nyh videoprogramm // Nedelya nauki SPbPU: materialy nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem, 18-23 noyabrya 2019 g. Gumanitarnyj institut. V 3 ch. CH. 1. – SPb.: POLITEKH-PRESS, 2020. – S. 18-21. [in Russisch].
4. Stand und Entwicklung der Unternehmenskonzentration in Deutschland [Electronische Ressource] // Monopolkommission. – URL: https://www.monopolkommission.de/images/HG22/HGXXII_Kap2_Unternehmenskonzentration.pdf (Zugangsdatum 23.11.2020). [in Deutsch].
5. Vlavackaya, M.V. Leksiko-semanticheskaya skhema terminologicheskogo polya „kombinatornaya lingvistika“ = Lexical Semantic Diagram of Terminological Field „Combinatorial Linguistics“ / M. V. Vlavackaya, M. A. Efanova. – DOI 10.30853/phil210399. // Filologicheskije nauki. Voprosy teorii i praktiki.– 2021. – T. 14, Nr. 8. – S. 2560–2566. [in Russisch].
6. Umfrage zur Nutzung von den Kanälen für die interne und externe Kommunikation 2021 [Electronische Ressource] // Statista. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1180025/umfrage/nutzung-von->

den-kanalen-fuer-die-interne-und-externe-kommunikation/ (Zugangsdatum 23.11.2020). [in Deutsch].

7. Zakirova, E.S. Ekvivalentnost' perevoda v yazyke dlya special'nyh celej [Electronische Ressource] // ECO-Vector. – URL: <https://journals.eco-vector.com/2074-0530/article/view/67588/49501> (Zugangsdatum 23.11.2020). [in Russisch].

UDK 81

FUNKTIONIEREN VON VERBEN IN BELARUSSISCHEN UND DEUTSCHEN PHRASEOLOGISCHEN EINHEITEN MIT KOMMUNIKATIONSSEMANTIK

Irina G. JANUL

irinkayanul@mail.ru

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. O. I. Kovalchuk

Sprachbetreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. S. S. Maslennikowa

Zusammenfassung. *In dieser Arbeit wird das Funktionieren von Verben in Phraseologismen der deutschen und belarussischen Sprache, die Besonderheiten ihrer Verwendung und Repräsentierung untersucht. Es werden solche Methoden der Forschung wie Analyse, Synthese, Klassifizierung verwendet.*

Schlüsselwörter: *Repräsentierung, phraseologische Einheiten, Funktionieren von Verben, Belarussisch, Deutsch*

In vielen Fällen drücken Verben, die in Phraseologismen verwendet werden, ihre primäre Bedeutung nicht aus, und in einigen Fällen können sie ganz anders repräsentiert werden. Das Problem der sekundären Repräsentierung von Verben ist unweigerlich mit dem Begriff „Konzept“ verbunden. Das Konzept kann durch die Erwerbung grundsätzlich neuer Eigenschaften und des selbstständigen Status eine sekundäre Repräsentierung in der Sprache erhalten.

Die Untersuchung von Verben in Phraseologismen, die den Sprachprozess repräsentieren, hat z.B. gezeigt, dass die gleiche lexikalisch-semantische Gruppe solche Verben enthält, die auf den ersten Blick nichts mit der Semantik des Sprechens oder der Kategorie „der sprechende Mensch“ zu tun haben. Das wird durch die Erwerbung von Verben der konzeptionellen Derivation erklärt, die eine große Anzahl von Konzepten in einer einzigen Struktur zu kombinieren ermöglicht.

Lassen Sie uns versuchen, die Funktionsweise von Verben in der Zusammensetzung von phraseologischen Einheiten der deutschen und belarussischen Sprachen zu untersuchen, die auf den Kommunikationsprozess hinweisen. Als Quellen der Studie dienten „Bedeutungswörterbuch der belarussischen Literatursprache“ [5], „Phraseologisches Wörterbuch der belarussischen Sprache“ von I.J. Lepeshev [3, 4], „Deutsch-Russisches phraseologisches Wörterbuch“ von L.E. Binovich [1] und das Online-Wörterbuch Duden [2].

Zuerst wurden die Verben der belarussischen Sprache betrachtet. Nach der Semantik wurden die Verben in mehrere lexikalisch-semantische Gruppen unterteilt. Zur lexikalisch-semantischen Gruppe mit dem gemeinsamen Sem ‘**sprechen**’ gehören *брахаць* (bellen), *вешаць* (aufhängen), *выкладваць* (ausbreiten), *гарадзіць* (quatschen), *часаць* (kratzen), *разяўляць* (aufsperrn), *тачыць* (schärfen); ‘ausdrücken, aussprechen’: *адводзіць* (wegführen, abführen), *зламаць* (brechen), *зрывацца* (scheitern); ‘ausbedingen (als verleumden)’: *мыць* (waschen), *падхапліваць* (aufschnappen), *запудрыць* (täuschen); ‘sagen, beweisen’: *крыць* (überdachen), *сарваць* (vereiteln), *падцерці* (aufwischen), *званіць* (біць) (anrufen); ‘bitten’: *рабіць* (machen), *цалаваць* (küssen). Im Rahmen unserer Forschung wurden folgende Phraseologismen analysiert:

- *sprechen, reden*:

Брахаць на пень ‘unangemessen, dumm zu sprechen’ [3, S. 135], *Вешаць лапшу* ‘betrügen, indem Sie die Unwahrheit sprechen’ [3, S. 193], *Выкладваць усе карты (козыры) на стол* ‘sprechen, über etwas berichten’ [3, S. 242], *Гарадзіць плот* ‘Unsinn reden, erfinden’ [3, S. 300], *Часаць язык (языкі)* ‘verschwendet, leer sprechen; verleumden’ [4, S. 888], *Тачыць лясы* ‘verschwendet, leer sprechen’ [4, S. 708].

- *ausdrücken, aussprechen, äußern*:

Адводзіць душы ‘innersten Gedanken ausdrücken, Erfahrungen teilen; das, was schmerzhaft ist’ [3, S. 58], *Можна язык зламаць (паламаць)* ‘etwas schwer aussprechen’ [3, S. 60], *Зрывацца (злятаць) з вуснаў* ‘unfreiwillig, unerwartet äußern’ [3, S. 437], *Укладвацца ў вусны* ‘sich auf jemandes Willen zu äußern’ [4, S. 780].

- *ausbedingen (als verleumden)*:

Мыць (абмываць, перамываць) языком ‘verleumden, verunglimpfen’ [4, S. 74], *Запудрыць мазгі* ‘absichtlich viele falsche Dinge sagen, indem man jemanden betrügt, verleumden’ [3, S. 464].

- *sagen, beweisen*:

Крыць няма чым ‘nichts als Antwort sagen’ [3, S. 616], *Званіць (біць) ва ўсе званы* ‘allen überall laut sagen; sich übermäßig rühmen’ [3, S. 483], *Сарваць з языка* ‘vor jemandem das sagen, was der andere ausdrücken wollte’ [4, S. 507], *Падцерці (уцерці) нос* ‘in etw. seine Überlegenheit beweisen’ [4, S. 198].

Wie wir sehen können, jedes in den Phraseologismen verwendete Verb auf die eine oder andere Weise mit dem Sprachprozess verbunden ist, obwohl die primäre Semantik angegebener Lexeme darauf vollständig nicht hinweisen kann. Insgesamt haben wir 16 Verben in einer sekundären Repräsentierung am Beispiel belarussischer Phraseologismen untersucht. Verben mit der gemeinsamen Semantik sprechen (5), reden (1), äußern (2), ausdrücken (1), aussprechen (1), ausbedingen (2), sagen (3), beweisen (1), erklären (2).

Nach dem gleichen Prinzip wurden die deutschen phraseologischen Einheiten und die in ihnen verwendeten Verben definiert. Zu den Verben mit der allgemeinen und nicht primären Semantik (wird vom Autor betont), die mit der Rede verbunden ist, und dem Sem 'verweigern, ablehnen' (5) gehören die folgenden Verben: *aufgeben, ablassen, erteilen, stellen, abgehen*; '**sagen, vorsagen, äußern, erzählen, beweisen**' (8): *kommen, absehen, geben, werfen, bringen, jubeln, belegen, spinnen*; '**sprechen, plaudern**' (5): *vormachen, bestimmen, bewegen, tragen, entschlüpfen*. Insgesamt wurden im Rahmen dieser Forschung 18 Verben untersucht. Jedes dieser stilistisch-neutralen und stilistisch-gefärbten Verben, die sich auf die Eigenschaften des Sprachprozesses beziehen, zeigt den Wert der Information, ihre Wahrscheinlichkeit, die Unschärfe der Rede und so weiter an. Wenden wir uns an die Phraseologismen der deutschen Sprache:

- **sagen, vorsagen, äußern, erzählen, beweisen:**

abgesehen davon, daß [1, S. 12], j-m etw.in den Bart werfen [1, c. 74], *einen Fingerzeig geben* [1, S. 199], *etw. mit Brief und Siegel belegen* [1, S. 120], j-m ordentlich (feste) *geben* [1, S. 222], j-m etwas vor die Füße *werfen* [1, S. 216], *da gibt's nichts!* [1, S. 222], *etwas aus der Hand geben* [1, S. 278], *etwas zu Gehör bringen* [1, S. 229], *juble nicht eher, als bis du über den Graben bist* [1, S. 257], *ein Garn spinnen* [1, S. 221], *was vom Herzen kommt, geht zu Herzen* [1, S. 302].

- **sprechen, plaudern:**

sich bestimmen lassen [1, S. 92], *sich (D) entschlüpfen lassen* [1, S. 172], *sich zu etw. bewegen lassen* [1, S. 95], *sein Herz auf der Zunge tragen* [1, S. 302], *Flausen (vor) machen* [1, S. 200].

- **verweigern, ablehnen:**

j-m eine Absage *erteilen* [1, S. 15], *sein Amt aufgeben* [1, S. 27], *von Bösen ablassen* [1, S. 114], j-m eine Absage *stellen* [1, S. 15], *Sich (D) nichts abgehen lassen* [1, S. 12].

Auf diese Weise ist die sekundäre Semantik ein charakteristisches Phänomen für die Verben, die den Sprachprozess repräsentieren. Wie könnte man sehen, in der belarussischen Sprache die sekundäre Repräsentierung des spezifischen Korrelats **sprechen** haben folgende Verben, wie *брахаць (bellen), вешаць (aufhängen), гарадзіць (quatschen), часаць (kratzen), тачыць (schärfen)* u.a., in der deutschen Sprache gilt das Verb **sagen** als Hauptverb, das in 12 Fällen erscheint *absehen, kommen, geben, bringen, werfen, belegen, jubeln*. Es sei zu

betonen, dass die sekundäre Semantik der Verben in der Phraseologie offenbart wird, weil die meisten Wörter in diesem Fall mit dem Prozess des Umdenkens verbunden sind.

Literaturverzeichnis

1. Binovich, L.E. Njemjecko-russkij frazjeologichjeskij slovar / L.E. Binovich. – M.: Akvarium, 1995. – 768 S. [in Russisch].
2. Duden [Electronische Ressource] // Duden. – URL: <https://www.duden.de/> (Zugangsdatum 04.10.2020). [in Deutsch].
3. Ljepjeshaw, I.Ja. Slownik frazjealagizmaw bjelaruskaj movy. U 2 t. T.1. A-L / I.Ja. Ljepjeshaw. Minsk: BjelEn, 2008. – 672 S. [in Belorussisch].
4. Ljepjeshaw, I.Ja. Slownik frazjealagizmaw bjelaruskaj movy. U 2 t. T.2. M-Ja. / I.Ja. Ljepjeshaw. Minsk: BjelEn, 2008. – 968 S. [in Belorussisch].
5. Tlumachalny slownik bjelaruskaj litaraturnaj movy. Minsk: BjelEn, 1996. – 784 S. [in Belorussisch].

UDK 811.112.2:811.161.3

DIE KOMPARATIVE ANALYSE DER DEUTSCHEN UND BELORUSSISCHEN PHRASEOLOGISMEN MIT DER KULINARISCHEN KOMPONENTE, DIE DAS TRINKEN BEZEICHNET

Liya A. LAPUTSKO

liya.laputko@bk.ru

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. S. S. Maslennikowa

Sprachbetreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. S. S. Maslennikowa

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel handelt es sich um die Bedeutungen der deutschen und belorussischen Phraseologismen mit der kulinarischen Komponente, die das Trinken bezeichnet, und ihre Äquivalente in beiden Sprachen. Es wird auch analysiert, welche Bedeutungen solcher Phraseologismen am häufigsten auftreten.*

Schlüsselwörter: *Belorussisch, Deutsch, komparative Analyse, kulinarische Komponente, Phraseologismen*

Phraseologismen nehmen einen besonderen Platz in der lexikalischen Struktur der Sprache ein und stellen bildliche Mittel dar, drücken Gedanken und Gefühle mit ihrer nationalen Spezifität und Identität aus. Das sind fertige ganzheitliche Einheiten, die ebenso wie einzelne Wörter aus dem Gedächtnis extrahiert werden. Sie sind reproduzierbar, resistent nach Bestand und Struktur und haben ihre eigene Semantik, die von der Bedeutung ihrer Komponenten unabhängig ist. Sie machen die Sprache reicher und lebendiger [2, S. 34].

In diesem Artikel wird eine komparative Analyse der deutschen und belorussischen Phraseologismen mit der kulinarischen Komponente, die das Trinken bezeichnet, dargestellt, um das Maß ihrer Äquivalenz zu identifizieren. Die Quellen unserer Forschung sind phraseologische Wörterbücher der deutschen [1] und der belorussischen [3; 4] Sprachen.

Im Mittelpunkt der vergleichskontrastiven Analyse der phraseologischen Einheiten liegen verschiedene Seiten der interlingualen Korrelation bestimmter Einheiten, d.h. die Identität ihrer semantischen oder formell-semantischen Organisation [2, S. 56]. Die Analyse des Materials zeigt auch das Vorhandensein einer Zwischenstufe – eine unvollständige, partielle Identität.

Laut der durchgeführten Analyse von Phraseologismen mit der angegebenen Komponente wurden die vollständigen Äquivalente aufgedeckt:

er Becher fließt über – *чаша цярпення перапоўнілася* 'jemand hat schon keine Kräfte, keine Möglichkeit, etwas zu dulden, zu ertragen';

etw. mit der Muttermilch einsaugen – *упіваць з малаком маці* 'bereits als Kind, seit den frühen Jahren';

Brüderschaft trinken – *піць на брудэршафт* 'befreundet sein, duzen, die Freundschaft mit einem besonderen Ritus zu festigen, bei dem zwei seiner Teilnehmer gleichzeitig ihre Gläser trinken';

sich fühlen wie ein Fisch im Wasser – *адчуваць сябе як рыба ў вадзе* 'jemand fühlt sich sehr frei, verhält sich natürlich';

Wasser in den Brunnen tragen – *насіць ваду рэшатам* 'nutzlose Arbeit tun, vergeblich, ergebnislos arbeiten';

alle Wasser auf seine Mühle leiten – *цягнуць ваду на сваё кола* 'jemand macht alles zu seinem Vorteil, für seinen Eigennutz'.

Die Phraseologismen mit der angegebenen Komponente in beiden Sprachen, die gleiche Bedeutung, aber kaum partielle Identität haben, sind:

zu tief ins Glas geguckt haben – *пад чаркай* (buchst. unter dem Glas) 'jemand hat ein bisschen zu viel getrunken, ist in betrunkenem Zustand';

kalter Kaffee – *ліць ваду* (buchst. das Wasser gießen) 'der Unsinn, leeres Geschwätz';

durch den Kakao ziehen – *варыць ваду* (buchst. das Wasser kochen) 'sich über jemanden lustig machen, jemanden ausspielen';

er hat nicht viel in die Milch zu brocken – з хлеба на квас (buchst. vom Brot auf Kwas); 'jemand lebt sehr bescheiden, kann nicht mit großem Wohlstand prahlen, verhungern';

wie Milch und Blut aussehen – кроў з малаком (buchst. Blut mit Milch) 'ein blühendes Aussehen haben, gesund, stark sein';

das Land, darinnen Milch und Honig fließt – малочныя рэкі з кісельнымі беразамі (buchst. Milchflüsse mit einem Schlaraffenland) 'jemand führt ein freies, gesichertes Leben'.

Wie sich infolge unserer Forschung erwies, sind in der Phraseologie der deutschen Sprache die meisten Phraseologismen mit der kulinarischen Komponente, die das Trinken bezeichnet, mit Alkoholmissbrauch verbunden. Und zwar „jemanden lüten, Überflüssiges trinken, Trunkenheit gönnen, betrunken bis zum Vollrausch sein“, sie haben keine Äquivalente im Belorussischen: *j-n unter Alkohol setzen; im Becher ersaufen mehr als im Meer; ein Glas über den Durst trinken; gern ins Glas gucken; zu tief ins Glas geguckt haben; die Nase zu tief Glas stecken; ein Gläschen über den Durst trinken; zu tief in die Kanne gesehen haben; in die Kanne steigen müssen; einen Rausch trinken; sich dem Trunk ergeben; j-n zum Trunk verleiten; laß den Trunk dem Manne, aber nicht den Verstand in der Kanne.*

Die von uns untersuchten belorussischen Phraseologismen (ohne Äquivalente im Deutschen) haben nur zwei Hauptbedeutungen:

a) „jemanden unterdrücken, ausbeuten, verspotten, rücksichtslos quälen, zur Armut führen, jemandem Ärger verursachen“: *вазіць ваду* 'buchst. Wasser transportieren'; *садзіць на ваду* 'buchst. auf Wasser setzen'; *у лыжцы вады ўтаніць* 'buchst. in einem Löffel Wasser ertränken'; *напіцца крыві* 'buchst. sich mit Blut betrinken'; *высмоктаць сок* 'buchst. Saft saugen'; *цягнуць сок* 'buchst. Saft ziehen'; *выціскаць сокі* 'buchst. Säfte auspressen'.

b) „jemandem zu gefallen tun, unterwürfig sein, sehr viel ertragen, viel erleben, hungern, sterben“: *сядзець на хлебе і вадзе* 'buchst. auf Brot und Wasser sitzen'; *ногі мыць і тую ваду піць* 'buchst. Füße waschen und jenes Wasser trinken'; *прайсці агонь і ваду і медныя трубы* 'buchst. Feuer und Wasser und Kupferrohre vergehen'; *цішэй вады і ніжэй травы* 'buchst. leiser als Wasser und unter dem Gras'; *часам з квасам, а парою з вадю* 'buchst. manchmal mit Kwas und manchmal mit Wasser'; *трапіць да Абрама на піва* 'buchst. zu Abram auf Bier kommen'; *піць чашу да дна* 'buchst. den Kelch bis zum Boden trinken'.

Im Laufe unserer Forschung haben wir uns noch einmal überzeugt, dass die Phraseologie wirklich der Träger der reichsten Information über die Vertreter der vergleichenden Sprachen und Kulturen ist. Infolge der durchgeführten Analyse von den Phraseologismen mit der kulinarischen Komponente, die das Trinken bezeichnet, wurden nur 6 vollständige Äquivalente identifiziert. Auch 6 feste deutsche und belorussische Redewendungen sind anders, haben jedoch in den

beiden Sprachen die gleiche Bedeutung. Noch mehr Phraseologismen mit der angegebenen Komponente treffen sich nur im Deutschen oder nur im Belorussischen (haben keine Äquivalente in der zweiten Sprache). Unsere Forschung zeigt, dass Deutsch und Belorussisch an den Phraseologismen mit der Komponente, die das Trinken bezeichnet, reich sind und nach ihrem Gebrauch mehr Unterschiede als Ähnlichkeiten haben.

Literaturverzeichnis

1. Binovich, L.Je. Nemecko-russkij frazeologicheskij slovar' / L.Je. Binovich. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo inostrannyh i nacional'nyh slovarej, 1956. – 904 S. [in Russisch].
2. Görner, H. Redensarten. Kleine Idiomatik der deutschen Sprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1979. – 262 S. [in Russisch].
3. Lepeshaw, I.Ja. Frazealogichny slownik belaruskaj movy. U 2 t. T 1. A-L / I.Ja. Lepeshaw. – Minsk: BelJen, 1993. – 590 S. [in Belorussisch].
4. Lepeshaw, I.Ja. Frazealogichny slownik belaruskaj movy. U 2 t. T 2. M-Ja / I.Ja. Lepeshaw. – Minsk: BelJen, 1993. – 607 S. [in Belorussisch].

UDK 811.112.2

LINGUISTISCHE AUSDRUCKSMITTEL DER BITTE IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Alina A. SAK

alina.sak@mail.ru

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. E. N. Dubitskaya

Sprachbetreuerin: Doz. E. N. Dubitskaya

Zusammenfassung. In der Arbeit wird die Analyse der Ausdrucksmittel des direktiven Sprechaktes der Bitte in der modernen deutschen Sprache durchgeführt. Die Bitte im Deutschen kann direkt (explizit) und indirekt (implizit) ausgedrückt werden. Zu den direkten Ausdrucksformen der Bitte gehören Konstruktionen mit dem Imperativ oder einem performativen Verb. Zu den indirekten Ausdrucksformen gehören Frage- und Aussagesätze. In dem vorliegenden Artikel wird die Häufigkeit der Verwendung von expliziten und impliziten Modellen zeigt, die eine Bitte ausdrücken, und auch werden die Gründe für die Verwendung bestimmter Formen ermittelt.

Schlüsselwörter: *direktiver Sprechakt, Sprechakt der Bitte, Ausdrucksmittel der Bitte, moderne deutsche Sprache*

Die Bitte ist ein direktiver Sprechakt, der eine Tat voraussetzt, die der Zuhörer im Interesse vom Sprecher macht. Dabei kann der Handlungsvollzieher frei wählen, ob er die Handlung realisiert oder nicht [2, S. 512]. Bei einer Bitte wird im Allgemeinen das Prinzip der Höflichkeit beachtet. Der Adressant kann die Absage bekommen, und der Adressat kann in der Bitte etwas Unannehmbares sehen, einen Versuch der Unterdrückung von der Wahlfreiheit. Die Beachtung des Prinzips der Höflichkeit und die Wahl der passenden Sprachmittel verhindern jedoch in der Regel solche Situationen.

Der direkte Sprechakt der Bitte ist einer der am häufigsten verwendeten nicht kategorischen Sprechakten. Dies erklärt die vielen Möglichkeiten seiner Umsetzung, deren Wahl und korrekte Anwendung das Ergebnis der kommunikativen Meldung bestimmt. Das Ziel dieser Studie war es, eine Liste der sprachlichen Ausdrucksmittel der Bitte im modernen Deutsch zu erstellen und deren Häufigkeit zu ermitteln.

Die Forschung wurde anhand von 89 Aussagen mit der Bedeutung der Bitte durchgeführt. Das Material wurde durch die Methode der kontinuierlichen Auswahl aus den Werken „Im Westen nichts Neues“ von E.M. Remarque und „Fabian. Die Geschichte eines Moralisten“ von E. Kestner ausgewählt.

Die Aufnahme einer Äußerung in die semantische Gruppe der Bitte basierte auf der Transformationsmethode. Eine Äußerung wurde als Bitte betrachtet, wenn es möglich war, sie in eine explizite Bitte umzuwandeln, z.B. durch ein performatives Verb „bitten“, z.B.: *Da öffnet er den Mund und flüstert: „Hierbleiben“.* – *Kat sagt: „Wir kommen ja gleich wieder“* (= Ich bitte euch zu bleiben) [3, S. 32].

Die Bitte wird in der deutschen Sprache am häufigsten in den folgenden zwei Modellen umgesetzt:

(1) explizite Modelle: *„Nehmen Sie sich ein Wasserglas, und trinken Sie erst einen Schluck“* (=Ich bitte Sie, ein Wasserglas zu trinken und erst einen Schluck zu trinken) [1, S. 97].

(2) implizite Modelle, in Form der Frage- oder der Aussagesätze: *„Kannst du heute zu mir kommen?“* (=Ich bitte dich, heute zu mir zu kommen) [1, S. 132].

In unserer Stichprobe am größten war die Gruppe, in der die Bitte direkt ausgedrückt wird (60 Beispiele) im Vergleich zu 29 Beispielen, in denen die Bitte indirekt geäußert wird.

Zu den expliziten oder direkten Ausdrucksmitteln gehören Konstruktionen mit einem Imperativ oder einem performativen Verb. Laut unserer Analyse des Materials könnte man behaupten, dass die Aussagen mit dem Verb in der höflichen Form (die 3. Person Plural) (2/3 der Stichprobe) unter den expliziten Ausdrucksformen der deutschen Bitten dominieren.

Der Gebrauch der 3. Person Plural für die Äußerung einer Bitte ist gerechtfertigt, weil dadurch sichergestellt wird, dass der Sprecher höflich bleibt und die Grundprinzipien der Kommunikation beachtet, um einen maximal erfolgreichen Kommunikationsprozess aufzubauen, z.B.: „*Hier ist die Speisekarte. Suchen Sie sich, bitte, etwas aus*“ (= Ich bitte Sie etwas auszusuchen) [1, S. 26].

In diesem Fall möchte der Adressant den Adressaten zur Wahl anregen, wobei er natürlich sein Bestes tut, dies zu tun. Die Anrede „Sie“ und die Verwendung des Wortes „bitte“ zeugt vom Respekt, betont die Höflichkeit des Sprechers und führt in der Regel zu einem positiven Ergebnis.

Praktisch mit der gleichen Häufigkeit wie die Äußerungen mit der Höflichkeitsform des Verbs werden für die Vermittlung der Bitte imperativische Repliken mit einem Verb in der Form der 2. Person Singular gebraucht, z.B.: „*Gib mir noch eine Zigarette*“, *sagt er* (= Ich bitte dich, mir noch eine Zigarette zu geben) [3, S. 124].

In diesem Beispiel wird ein Appell an einen gleichgestellten Empfänger gerichtet. Und die Begründung der Bitte in diesem Fall ist das Interesse des Sprechers an der Durchführung der Handlung, was ein wichtiger Bestandteil der semantischen Struktur dieses Sprachakts ist.

Die Analyse des Materials zeigt, dass manchmal (15% der Beispiele) zur Formulierung einer Bitte im Deutschen Ausdrücke mit einem Verb in Form der 2. Person Plural verwendet werden, z.B.: *Kemmerich zeigt mit der Hand. „Legt sie unters Bett“*. *Müller tut es* (= Ich bitte euch, das unters Bett zu legen) [3, S. 7].

Die synthetische Form des Verbs der imperativischen Äußerung verweist auf die Einbeziehung mehrerer Kommunikatoren in die vom Sprecher zu erwartende Handlung. Die folgende Aussage „Müller tut es“ weist jedoch auf die individuelle Handlung eines der Hörer hin, was für eine Bitte typisch ist.

Selten wird das performative Verb „bitten“ zum Ausdruck der Bitte gebraucht, z.B.: „*Ich bitte, die Störung zu entschuldigen*“, *sagte der eine und verbeugte sich* [1, S. 156].

Eine performative Aussage zu formulieren bedeutet, entsprechende Handlungen vorzunehmen, z.B. zu befehlen, zu versprechen, zu bitten. Die Verwendung eines Performativs erhöht den kategorischen Charakter der Aussage,

verstärkt den Druck auf den Adressaten, was für die Äußerung einer Bitte unerwünscht ist. Die Direktiven werden auch indirekt (implizit) ausgedrückt. Die Verwendung impliziter direkter Äußerungen ist aufgrund ihrer außergewöhnlichen Kapazität und Sparsamkeit sowie der Tatsache, dass sie zur Schaffung einer angenehmen, höflichen Atmosphäre beitragen, weit verbreitet. Zu den indirekten Formen der Bitte gehören Frage- und Aussagesätze. Die Analyse des Materials lässt sich zeigen, dass die Bitte in 32,6% der Beispiele indirekt ausgedrückt wird. Unter den impliziten (indirekten) Ausdrucksformen deutschsprachiger Bitten dominieren Fragesätze, während Aussagesätze weniger häufig vorkommen. Die Verwendung von Fragesätzen beim Ausdrücken einer Bitte ist sehr verbreitet. Durch die Verwendung dieser Form wird die Bitte noch höflicher und korrekter, ohne den Empfänger irgendwie zu kränken. Zu den indirekten Ausdrucksformen der Bitte gehören auch Aussagesätze, z.B.: *„Ihr dürft mir nicht eure Sachen schicken, Mutter. Ich habe alle“* (=Ich bitte Sie, mir eure Sachen nicht zu schicken) [3, S. 98]. Auf der Grundlage unserer Stichprobe können wir jedoch feststellen, dass die Häufigkeit der Verwendung dieser Konstruktionen (3,5%) viel geringer ist als die Häufigkeit der Fragesätze (96,5%). Dies ist darauf zurückzuführen, dass Aussagesätze kategorischer als Fragekonstruktionen sind.

Die durchgeführte Forschung des Materials zeigt also, dass direkte Mittel für den Ausdruck der Bitte mehr konsequent sind. Unter ihnen werden die imperativischen Äußerungen in Höflichkeitsform und mit den Verben in der Form der 2. Person Singular am häufigsten verwendet. Weniger häufig werden im Deutschen indirekte (implizite) Ausdrucksformen des Sprechaktes der Bitte verwendet, darunter werden Fragesätze öfter für den Ausdruck der Bitte und nur manchmal Aussagesätze gebraucht. Der Hauptgrund des Gebrauchs von indirekten Formen der Bitte ist, die Kommunikation höflicher zu gestalten.

Literaturverzeichnis

1. Kestner, E. Fabian. Fabian. Die Geschichte eines Moralisten: Kniga dlja chtenija na nemeckom jazyke / E. Kestner. SPb.: KARO, 2008. – 320 S. [in Deutsch].
2. Larina, T.V. Kategorija vezhlivosti i stil' kommunikacii: Sopostavlenie anglijskich i russkich lingvokul'turnyh tradicij. M.: Rukopisnye pamjatniki Drevnej Rusi, 2009. – 512 S. [in Russisch].
3. Remark, E.M. Im Westen nichts Neues: Chtenie v originale. Nemeckij jazyk / Je.M. Remark. SPb.: KARO, 2015. – 304 S. [in Deutsch].

EINSCHRÄNKUNGEN BEI DER BILDUNG VON DEVERBALEN SUBSTANTIVEN MIT DEM SUFFIX *-UNG*

Darija V. SOTNIK

daria.sotnik29@gmail.com

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftlicher Betreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) V. D. Kaliuščenko

Sprachbetreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) V. D. Kaliuščenko

Zusammenfassung. *In diesem Beitrag werden die Einschränkungen bei der Bildung deverbaler Substantive mit dem Suffix -ung anhand von Verben des Denkens behandelt. Die Studie enthält die Beschreibung sprachlicher Faktoren, die die Wortbildung von -ung-Substantiven unmöglich machen.*

Schlüsselwörter: *deverbale Substantive, die Verben des Denkens, Einschränkungen bei der Wortbildung*

Die Substantive mit dem Suffix *-ung* bezeichnen die Handlung, den Prozess, den Zustand usw., die das Basisverb ausdrückt, z.B.: (1) *bewegen* 'bewirken, verursachen, dass jemand, etwas seine Lage, Stellung verändert' → *die Bewegung* 'das Bewegen von jemandem durch Veränderung der Lage, Stellung, Haltung'. Als Ergebnis semantischer Derivation entstehen andere Bedeutungen: das Subjekt, das Resultat, der Platz/die Stelle, das Instrument/Mittel [1], z.B.: das Subjekt (2) *bedienen* 'jemandem Dienste leisten' → *die Bedienung* 'die bedienende Person'; das Resultat (3) *erfahren* 'Kenntnis erhalten; zu wissen bekommen' → *die Erfahrung* 'bei praktischer Arbeit oder durch Wiederholen einer Sache gewonnene Kenntnis'; der Platz/die Stelle (4) *wohnen* 'einen ständigen Aufenthalt haben' → *die Wohnung* 'meist aus mehreren Räumen bestehender, nach außen abgeschlossener Bereich in einem Wohnhaus, der den Personen als ständiger Aufenthalt dient'; das Instrument/Mittel (5) *verbinden* 'eine Verbindung zu etwas darstellen' → *die Verbindung* 'etwas, was eine Kommunikation zwischen zwei entfernten Orten ermöglicht'.

Doch bei weitem nicht jedes Verb kann als Basis für die Bildung von *-ung*-Substantiven dienen. Nicht nur einzelne Verben, sondern ganze semantische Reihen von Verben sind nicht im Stande als Ableitungsbasis der *-ung*-Substantive zu fungieren. Das bezieht sich z.B. auf die meisten Bewegungsverben (*gehen*,

kommen, bummeln, reisen, laufen usw.), auf die Verben, die Ton oder Laut bezeichnen (*klingen, sprechen, singen, bellen usw.*), auf die Verben der Wahrnehmung (*sehen, hören, fühlen, blicken, schauen*) usw. [3].

Ziel der Arbeit war die Untersuchung der Einschränkungen bei der Bildung der *-ung*-Substantive von den Verben des Denkens. Vor allem ergibt sich die Frage, ob alle Verben des Denkens fähig sind als Ableitungsbasis für die Bildung von *-ung*-Substantive zu dienen. Wenn nein, dann sollen die Hindernisse bei der Substantivbildung festgestellt werden.

Es bestehen einige Faktoren, die das Fehlen eines Substantivs von einem bestehenden Verb bedingen [2]. Die Semantik des Verbs kann als Hindernis für die Bildung von Ableitungen betrachtet werden. Das zeigen Beispiele der Verben, deren Semantik die substantivische Ableitung unmöglich macht. Dazu gehören die obengenannten Verben der Bewegung, der Wahrnehmung usw.

Das Vorhandensein von Synonymen des *-ung*-Substantivs stellt die Beschränkung für seine Bildung (vgl. Beispiele (9) und (10) unten).

Wissenschaftler stellen fest, dass stilistische Färbung der Verben auch die Bildung von *-ung*-Substantiven unmöglich macht. Dazu gehören Verben mit solchen stilistischen Merkmalen wie umgangssprachlich, mundartlich, veraltet, fachsprachlich u.a. (vgl. Beispiel (11) unten).

Die Verben des Denkprozesses sind vor relativ kurzer Zeit zum Gegenstand sprachlicher Forschung geworden. Im Deutschen bilden alle lexikalischen Einheiten, die mit dem Begriff „Denken“ verbunden sind, ein mentales Feld, in dessen Zentrum das Verb *denken* und seine verbale Ableitung *der Gedanke* stehen. Die verbale Klassifikation umfasst im Deutschen folgende Gruppen von Verben des Denkens [4]:

- 1) Verben, die zur Lösung einer neuen, komplexen kognitiven Aufgabe verwendet werden: *erfahren* 'Kenntnis erhalten, etwas lernen, erlernen', *ausdenken* 'erfinden, ersinnen; sich in Gedanken, in seiner Vorstellung zurechtlegen', *ersinnen* 'durch nachsinnen finden, sich ausdenken'.
- 2) Verben, die Annahme, Unsicherheit bedeuten: *meinen* 'eine bestimmte Ansicht, Meinung haben, vertreten', *zweifeln* 'unsicher sein in Bezug auf einen Sachverhalt oder ein Geschehen', *vermuten* 'aufgrund bestimmter Anzeichen der Meinung sein, dass sich etwas in bestimmter Weise verhält'.
- 3) Verben, die zur Identifizierung des Ursache-Wirkungs-Zusammenhangs dienen: *begreifen* 'geistig erfassen, in seinen Zusammenhängen erkennen, verstehen', *erklären* 'so erläutern, dass der bzw. die andere die Zusammenhänge versteht'.

Die semantische Analyse zeigt, dass die Zugehörigkeit eines Verbs zu unterschiedlichen Gruppen keinen Einfluss auf die Möglichkeit der Bildung von -*ung*-Substantiv gibt.

Von den meisten Verben des Denkprozesses ist die Bildung der Substantive möglich z.B. (6) *meinen* 'eine bestimmte Meinung haben' → *die Meinung* 'persönliche Ansicht, Überzeugung, die jemand in Bezug auf jemanden oder etwas hat', (7) *vermuten* 'aufgrund bestimmter Anzeichen der Meinung sein, dass sich etwas in bestimmter Weise verhält' → *die Vermutung* 'das Vermuten, Annahme', (8) *sich überlegen* 'sich in Gedanken mit etwas beschäftigen, um zu einem bestimmten Ergebnis zu kommen' → *die Überlegung* 'Folge von Gedanken, durch die sich jemand vor einer Entscheidung über etwas klar zu werden versucht'). Es wurde aber festgestellt, dass von einer Reihe der Verben des Denkens keine deverbalen -*ung*-Substantive gebildet werden können. Zum Beispiel gibt es kein Substantiv (9) *die *Verstehung*, es gibt aber eine Ableitung mit dem Suffix -*nis* (*das Verständnis*). Kein Substantiv (10) *die *Begriffung* kann von dem Verb *begreifen* 'eine bestimmte Vorstellung von etwas haben' abgeleitet werden, weil es das Wort *der Begriff* mit der Bedeutung 'Vorstellung, Meinung von etwas' gibt. Diese Beispiele veranschaulichen die Einschränkungen bei der Wortbildung durch die Tatsache, dass in der Sprache das Synonym des -*ung*-Substantivs bereits vorhanden ist und dass es einfach keinen Sinn hat, ein neues Wort mit derselben Bedeutung zu bilden.

Stilistische Markierung der Verben ist auch ein Hindernis für die Bildung von -*ung*-Substantiven, ein Beispiel dafür ist das umgangssprachliche Verb (11) *kapieren* mit der Bedeutung 'etwas, was man geistig erfassen soll, verstehen und geistig verarbeiten'. Dieses Verb gehört zum umgangssprachlichen Vokabular und dementsprechend besteht keine -*ung*-Ableitung von diesem Verb. Das Fehlen des -*ung*-Substantivs kann man in einigen Fällen durch semantische Analyse nicht erklären z.B.: wird vom Verb (12) *ausdenken* 'erfinden, ersinnen; sich in Gedanken, in seiner Vorstellung zurechtlegen' kein Substantiv *die *Ausdenkung* gebildet. In diesem Fall kann das phonetische Hindernis entstehen – der Übergang vom nichtgerundeten Wurzel -e (*ausdenen*) zum gerundeten Wurzel-u (*Ausdenku*) macht die Aussprache des Wortes schwieriger, als die Aussprache des substantivierten Infinitivs *das Ausdenken*. Zusammenfassend lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

- 1) Nicht alle Verben dienen als Basis für die Bildung deverbalen Substantive mit dem Suffix -*ung*.

- 2) Zu den Haupthindernissen der Bildung von *-ung*-Substantiven zählt das Vorhandensein von Synonymen.
- 3) Stilistische Merkmale wie „umgangssprachlich usw.“ stellen die Einschränkung für die Bildung eines *-ung*-Substantivs dar.
- 4) Das Fehlen eines *-ung*-Substantivs kann durch phonetische Hindernisse erklärt werden.
- 5) Als vollwertige Äquivalenz fehlender *-ung*-Substantive mit der Bedeutung 'Handlung, Prozess, Zustand' fungiert der substantivierte Infinitiv.

Literaturverzeichnis

1. Fleischer, W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache [Text] / Wolfgang Fleischer, Irmhild Barz. – Berlin/Boston, 1992. – 375 S. [in Deutsch].
2. Kaliuščenko, V.D. Typologie denominaler Verben [Text] / Vladimir D. Kaliuščenko. – Tübingen: Niemeyer. – 2000. – 253 S. – (Linguistische Arbeiten; 419). [in Deutsch].
3. Kurth, R. Bildung und Gebrauch der Wörter auf *-ung* [Text] / R. Kurth // In: Beiträge zur Geschichte der deutschen Sprache und Literatur. B. 78. – Halle (Saale): Niemeyer-Verlag, 1956. – 1/2. Heft. – S. 307-316. [in Deutsch].
4. Simachina, I.A. Pole glagolov mentalnoi sphery. [Elektronische Ressource] // e-lib.gasu.ru. – URL: <http://e-lib.gasu.ru/vmu/archive/2004/01/39.shtml> (Zugangsdatum 13.11.2018). [in Russisch].

UDK 81'373.12.2[811.112.2+811.111+811.161.1]

DIE STRUKTURTYPEN DER KONTAMINATION IM MODERNEN DEUSCHEN

Anna R. ZHOWNER

zhovner2006@donnu.ru

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftlicher Betreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) Sh. R. Basyrov

Sprachbetreuer: Prof., D. Sc. (linguistics) Sh. R. Basyrov

Zusammenfassung. *Der vorliegende Beitrag ist den Wörtern gewidmet, die auf Grund der Kombination von Basiselementen mit einer Kürzung gebildet werden. Die Kontaminate, die durch diese Wortbildungsart (Kontamination) entstanden sind, werden in formaler Hinsicht*

analysiert. Es werden die Strukturtypen der Wortkontaminate festgestellt, sowie ihre Motivationsbasis und Produktivität.

Schlüsselwörter: Kontamination, Kontaminat, Strukturtyp, Basiselement, Kürzung

Unter Kontamination (lat. *contaminare* 'miteinander in Berührung bringen') versteht man die Bildung der Wörter, bei denen die Kombination von Basiselementen mit gleichzeitiger Kürzung eines bzw. beider Elemente stattfindet, vgl.: (1) *Coronaholiker* (← *Corona* + *Alkoholiker*); (2) *ficken* (← *Film* + *gucken*).

Das Korpus der deutschen Kontaminate umfasst 300 Wörter, die den Wörterbüchern, Internet-Quellen und linguistischen Arbeiten entnommen sind.

In Hinsicht auf die Motivationsbasis zerfallen die deutschen Kontaminate in zwei Gruppen: 1) *Wortkontaminate* (s.o. Beispiele (2), (3)) und 2) *Wortfügungskontaminate* wie etwa (3) *Abiertour* (← *Abitur* 'Abschlussprüfung an einer höheren Schule; Reifeprüfung' + *Bier* + *Tour*).

Die Wortfügungskontaminate, die auf die Verbindung von drei Wörtern zurückzuführen sind, stellen die kleinste Gruppe dar und machen 1,5% der Gesamtzahl der untersuchten Kontaminate aus. Dagegen die Wortkontaminate, die aus zwei Elementen bestehen, sind im Deutschen am produktivsten und betragen 99,5% im gesamten Korpus der Kontaminate. Dieser Regelfall der Kontamination steht im Folgenden im Mittelpunkt der Analyse.

Strukturell werden zweigliedrige Kontaminate (Wortkontaminate) in folgende Typen eingeteilt:

1. *Kontaminate ohne Kürzung der Basiselemente*. In diesem Typ werden in der Struktur der Bildung beide Basiskomponenten vertreten, wobei ein Endsegment des linksstehenden Basiswortes mit einem Anfangssegment des rechtsstehenden Basiswortes übereinstimmt, z.B.: (4) *Hairport* (← *Hair* + *Airport*). Diese Art der Kontamination erreicht einen Anteil von knapp 9%.
2. *Kontaminate mit Kürzung der linksstehenden Basiskomponente*. Dieser Strukturtyp ist dadurch gekennzeichnet, dass ein Teil des linksstehenden Basiselementes abgeschnitten (gekürzt) wird, während das zweite Basiselement in der Struktur des Kontaminates vollständig erhalten bleibt, z.B. (5) *Exorbitanz* (← *exorbitant* 'außerordentlich, gewaltig, enorm' + *Tanz*). Diese Art der Kontamination macht 14% im gesamten Korpus der Kontaminate aus.
3. *Kontaminate mit Kürzung der rechtsstehenden Basiskomponente*. Im Unterschied zum oben analysierten Strukturtyp 2 wird bei diesem Modell der Kontaminate ein Segment des rechtsstehenden Basiselementes gekürzt, z.B. (6) *Bettseller* (← *Bett* + *Bestseller*). Dieser Strukturtyp beträgt 12%.

4. *Kontaminate mit Kürzung von beiden Basiskomponenten*. In diesem Strukturtyp wird sowohl das erste, als auch das zweite Basiselement gekürzt, z.B. (7) *fahlexen* (← *fahren* + *relaxen*). Dieser Typ macht 34% im gesamten Korpus der deutschen Kontaminate aus.
5. *Integrative Kontaminate*. Die Kontaminate dieses Typs kennzeichnen sich dadurch, dass hier das zweite Basiselement in das erste integriert ist und von diesem umschlossen wird, z.B. (8) *creahaaktiv* (← *creativ* + *Haar*). Die Bildungen dieses Strukturtyps betragen 11%.

Zusammenfassend ist es festzustellen, dass die zweigliedrigen Kontaminate (Wortkontaminate) über die dreigliedrigen (Wortfügungskontaminate) dominieren. Unter den Wortkontaminaten, die in 5 Strukturtypen eingeteilt werden, überwiegen die Bildungen des Typs *Kontaminate mit Kürzung von beiden Basiskomponenten*, die 34% im gesamten Korpus betragen.

Literaturverzeichnis

1. Barz, I. Die Wortbildung, in: Duden. Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Nach den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung 2006 überarbeiteter Neudruck der 7., völlig neu erarbeiteten und erweiterten Auflage. Mannheim et al.: Dudenverlag, 2006. – 641-772 S. [in Deutsch].
2. Friedrich, C. Kontamination – Zur Form und Funktion eines Wortbildungstyps im Deutschen. Dissertation, 2008 [Elektronische Ressource] // OPUS UB. – URL: <http://www.opus.ub.uni-erlangen.de/opus/volltexte/2008/1174/> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].

SEKTION 3.

Fremdsprachendidaktik: Neue Tendenzen und Entwicklungsperspektiven

UDK 811.161.3:811.112.2

DIE VERWENDUNG VON DEUTSCHEN PHRASEOLOGISMEN MIT DER BIBLISCHEN KOMPONENTE „HEILIG“ IM DEUTSCHUNTERRICHT (IM VERGLEICH ZU IHREN BELORUSSISCHEN ÄQUIVALENTEN)

Ekaterina V. FEDOSENKO

k.fedosenko.k@mail.ru

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. S. S. Maslennikowa

Sprachbetreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. S. S. Maslennikowa

Zusammenfassung. *In dem vorliegen Artikel werden die Möglichkeiten der Verwendung von Phraseologismen im Deutschen und Belorussischen mit der Komponente „heilig“, die dem biblischen Wortschatz gehört, dargestellt. Es werden einige Übungen zu Phraseologismen im Deutschunterricht erstellt. Es wird die Aufmerksamkeit auf den Einsatz solcher Übungen im DaF-Unterricht mit den belorussischen Äquivalenten geschenkt.*

Schlüsselwörter: *Aufgabe, Belorussisch, Bibel, Deutsch, Komponente, Phraseologismen*

Viele biblische Ausdrücke werden heute aktiv in der deutschen und belorussischen Sprache verwendet, die in der Alltagssprache nicht nur von der älteren Generation, sondern auch unter den Jugendlichen und sogar Kindern zu hören sind. Der russische Linguist A.M. Selischtschew behauptet, dass „die Wendungen des biblischen Ursprungs und die mit der biblischen Komponente bereits ein integraler Bestandteil der Rede sind; sie werden aktiv zum Ausdruck der Mehrheit von Begriffen verwendet“ [2, S. 11].

Der Bibeltext kann im Prozess des Fremdsprachenlernens verwendet werden, damit die Lernenden gleichzeitig die Grammatik und Rechtschreibung der Sprache lernen können. Sie versuchen den historischen, künstlerischen und moralischen Wert der Bibel als des ältesten literarischen Denkmals zu verstehen.

Der effektivste Weg, biblische Phraseologismen in der Sprache der modernen Jugend zu verbreiten, besteht darin, sie im Lernprozess zu verwenden.

Es werden in diesem Artikel fünf Übungen mit den festen Redewendungen, die die biblische Komponente „heilig“ enthalten, als Beispiele angeführt. Sie könnten für die Verbreitung des biblischen Vokabulars in der Sprache der modernen Jugend nützlich sein. Zur Erstellung der Übungen wurden die belorussischen Phraseologismen aus dem phraseologischen Wörterbuch von I.Ja. Lepeshaw [3, 4] und die deutschen Phraseologismen aus dem phraseologischen Wörterbuch von L.Je. Binovich [1] ausgewählt. Den Lernenden kann man eine Zuordnungsaufgabe vorschlagen: Zu jeder festen Wendung aus der linken Spalte ein deutsches Äquivalent aus der rechten zu wählen.

Beispiel 1: Die Variante der Aufgabe mit der Verbindung der belorussischen Phraseologismen mit ihren deutschen Äquivalenten

- | | |
|--------------------------|--|
| b. святая святых | 1. <i>kein Heiliger sagen kann</i> |
| c. на святое ніколі | 2. <i>nur Heiliger Gott weiß</i> |
| d. адзін Бог святы ведае | 3. <i>wie Heiliger sitzen</i> |
| e. хоць святых вынось | 4. <i>das Allerheiligste</i> |
| f. сядзець як святы | 5. <i>wenigstens die Heiligen raus</i> |

(Lösung: a-4; b-1; c-2; d-5; e-3)

Beispiel 2:

Für die Entwicklung der Sprechfähigkeiten wird den Lernenden angeboten, einen Dialog mit einem der vorgeschlagenen Phraseologismen zu bilden und die belorussischen Äquivalente selbst zu finden, z.B.: *wie Gott heilig sein* (як Бог свят); *Feuer des Heiligen Anton* (агонь святога Антона); *im Heiligen Land* (на святой зямлі); *heilige Einfalt* (святая прастата); *nur Heiliger Gott weiß* (адзін Бог святы ведае).

Beispiel 3:

Es werden den Lernenden die Karten mit Kurzerzählungen gegeben und bittet man sie, Phraseologismen darin zu finden und zu bestimmen, ob sie richtig oder falsch verwendet werden.

Аляксей быў руплівы вучань. Ён пастаянна рабіў дамашняе заданне. З-за гэтага аднакласнікі называлі яго святым духам. Alexei war ein fleißiger Schüler. Er machte ständig seine Hausaufgaben. Aus diesem Grund nannten seine Klassenkameraden ihn *den Heiligen Geist*. (Beispiel einer falschen Verwendung)

- Wie ist es so gekommen, dass sowohl Sie als auch Olga die selbständige Arbeit gleich geschrieben haben?
- Mit dem **Heiligen** Geist, Ekaterina Alexandrowna! (Beispiel einer richtigen Verwendung)

Es wird den Lernenden angeboten, deutsche Phraseologismen mit der belorussischen Übersetzung mit Ihrer Bedeutung zu korrelieren.

Beispiel 4:

Als nächstes Beispiel wird die Variante der Aufgabe mit der Korrelation der deutschen Phraseologismen und ihrer belorussischen Übersetzung mit ihrer Bedeutung vorgeschlagen.

- | | |
|---|--|
| 1. unter den Heiligen sitzen 'пад святымі сядзець' | a. es ist nicht bekannt, wie (невядома якім чынам) |
| 2. mit dem Heiligen Geist 'святым духам' | b. an einem wichtigen Ort (у значным месцы) |
| 3. im Heiligen Land 'на святой зямлі' | c. geschützt werden (быць пад абаронай) |
| 4. wie Gott heilig sein 'як Бог свят' | d. niemand weiß es (ніхто не ведае) |
| 5. nur Heiliger Gott weiß 'адзін Бог святы ведае' | e. unbedingt, jedenfalls (абавязкова, ва ўсякім выпадку) |

(Lösung: 1-c; 2-a; 3-b; 4-e; 5-d)

Beispiel 5:

Im Deutschunterricht können die Lernenden auch die deutschen Phraseologismen ergänzen und sie ins Belorussische übersetzen.

Ergänzen Sie die folgenden Phraseologismen und übersetzen Sie sie ins Belorussische.

wie Gott ... sein, im **Heiligen** ..., nur **Heiliger** ... weiß, wie ... sitzen, wenigstens die **Heiligen** ...

(Lösung: wie Gott **heilig** sein (як Бог свят), im **Heiligen** Ort (у святым месцы), nur **Heiliger** Gott weiß (адзін Бог святы ведае), wie **Heiliger** sitzen (сядзець як святы), wenigstens die **Heiligen** raus (хоць святых вынось))

Anhand der obenerwähnten Beispiele wurde der aktive Gebrauch von festen Redewendungen mit der biblischen Komponente „heilig“ im Deutschunterricht gefördert. Dies wird auch dazu beitragen, die Popularität dieser Redewendungen zu verbreiten und sie in der Umgangssprache zu gewinnen.

Durch den Einsatz unterschiedlicher Übungstypen mit festen Redewendungen wird der Deutschunterricht abwechslungsreich und effizient

gestaltet, der Zusammenhang zwischen der Ziel- und Muttersprache aufgezeigt und das Interesse der Lernenden an der biblischen Phraseologie gewonnen.

Literaturverzeichnis

1. Binovich, L.Je. Nemecko-russkij frazeologicheskij slovar' / L.Je. Binovich. – M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo inostrannyh i nacional'nyh slovarej, 1956. – 904 S. [in Russisch].
2. Istochnikovedenie v shkole. Zhurnal dlja uchashschih i uchashchihsja, Nr. 1, 2005. – 30 S. [in Russian]
3. Lepeshaw, I.Ja. Frazealogichny slownik belaruskaj movy. U 2 t. T 1. A-L / I.Ja. Lepeshaw. – Minsk: BelJen, 1993. – 590 S. [in Belorussisch].
4. Lepeshaw, I.Ja. Frazealogichny slownik belaruskaj movy. U 2 t. T 2. M-Ja / I.Ja. Lepeshaw. – Minsk: BelJen, 1993. – 607 S. [in Belorussisch].

UDK 372.881.111.22

BERUFSORIENTIERTER DEUTSCHUNTERRICHT AM BEISPIEL DES UNIVERSITÄREN E-LEARNING-KURSES „DEUTSCH IN RESTAURANT UND TOURISMUS“

Alissa A. ISSENEVA

isseneva.al@gmail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. M. A. Morozova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. In dem vorliegenden Artikel werden die derzeit verfügbaren E-Learning-Kurse, Online-Plattformen und E-Learning-Software für die Entwicklung von E-Kursen analysiert. Es werden die bestehenden Einschränkungen und das Potenzial von diesen Ressourcen untersucht. Im Rahmen der Forschung wurde das System interaktiver Online-Aufgaben eines der Module E-Learning-Kurses „Deutsch in Restaurant und Tourismus“ im Learning Management System (LMS) DiSpace der TU Novosibirsk entwickelt und die Möglichkeit der Integration dieses Systems von Übungen und Aufgaben in die universitären Curricula des berufsorientierten Fremdsprachenunterrichts (DaF) auf dem Gebiet Service und Tourismus beschrieben.

Schlüsselwörter: E-Learning, Blended Learning, E-Learning-Kurse, DaF-Unterricht, berufsorientierter Fremdsprachenunterricht, Restaurant, Tourismus

Berufsorientierter Fremdsprachenunterricht sollte unter Berücksichtigung der Besonderheiten zukünftiger beruflicher Tätigkeit und der Entwicklung von beruflich und persönlich relevanten Kompetenzen der Studierenden gestaltet werden [2; 5]. Die erfolgreiche Realisierung der Unterrichtsziele ist dabei mit der Umsetzung des kommunikativen Ansatzes eng verbunden. Nach Auffassung von N.D. Galskova, sollte ein „Kommunikationsumfeld geschaffen werden, das der natürlichen Kommunikation nahekommt und die Spezifik der zukünftigen beruflichen Tätigkeit der Studierenden berücksichtigt“ [1]. Der effiziente Lernprozess umfasst alle vier Sprechfertigkeiten (Lesen, Schreiben, Sprechen und Hörverstehen), die harmonisch zu fördern sind. Von entscheidender Bedeutung ist somit der Erwerb und Vermittlung vom aktuellen und berufsrelevanten Wortschatz auf dem betreffenden Fachgebiet und die Förderung der aktiven Verwendung dieses Wortschatzes sowohl in mündlicher als auch in schriftlicher Sprache. Dazu wird auch die fachinterne (umgangssprachlich geprägte) Kommunikation zwischen den Fachleuten, u.z. Fachsprache gezählt, die zum wichtigen Teil der beruflichen Tätigkeit gehört [3, S. 15].

Im Rahmen unserer Forschung wurden zwanzig E-Learning-Kurse von heimischen und ausländischen Software-Entwicklern (die E-Learning-Plattformeniversity, Coursera, Stepik) analysiert. Aufgrund der durchgeführten Analyse ergibt sich, dass es sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige berufsorientierte DaF-Kurse angeboten werden, die dem universitären Curriculum entsprechen. Es wurde auch festgestellt, dass es nur sehr wenige kostenlose E-Learning-Kurse gibt, die für den universitären DaF-Unterricht völlig geeignet sind.

Heutzutage werden die Kurse im E-Learning-Format immer mehr gefragt und populär unter den Studenten und Dozenten [4]. Es gibt jedoch derzeit einige Beschränkungen, die die Entwicklung von den E-Learning-Kursen und Integration in den universitären Fremdsprachenunterricht verhindern, u.z.:

- die Nutzung von E-Learning-Kursen von externen Software-Anbietern wird im Bildungssystem Russlands gesetzlich nicht geregelt,
- unzureichendes Niveau des Interesse von Dozenten an der Entwicklung von E-Learning-Kursen, nicht zuletzt auch aus finanziellen Gründen,
- manchmal sowie infolge mangelnder IT- und Medienkompetenz von Dozenten.

Ohne Zweifel haben die E-Learning-Kurse ein großes Potenzial im Blended Learning, weil computergestütztes Lernen und der Einsatz von unterschiedlichen Unterrichtsformen einschl. des kollaborativen Lernens einerseits die Lernenden zum Fremdsprachenerwerb motivieren, andererseits effizienter diesen Prozess machen.

Im Rahmen der Forschung wurde ein Modul des E-Learning-Kurses **„Deutsch in Restaurant und Tourismus“** im Learning Management System (LMS) DiSpace (autorisierter Zugang, <https://dispace.edu.nstu.ru>) der TU Novosibirsk für Bachelor-Studenten der Fachrichtung „Tourismus“ entwickelt.

Das Lernmodul „Im Hotel“ umfasst das System von internetbasierten und traditionellen Übungen und Aufgaben. Internetbasierte Aufgaben wurden mithilfe von verschiedenen Apps und Online-Plattformen (Quizlet, LearningApps.org, QR Code Generator u.a.) entwickelt, dabei wurden auch authentische deutschsprachige Ressourcen (wie z.B. Unternehmenswebseiten, YouTube u.a.) genutzt.

Das System von Übungen und Aufgaben richtet sich auf die Entwicklung der Sprechfertigkeiten (Lesen, Hören, Sprechen, Schreiben) aus. Eine Reihe von lexikalischen Übungen/Aufgaben des Moduls „Im Hotel“ dient zur Befestigung des neuen Wortschatzes. Danach folgen die Sprechübungen, die die Studierenden zunächst mit den vorgegebenen Satzanfängen und Hilfsphrasen als Hilfe beim Sprechen, dann ohne Hilfsphrasen gemacht werden. Schließlich lernen die Studenten ein Hotelzimmer buchen, es beschreiben und erklären, welches Zimmer sie benötigen usw.

Als Beispiel werden zwei Aufgaben gebracht. Auf der Abbildung 1 wird die Karteikarten-Aufgabe zur Erweiterung und Festigung des Wortschatzes auf der Plattform Quizlet dargestellt (Abb. 1). Die Effizienz dieser Aufgabe besteht darin, dass, dass dasselbe Wort in verschiedenen Intervallen und Reihenfolgen mehrmals wiederholt wird.

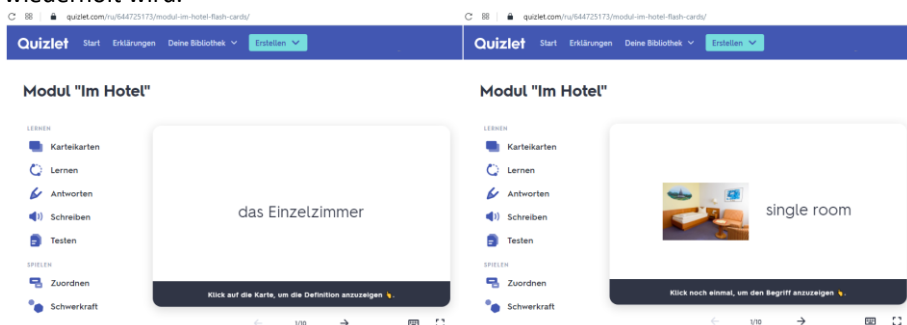


Abb. 1. Karteikarten-Aufgabe zur Erweiterung und Festigung des Wortschatzes. Modul „Im Hotel“. Internet-Ressource: Plattform Quizlet



Abb. 2. Aufgabe zum Hörverstehen auf der Modul „Im Hotel“.

Internet-Ressource: Plattform LearningApps

Auf der Abbildung 2 wird die Aufgabe zum Hörverstehen dargestellt. (Abb. 2). Auf der Abbildung 3 wird die Aufgabe zur Förderung der Sprechfertigkeit dargestellt. (Abb. 3). Es wird in dieser Aufgabe den Studenten angeboten, die Webseite eines Hotels in Berlin zu besuchen und ein Zimmer zu buchen. Nachdem die Studenten mit der authentischen deutschsprachigen Ressource gearbeitet haben, berichten sie kurz in der Gruppe über das gebuchte Hotelzimmer (Hotelzimmertyp, Serviceleistungen und Bequemlichkeiten, Zeitraum, Ausstattung, Preis usw.).

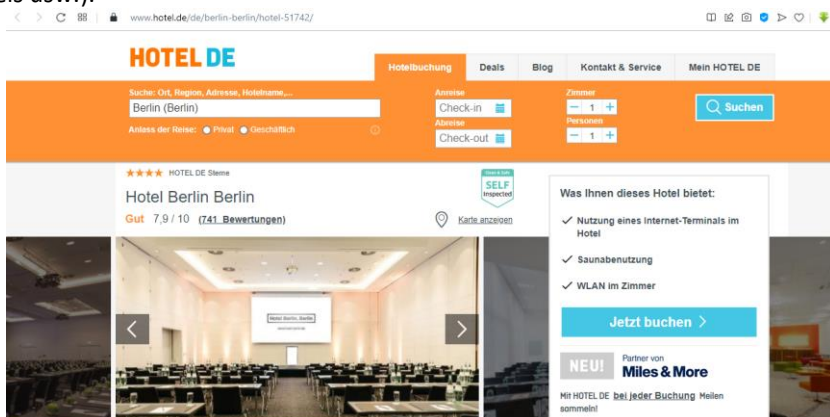


Abb. 3. Aufgabe zur Aufgabe zur Förderung der Sprechfertigkeit. Modul „Im Hotel“. Internet-Ressource: Website des Hotels „Radisson Blu Hotel“

Es werden den Studierenden Aufgaben zur Förderung des aktiven Gebrauchs der neuen Lexik angeboten (Dialoge bilden und spielen).

Das System von interaktiven Übungen und Aufgaben, das am Beispiel des Moduls „Im Hotel“ des E-Learning-Kurses „Deutsch in Restaurant und Tourismus“ dargestellt wird, orientiert sich auf die harmonische Entwicklung aller Sprechfertigkeiten und auf das Wechselverhältnis von Übungen und Aufgaben, u.z. laut dem Prinzip „Vom Einfachen zum Komplexen“. Dabei werden unterschiedliche Arbeitsformen im Unterricht eingesetzt, damit die Studierende unabhängig von ihrem Sprachniveau eigene Lernstrategie effizient realisieren können. Die Festigung des Fachwortschatzes im berufsorientierten Fremdsprachenunterricht wird stufenweise eingeführt, u.z. die neue Lexik wird nach dem Schema „Wort – Wortverbindung – Satz – Text“ geübt und befestigt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Fachlexik im E-Learning-Kurs dem Sprachniveau und den Bedürfnissen der Studierenden entsprechen soll. Es ist auch wichtig, ausschließlich relevante und aktuelle Lexik für die Themen des Kurses zu selektieren und auszuwählen.

Literaturverzeichnis

1. Gal'skova, N. D. Sovremennaya metodika obucheniya inostrannym yazykam kak nauka: problemy i perspektivy – 2013. – Nr. 1 [Elektronische Ressource] // Vestnik MGOU. – URL: <https://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/281> (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Russisch].
2. Matuchin, D. L. Professional'no-orijentirovannoje obutschenije inostrannomu jasyku studentow nelingwistitscheskich spezial'nostej / D. L. Matuchin // Jasyk i kul'tura. – 2011. – Nr. 2 (14). – 121-129 S. [in Russisch].
3. Morozova, M. A. Autentitschnye korporatiwnyje elektronnye reßursy w obutschenii inostrannomu jasyku w wusje : utscheb. poßobije / M. A. Morozova. – Novosibirsk: NGTU, 2016. – 98 S. [in Russisch].
4. Titova, S. V. Tsifrovye tekhnologii v yazykovom obuchenii: teoriya i praktika: monografiya / S. V. Titova. – M.: Editus, 2017. – 247 S. [in Russisch].
5. Zakirova, E. S. Lingwokulturologitscheskaja paradigma jasyka dlja spezial'nych zelej (na materiale anglijskogo i russkogo jasykow dlja spezial'nych zelej w sfere awtomobilnogo transporta). – M., 2015. – 447 S. [in Russisch].

BILDUNG VON LEXIKALISCHER KOMPETENZ IM FREMDSPRACHENUNTERRICHT IN DER MITTLEREN SCHULSTUFE

Aida K. KIRUSHINA

Kiraidak1@mail.ru

Kasaner Föderale Universität, Kasan, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doktorin der philologischen Wissenschaften,
Professorin M. A. Kulkova
Sprachbetreuerin: Doz. K. Reuter

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel wird die Rolle des Lernens von Vokabeln in der mittleren Schule untersucht. Der Artikel definiert den Zweck des Lernens einer Fremdsprache. In der Arbeit werden die wichtigsten Phasen der Entwicklung lexikalischer Kompetenz hervorgehoben. Es werden die möglichen Varianten der Einführung des Vokabulars im Unterricht der Fremdsprache vorgestellt.*

Schlüsselwörter: *Fremdsprache, DaF-Unterricht, Vokabular, Lernziele für Fremdsprachen*

Das Erlernen von Fremdsprachen wird immer beliebter. Fremdsprachenkenntnisse werden als wichtiger Aspekt für die erfolgreiche Karriere eines Menschen angesehen. Heute, angesichts der zunehmenden Rolle des Lernens einer Fremdsprache ist es wichtig, die Ziele und Aufgaben des Sprachlernens zu überdenken und moderne Methoden und Technologien des Lernens anzuwenden.

T.B. Werpeva meint, dass im Laufe der Jahre das Hauptziel des Lernens einer Fremdsprache das Erlernen der Grammatik bleibt. Mit der Integration Russlands in den Bologna-Prozess und der Schaffung eines einheitlichen europäischen Bildungsraums wurde jedoch erstmals die führende Rolle des Vokabulars bei der Beherrschung einer Fremdsprache anerkannt. Die Fähigkeit, das Vokabular einer Fremdsprache in verschiedenen Situationen der schriftlichen und mündlichen Kommunikation zu verwenden, wurde zu einer wichtigen Aufgabe [1].

Tatsächlich bildet das Vokabular die Grundlage der Sprache. Ohne die Beherrschung des Vokabulars ist es unmöglich, eine Fremdsprache zu verstehen oder eigene Meinung auszudrücken. Beim Vokabeltraining schlägt N.D. Galskova vor, drei grundlegende Konzepte zu betrachten: lexikalische Einheit, lexikalische

Regeln und lexikalische Fähigkeit. Unter der lexikalischen Einheit versteht Sie eine Spracheinheit, die eine unabhängige lexikalische Bedeutung hat und auch die Funktionen einer Spracheinheit erfüllen kann. Unter den lexikalischen Regeln hebt die Autorin die Regeln der Wortbildung, Semantik, stilistische Regeln und Regeln der Wortkompatibilität hervor. Unter der lexikalischen Fähigkeit versteht man die Fähigkeit, Wörter oder Phrasen zu übersetzen und die Kenntnisse auf dem Gebiet der Semantik des Wortes [3, S. 162].

N.I. Gez unterscheidet die folgende Klassifizierung von lexikalischen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten:

- 1) Sprachkenntnisse im Bereich des Wortschatzes (Kenntnisse der Etymologie von Wörtern, Konzepten und Regeln der Wortbildung von lexikalischen Einheiten);
- 2) produktive Fähigkeiten (die Fähigkeit der Lernenden, Wörter oder Phrasen richtig auszuwählen, sie in Syntagmen und Sätzen zu kombinieren, das richtige Wort aus einer synonymischen oder antonymischen Reihe auszuwählen);
- 3) rezeptive Fähigkeiten (die Fähigkeit, die visuelle und akustische Bild des Wortes mit der Bedeutung zu korrelieren);
- 4) soziokulturelle Fähigkeiten (Kenntnisse der Sprach- und Etiketten Formeln und die Fähigkeit, Sie in der Sprache zu verwenden, Kenntnisse des Wortschatzes) [3].

Der führende amerikanische Spezialist für Fremdsprachenunterricht P. Nation nennt als Grundprinzipien des Lernens von lexikalischen Fähigkeiten das Prinzip der Minimierung der Muttersprache und das Prinzip der Vernetzung aller Arten von Sprachaktivitäten im Prozess des Lernens von Vokabeln. P. Nation behauptet, dass der Prozess des Lernens von lexikalischen Fähigkeiten nur dann wirksam sein wird, wenn der Lehrer diese Prinzipien und die bewusste Einstellung der Lernenden zu Lernaktivitäten befolgt [4].

Es ist erwähnenswert, dass der lexikalische Bestand der Lernenden aus einem aktiven und passiven Wortschatz besteht. Das aktive Vokabular nutzen die Lernenden beim Sprechen und Schreiben. Die Wörter, aus denen der aktive Wortschatz besteht, werden von den Lernenden am häufigsten verwendet. Beim Hören und Lesen wird der passive Wortschatz aktiviert. Die Verwendung eines passiven Vokabulars setzt voraus, dass der Lernende über Kenntnisse auf dem Gebiet der Wortbildung und der Kenntnis internationaler Wörter verfügt.

Um das Vokabular der Lernenden zu aktivieren und zu ergänzen, muss der Lehrer auch die Schwierigkeiten berücksichtigen. Laut J.M. Kolker, beim Erlernen eines neuen Wortschatzes, werden Schwierigkeiten durch stabile Kombinationen, Ableitungen oder komplexe Wörter und Neologismen verursacht [5, S. 53].

Die Hauptaufgabe der Fremdsprachendidaktik bei der Entwicklung der lexikalischen Kompetenz besteht darin, ein lexikalisches Minimum zu schaffen. N.D. Galskova bestimmt das lexikalische Minimum als „eine Reihe von lexikalischen Einheiten, die den Lernzielen und den Anforderungen des Lehrplans entsprechen und von den Lernenden für einen bestimmten Zeitraum beherrscht werden müssen“. In der mittleren Phase des Fremdsprachenlernens besteht die Hauptaufgabe beispielsweise darin, die gelernten Wörter und Phrasen zu systematisieren und neue Vokabeln zu beherrschen, die neue Probleme und Situationen der schriftlichen und mündlichen Kommunikation widerspiegeln [4].

Beim Unterrichten von lexikalischen Fähigkeiten gibt es drei Stufen: 1) Einführung ins neue Vokabular und die primäre Festigung; 2) Ausbildung neuer lexikalischer Einheiten; 3) Festigung und Aktivierung von lexikalischen Fähigkeiten.

Zur Schlüsselstellung in der Einführungsphase gehört die Semantisierung. Es gibt zwei Methoden der Semantisierung: Übersetzung und die einsprachige Semantisierung. Jede dieser Methoden hat ihre eigenen Nachteile und Vorteile. So trägt, z.B., einsprachige Semantisierung zur Entwicklung von Sprachkenntnis bei und verstärkt assoziative Verbindungen, und die Übersetzungsmethode nimmt weniger Zeit in Anspruch.

Ein Beispiel für ein nicht-fließendes Verfahren ist die Durchführung einer wortbildenden Analyse. In diesem Fall sollten die Lernenden nicht die Bedeutung des ganzen Wortes erklären, sondern sein Affix. Die Wortbildungsanalyse ist produktiv, da das Verständnis des Suffixes oder Präfixes des Wortes den Lernenden ermöglicht, ähnliche Beispiele zu modellieren. Darüber hinaus ermöglicht diese Methode der Semantisierung die Entwicklung der sprachlichen Vermutung und fördert die aktive Ergänzung des Wortschatzes.

Der nächste Schritt beim Lernen des Wortschatzes ist die primäre Festlegung der gelernten Wörter. Um die Wörter in dieser Phase besser zu merken, ist es möglich, Reime zu verwenden, Lieder, die neue Wörter enthalten. T. M. Veselova stellt fest, dass die Verwendung von Liedern im Englischunterricht den Prozess der Wahrnehmung von Sprachmaterial positiv beeinflusst. Die Autorin glaubt, dass die lexikologisch-grammatischen Konstrukte, die im Lied in einem bestimmten Rhythmus gesprochen werden, leichter „verdaulich“ und auswendig gelernt werden [2, S. 57].

Eine weitere moderne Möglichkeit des Wortschatzerwerbes, ist die Verwendung der offenen Ressource TED (tedx, ted ed). TED (technology, entertainment, design) ist ein Projekt, das von einer gemeinnützigen Vereinigung der USA gegründet wurde und dessen Hauptziel es ist, intelligente Konferenzen

auf der ganzen Welt zu organisieren. Die Vorlesungen sind sowohl auf Englisch als auch auf Deutsch im Internet frei verfügbar (<https://www.ted.com/>).

Diese Vorlesungen können bei der Einführung eines neuen lexikalischen Materials verwendet werden. So bekommen die Lernenden beispielsweise in der ersten Phase des Unterrichts die Aufgabe, Wörter in einem Satz korrekt zu ersetzen. Sie können die Richtigkeit der Aufgabe nach dem Ansehen des Videos überprüfen. Darüber hinaus können für Lernenden mit fortgeschrittenem Sprachniveau eine Aufgabe angeboten werden, Wörter oder Phrasen mit ihrer Definition zu korrelieren. In der ersten Phase des Lernens neuer Kenntnisse sehen sich die Lernenden das Video erneut an. Anschließend führt der Lehrer ein neues Vokabular ein und sorgt für das Auswendiglernen und Festigen des neuen Vokabulars.

Es gibt eine große Anzahl von verschiedenen Übungen, die verwendet werden, um den Lernenden lexikalische Fähigkeiten beizubringen. So können beispielsweise die folgenden Übungen unterschieden werden: Differenzierung (Wörter gruppieren, neue Wörter im Satz hervorheben, Wörter finden, die mit dem untersuchten Wort kombiniert werden, Wörter nach Gehör definieren); Platzhalter-Übungen (Lücken ausfüllen, das fehlende Wort nach Modell einfügen); Übungen zur Entwicklung der wortbildenden Vermutung (fehlende Affixe oder Präfixe hinzufügen, die Bedeutung internationaler Wörter erraten, die Bedeutung unbekannter Wörter bestimmen) [4, S. 183].

Zusammenfassend können wir sagen, dass das Vokabular ein wichtiger Aspekt der Sprache ist. Die Beherrschung des Vokabulars einer Fremdsprache ist ein komplexer Prozess und erfordert ebenso viel Aufwand, sowohl vom Lehrer als auch von den Lernenden. Das Wissen des Lehrers über Methoden der Fremdsprachendidaktik in Bezug auf das Erlernen eines neuen Wortschatzes, die Grundprinzipien der Einführung des lexikalischen Materials und die Fähigkeit, die Übungen entsprechend den Zielen des Curriculums auszuwählen, gewährleistet die Effektivität und den Erfolg des gesamten Lernprozesses.

Literaturverzeichnis

1. Vepreva, T.B. Vokabular im Fremdsprachenunterricht [Elektronische Ressource] // Bote der nördlichen (arktischen) föderalen Universität. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksika-v-obuchenii-inostrannym-yazykam> (Zugangsdatum 16.10.2020). [in Russisch].
2. Veselova, T.M. Singe und Lerne englische Grammatik / T. M. Veselova, D.H. Mishina, N.Y. Skokov. – St. Petersburg: KARO, 2006. – 144 S. [in Russisch].

3. Galskova, N.D. Theorie des Lernens von Fremdsprachen. Grundschule. – M.: Iris-Presse, 2004-240 S. [in Russisch].
4. Nation I.S.P Vocabulary. Practical English Language Teaching / I.S.P Nation. – McGraw Hill, New York, 2003. – S. 129-152. [in Englisch].
5. Kolker, J.M. Praktische Methodik des Fremdsprachenunterrichts. – M.: Akademie, 2000. – 264 S. [in Russisch].

UDK 372.881.1

AUSBAU DER KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ VON LINGUISTIK-STUDENTEN DURCH KOMMUNIKATIONSORIENTIERTE PROBLEMAUFGABEN

Alina A. MASCHKOVA

mashkova.2020@stud.nstu.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,

Doz. Z. M. König

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Beitrag werden die kommunikationsorientierten Problemaufgaben betrachtet, dank deren die kommunikative Kompetenz der Linguistik-Studenten beim Fremdsprachenerwerb entwickelt wird.*

Schlüsselwörter: *kommunikationsorientierte Problemaufgaben, kommunikative Kompetenz, Fremdsprache, Fremdsprachenunterricht, DaZ-Unterricht, interaktive Aufgaben*

Die Aktualität des Themas beruht auf dem Interesse der Wissenschaftler an Problemen der Entwicklung kommunikativer Kompetenz bei dem Fremdsprachenlernen. Im Rahmen dieser Forschung werden die kommunikationsorientierten Problemaufgaben im Fremdsprachenunterricht bei den Studenten, die Linguistik studieren, analysiert. Heutzutage wächst die Anzahl von Studien, die der Entwicklung eines effektiven Systems der Aufgaben zur Förderung der kommunikativen Kompetenz gewidmet sind.

Das Objekt dieser Forschung ist der Prozess der Entwicklung kommunikativer Kompetenz im universitären Englischunterricht. Der Gegenstand der Forschung sind Kommunikationsaufgaben zur Entwicklung der sprachlichen Fertigkeiten (Schreiben und Sprechen), die auf die den Ausbau der

kommunikativen Kompetenz der Linguistik-Studenten des 1. und 2. Semesters beim Fremdsprachenerwerb gerichtet sind. Zum Ziel der Forschung gehört die Begründung der Wirksamkeit des Einsatzes von kommunikativ orientierten Aufgaben zur Entwicklung der Kommunikationskompetenz der Linguistik-Studenten beim Fremdsprachenerwerb. Dieses Problem wurde von O.S. Vinogradova [2], V.V. Mariko [3], E.E. Mikhaylova [3], E.I. Passov [6] u.a. geforscht.

Unter der kommunikativen Kompetenz versteht man die Fähigkeit, eigene Gedanken logisch auszudrücken, dabei die richtigen Sprachmittel auszuwählen. In den Forschungen der ausländischen Autoren wird der Begriff „kommunikativer Ansatz“ beim Fremdsprachenerwerb verwendet, der sich auf das sprachliche Handeln konzentriert. Laut diesem Konzept sind „Übungen nötig, die schrittweise vom Verstehen zur Äußerung führen“ [1].

Es werden also „nicht mehr einzelne kontextlose Sätze bearbeitet, sondern authentische Texte und Gespräche in den Mittelpunkt gerückt“, auch Gespräche in der Alltagskommunikation spielen dabei eine wichtige Rolle [1]. Es ist somit relevant, ein System von Aufgaben und Übungen auf Basis der authentischen Texte und zu entwickeln. Das System ist auch die Aufgaben umzufassen, die einen Sprech Anlass sowohl im offiziellen, als auch alltäglichen Kontext enthalten. Kommunikative Problemaufgaben motivieren die Studierenden zum Sprechen und effektiv kommunikative Kompetenz entwickeln.

Im Rahmen unserer Forschung wurde das System von Aufgaben und Übungen im Lehrbuch von E.M. Merkulova „English: Reading, speaking and written“ (Englisch für Studenten: Lesen, Schreiben und Sprechen) [4] für die Studenten des 1.-2. Semesters analysiert.

Im System von Aufgaben und Übungen von E.M. Merkulova mangelt es an kommunikativen Problemaufgaben und Übungen. Um die Studierenden zum Gespräch im Fremdsprachenunterricht zu motivieren, sollten Aufgaben erstellt werden, die auf die Lösung eines Problems gerichtet sind. Dazu haben wir eine Reihe von Aufgaben für DaZ-Unterricht für Linguistik-Studenten entwickelt, die auf den Einsatz und aktive Verwendung des Wortschatzes zum Thema „Meine Familie (My family)“ gerichtet sind.

Eine Menge von interaktiven lexikalischen Übungen orientiert sich auf eine effiziente Aneignung und Festigung des neuen Wortschatzes, die die Studenten auf allen Geräten (Tischcomputer, Smartphone, Tablet) machen können [5]. Es ist von wichtiger Bedeutung, dass dabei Englisch als Stützsprache verwendet wird (Abb. 1-2):



Abb. 1. Interaktive Übung zur Aneignung und Festigung des neuen Wortschatzes.
Internet-Ressource: Service Wordwall

learningapps.org/22438473



Abb. 2. Interaktive Übung zur Aneignung und Festigung des neuen Wortschatzes.
Internet-Ressource: Service LearningApps.org

Nachdem die neue Lexik geübt und befestigt wurde, werden den Studierenden unterschiedliche Sprechübungen angeboten. Zunächst machen die Studenten Sprechübungen mit Hilfsphrasen. Später könnten die Sprechübungen komplizierter werden. Können die Studenten diese Übungen ohne Schwierigkeiten machen, dann sind diese Sprechübungen ohne Hilfsphrasen anzubieten, z.B. sie sind schon imstande, zu einem bestimmten Thema ihre eigene Meinung zu äußern.

Ein weiteres Beispiel illustriert die Übung „Runder Tisch“. Es geht um eine Art Diskussion. In dieser Übung werden die Studierenden in Gruppen (Teams) eingeteilt, und jedes Team bekommt eine Aufgabe, seinen eigenen Gesichtspunkt zu formulieren und zu beweisen.

Dabei muss jedes Team seine Meinung argumentieren und gleichzeitig die Meinung des anderen Teams akzeptieren und achten. Die Diskussionsthemen könnten wie folgt sein: „*Mehrkindfamilie: Argumente dafür und dagegen*“, „*Starke Eltern-Kind-Beziehung fördern: Erziehung ohne Strafen oder?*“ usw.

Die Studenten können das Los ziehen und eine Diskussionsthema wählen. Es wäre wünschenswert, vor dieser Übung als Vorbereitungsphase kurze Texte zu diesen Themen zu lesen und in der Gruppe zu besprechen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass durch die vorgeschlagene Übungssequenz die kommunikative Kompetenz effizienter entwickelt werden kann. Es werden die Fähigkeiten beim Fremdspracherwerb gefördert, die den Studierenden helfen, kommunikative Probleme mithilfe einer Fremdsprache zu lösen, sowie helfen, die Kommunikationshemmnisse im Umgang mit Menschen zu überwinden.

Literaturverzeichnis

1. Baliuk, N., Buda, F., Rösler, D., Würffel, N. Kommunikativer und interkultureller Ansatz. In: DAAD (Hrsg.), Dhoch3-Studienmodule Deutsch als Fremdsprache. [Electronische Resssource] // UCG.AC. – URL: https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_4856/objava_54750/fajlovi/KA_Text.pdf (Zugangsdatum 13.11.2020). [in Deutsch].
2. Vinogradova, O. S. Tselesoobraznost' ispol'zovaniya problemnykh metodov v obuchenii IYa na prodvinutom etape v spetsializirovannom vuze / O.S. Vinogradova. – M.: 2003. – S. 52–642. [in Russisch].
3. Mariko, V. V., Mikhaylova E. E. Ispol'zovanie diskussionnykh form obucheniya dlya razvitiya kommunikativnykh kompetentsiy studentov. – N.Novgorod, 2010. – 242 S. [in Russisch].

4. Merkulova, E. M. English: Reading, speaking and written. – Simferopol: Renome, 2016. – 320 S. [in Russisch].
5. Morozova, M. A. Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien im universitären Deutschunterricht. – Nowosibirsk: NGTU, 2019. – S. 382–385. [in Deutsch].
6. Passov, E.I., Kuzovleva N. E. Urok inostrannogo yazyka. – Rostov n/D: Feniks; M.: Glossa-Press, 2010. – 640 S. [in Russisch].

UDK 372.881.111.22

DER ERWERB VON PHRASEOLOGISMEN IM DAF-UNTERRICHT: INTERAKTIVE ÜBUNGEN UND AUFGABEN

Ksenija A. WACHRAMEJEWA

k.vakhrameeva@bk.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der philologischen Wissenschaften,
Doz. Z. M. König, Doz. M. A. Morozova
Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In diesem Artikel werden didaktische Schwerpunkte der Integration von Phraseologismen im DaF-Unterricht analysiert und wird das System von interaktiven Übungen und Aufgaben dargestellt, das auf die Entwicklung von grundlegenden Sprachfertigkeiten wie Lesen, Schreiben, Sprechen und Hörverstehen ausgerichtet wird.*

Schlüsselwörter: *DaF-Unterricht, interaktive Übungen und Aufgaben, webbasierte Übungsaufgaben, Phraseologismen*

Phraseologismen bereichern unseren Wortschatz. In der Alltagskommunikation kommen Phraseologismen oft vor. Die Vermittlung von Phraseologischen Einheiten im Fremdsprachenunterricht trägt zur Entwicklung der Fremdsprachenkompetenz von Studenten bei. G.R. Ganyewa ist der Meinung, dass „durch die phraseologischen Einheiten das Wissen von Muttersprachlern über die Realitäten der materiellen Welt repräsentiert wird, die sich in einem bestimmten national-kulturellen Umfeld aufgrund geografischer und klimatischer Merkmale, der Spezifik materieller und geistiger Kultur, religiöser Ansichten, Traditionen und mythologischer Vorstellungen des Volkes finden“ [3, S. 20]. Phraseologismen sind

durch die Verbildlichung und Metaphorik gekennzeichnet. Aus diesem Grund ist es von wichtiger Bedeutung, phraseologische Einheiten im Fremdsprachenunterricht beizubringen [2]. Die Einbeziehung von Phraseologismen in den Fremdsprachenunterricht stellt die Lehrenden vor folgende Schwierigkeiten:

erstens, die Spezifik des Sprachmaterials ist ziemlich kompliziert,
zweitens, die Motivation der Lernenden ist manchmal gering,
drittens, die Unterrichtszeit für das schrittweise Erlernen der phraseologischen Einheiten reicht nicht aus,
viertens, das Mangeln an einem didaktisch korrekt entwickelten System von interaktiven u.a. webbasierten Übungsaufgaben.

Der Lehrende muss die phraseologischen Einheiten unter Berücksichtigung des Sprachniveaus der Studierenden, des behandelnden Themas im Rahmen des Curriculums auswählen. Es sei zu erwähnen, dass phraseologische Einheiten nationale und kulturelle Besonderheiten haben. Deswegen ist es von wichtiger Bedeutung, den Lernenden die Kenntnisse über die Struktur und Semantik von Phraseologismen der gelernten Fremdsprache zu vermitteln. Der Mangel an Informationen über phraseologische Einheiten und die Besonderheiten ihrer Verwendung in der Sprache führt dazu, dass die Studierenden den Kontext nicht verstehen könnten.

Durch die Anwendung des Systems von interaktiven Übungen und Aufgaben wäre die Förderung von motivationsunterstützendem DaF-Unterricht und gleichzeitig die Beherrschung der phraseologischen Spracheinheiten in der begrenzten Zeit, die für ihr Studium vorgesehen ist, erfolgreicher. Heutzutage werden unterschiedliche Online-Programme und Online-Plattformen zur Erstellung von interaktiven Lerninhalten für das Web wie LearningApps.org, Online Test Pad usw. angeboten. Es ist eine der wichtigsten Aufgaben der Lehrenden, ein didaktisch korrekt das Systems von interaktiven Übungen und Aufgaben zu entwickeln und im DaF-Unterricht anzuwenden. Derzeit bietet eine Reihe von Autoren verschiedene Arten von Übungen und Aufgaben an [6, S. 157; 5, S. 204], die interaktive Komponente und der Einsatz digitaler Technologien bei der Entwicklung von Aufgaben dürfen jedoch nicht mehr außer Acht lassen.

Die Entwicklung des vorgeschlagenen Systems von interaktiven Übungen und Aufgaben basiert auf folgenden Aspekten:

- Anwendung von unterschiedlichen Arten von Übungen und Aufgaben zur Entwicklung aller Sprachfertigkeiten,
- angesichts der Spezifität der phraseologischen Einheiten ist es wichtig, sie stufenweise beizubringen,

- phraseologische Einheiten gehören zum komplexen sprachlichen Phänomen, deren Vermittlung im DaF-Unterricht nach dem Prinzip „vom Einfachen zum Komplexen“ [1, S. 66-67] realisiert werden muss,
- Das im Rahmen der Forschung entwickelte System von interaktiven Übungen und Aufgaben setzt eine konsequente Arbeit innerhalb der verschiedenen Unterrichtsphasen voraus: Zuerst müssen reproduktive Übungen zur Struktur und Semantik von Phraseologismen eingeführt werden, danach gelenkte und ungelenkte sprachliche Übungen und Aufgaben, und schließlich kreative Aufgaben und Projektaufgaben [4, S. 179-180].

Als Beispiel der Definition von Phraseologismen und der Entwicklung einer kontextbezogenen Vermutung der phraseologischen Bedeutung dient die Übung, die auf der Online-Plattform zur Unterstützung von Lehr- und Lernprozessen LearningApps.org erstellt wurde (Abb. 1):

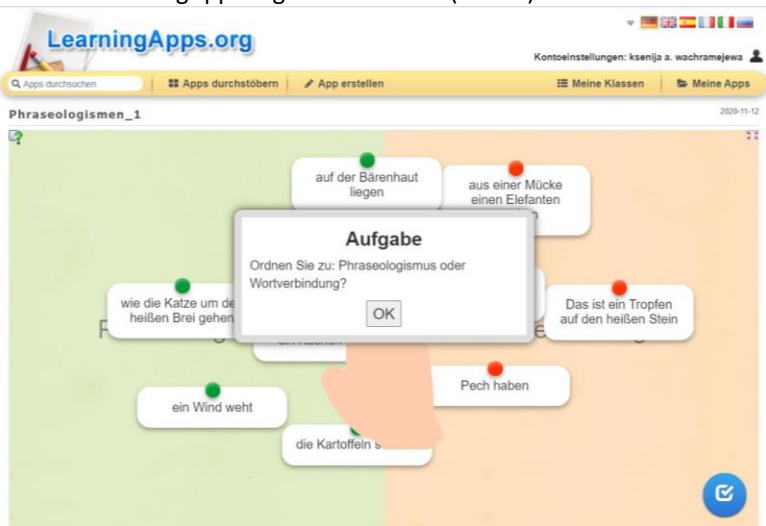


Abb. 1. Zuordnungsübung zur Identifizierung von phraseologischen Einheiten
Internet-Ressource: Plattform LearningApps.org (<https://learningapps.org>)

Als zweites Beispiel wird eine kreative Suchaufgabe vorgeschlagen. Die Lernenden scannen den QR-Code und müssen die Bedeutung eines der vorgeschlagenen Phraseologismen im deutschsprachigen phraseologischen Online-Wörterbuch finden, dann mit eigenen Worten diese Bedeutung erklären und diesen Phraseologismus in den Kontext einbeziehen (Abb. 2):



Abb. 2. Kreative Suchaufgabe mit QR-Code.

Internet-Ressource: QR Code Generator (<http://goqr.me/de>)

Lernenden werden kombinierte Such-, Kreativ- und Projektaufgaben angeboten. Beispielsweise könnte eine Umfrage unter Familienmitgliedern und/oder Kommilitonen von den Lernenden durchgeführt werden. Danach müssen sie eine Liste von phraseologischen Einheiten erstellen, die von den Befragten in der mündlichen Rede aktiv verwendet werden. Schließlich entwickeln die Lernenden (gemeinsam im Team oder individuell) aufgrund der erstellten Liste ein Memospiel. Die Handlungssequenz kann wie folgt sein:

- 1) die Übersetzung von phraseologischen Einheiten ins Deutsche,
- 2) das Illustrieren mit Bildern von phrasenbezogenen Einheiten auf kleinen Karteikarten, die auf die Rückseite mit dem Text dieser phrasenbezogenen Einheiten auf Deutsch zu versehen sind (Nach dem Wunsch kann das Spiel auch im digitalen Format realisiert werden),
- 3) Die letzte Phase der Aufgabe besteht darin, dass die Lernenden selbst das Memospiel im Team spielen (Selbstkontrolle).

Somit werden sowohl alle vier Sprachfertigkeiten gefördert, sondern als auch werden Stärken und Fähigkeiten für erfolgreiche Teamarbeit und individuelle Arbeit entwickelt. Durch den Einsatz des Systems von interaktiven u.a. webbasierten Übungen und Aufgaben wird der DaF-Unterricht effizienter gestaltet.

Literaturverzeichnis

1. Arutjunov, A. R., Galsan, S., Grin, D., Frojdenshtajn, R., Hodera, R. Tradicii i novacii v teorii uchebnika russkogo (inostrannogo) jazyka. Russkij jazyk za rubezhom. Vypusk Nr. 3 (101), 1986. S. 63-67. [in Russisch].
2. Bergerová, H. Zum Lehren und Lernen von Phraseologismen im DaF-Studium. Überlegungen zu Inhalten und Methoden ihrer Vermittlung anhand eines Unterrichtsmodells. [Elektronische Ressource] // Bern Open Publishing.

Universitätsbibliothek Bern. Linguistik Online. – URL: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/365/563> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Deutsch].

3. Ganieva, G. R. Frazеologicheskie edinicy s komponentom imenem sobstvennym v anglijskom, russkom i tatarskom jazykah: monografija/ G. R. Ganieva. – Nizhnekamsk: Nizhnekamskij himiko-tehnologicheskij institut (filial) FGBOU VPO „KNITU“, 2012. – 106 S. [in Russisch].
4. König, Z. M. Paroemia as an important linguocultural component in the design of an electronic course in a foreign language / Z. M. König, M. A. Morozova // Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Novosibirsk, 24–26 marta 2021 g. – Novosibirsk : NGTU, 2021. – S. 178–181. [in Russisch].
5. Statnik, O. Problema izuchenija nemeckih frazeologizmov. [Elektronische Ressource] // Gramota. – URL: www.gramota.net/materials/2/2017/4-1/60.html (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Russisch].
6. Trofimova, I. D. „Ejo aist v nogu ukusil...“, ili obuchenie ustojchivym frazeologicheskim oborotam studentov jazykovogo vuza. [Elektronische Ressource] // Cyberleninka – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eyo-aist-v-nogu-ukusil-ili-obuchenie-ustoychivym-frazeologicheskim-oborotam-studentov-yazykovogo-vuza> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Russisch].

UDK 37.016:81'373.45

DIE VERWENDUNG UNKONVENTIONELLER FORMEN UND TECHNIKEN IN DER GRUNDSCHULE zur Steigerung DER MOTIVATION ZUM ERLERNEN EINER FREMDSPRACHE

Marharyta A. ZHUK

margo_zhuk@mail.ru

Staatliche Janka-Kupala-Universität, Grodno, Belarus

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz E. N. Jukh

Sprachbetreuerin: Doz. Doz E. N. Jukh

Zusammenfassung. *In dieser Arbeit werden die unkonventionellen Unterrichtsformen als Möglichkeit zur Steigerung Motivation betrachtet. Es wurden die Besonderheiten des interaktiven Unterrichts in der Grundschule zu entdeckt und seine Rolle in der persönlichen Entwicklung der Lernenden zu bestimmt.*

Schlüsselwörter: Pädagogik, Fremdsprachenunterricht, persönlichkeitsorientiertes Lernen, Motivation

Heutzutage ist in der Pädagogik und pädagogischen Psychologie der Begriff „persönlichkeitsorientiertes Lernen“ weit verbreitet. Es gibt viele Definitionen dieses Begriffes. I.S. Jakimanskaja betrachtet das persönlichkeitsorientierte Lernen als der Bildungsprozess, dessen Ziel und Inhalt auf die Entwicklung und Selbstentfaltung des Schülers gerichtet sind, indem seine individuellen Fähigkeiten als Gegenstand der Erkenntnis und der gegenständlichen Tätigkeit ermittelt werden [1, S. 5].

In der persönlichkeitsorientierten Pädagogik wird das Lernen als eine gemeinsame Tätigkeit von den Lernenden und dem Lehrer bezeichnet, die auf die individuelle Selbstverwirklichung des Schülers und die Entwicklung seiner persönlichen Eigenschaften bei der Meisterung der zu erlernenden Fächer abzielt.

Die Rolle des Lehrers besteht in der effizienten Organisation des Erziehungsmediums, indem er sich aufs eigene Potenzial und die entsprechende Unterrichtstechnologie stützt.

Moderne wissenschaftliche Betrachtungsweisen zur Festlegung der theoretisch-methodischen Grundlagen des persönlichkeitsorientierten Lernens basieren auf den folgenden zusammenhängenden Bestimmungen:

- jeder Schüler ist eine einzigartige und einmalige Persönlichkeit;
- die Entwicklung der Persönlichkeit der Schülerinnen und Schüler beginnt kaum in der Schule, sondern schon in der Vorschulzeit;
- die Hauptaufgabe der Schule besteht nicht nur darin, bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten beizubringen, sondern günstigste Bedingungen für die persönlichkeitsorientierte Entwicklung der Individualität der Lernenden zu schaffen.

Was der Grundschulbildung betrifft, so gehört die persönlichkeitsorientierte Betrachtungsweise zu einer der wichtigsten Bestandteile der methodischen Grundlage der Bildungsstandards. Was das Lehrfach „Fremdsprache“ angeht, steht der kommunikative Ansatz gemäß dem staatlichen Bildungsstandard im Vordergrund. Darüber hinaus geht es nicht ausschließlich um die Beherrschung der phonetischen, lexikalischen, grammatischen Aspekten einer Fremdsprache, sondern um die Entwicklung von allen Sprachfertigkeiten im Fremdsprachenunterricht, z.B. die Fähigkeit, verschiedene Spracheinheiten zu finden, zu vergleichen, zu klassifizieren und zu charakterisieren; Fähigkeit, seine sprachlichen Handlungen zu kontrollieren und das Geschriebene zu überprüfen [2].

So ist das Ziel der Anfangsphase des Fremdsprachenunterrichts bzw. des Einführungskurses, elementare Fähigkeiten und Fertigkeiten der mündlichen und schriftlichen Rede zu entwickeln.

Die Motivation der Lernenden soll unterstützt werden. Ohne Aktivität im Lernprozess ist es unmöglich, eine aktive Persönlichkeit zu entwickeln. Vieles hängt von der Meisterschaft des Lehrers ab, von seiner Fähigkeit, den Bildungsprozess zu organisieren, von seiner Kreativität und der ständigen Suche nach neuen Lerntechniken. Zu den effizienten Techniken gehören unkonventionelle Unterrichtsformen. In der modernen Pädagogik versteht man darunter die Formen des interaktiven Lernens oder Unterrichts im „interaktiven Modus“ (vom englischen Wort „interaction“ – Wechselwirkung) [3, S. 24].

Der unkonventionelle Unterricht basiert auf der gemeinsamen Suche von Lehrer und Schüler nach den neuen Arbeitsformen, die letztlich die Förderung der kognitiven Aktivität der Schüler und die Verbesserung der Effizienz des Unterrichts beeinflussen.

Für solche unkonventionellen Formen des Fremdsprachenunterrichts sind die Komplexität in der Lösung der praktischen, pädagogischen, Entwicklungs- und Bildungsziele, kommunikativer Ansatz des Lernprozesses, Motivation zum Lernen einer Fremdsprache, Schaffung eines günstigen psychologischen Klimas für die Kommunikation im Fremdsprachenunterricht, Einsatz verschiedener Mittel des Lernens, darunter der technischen Mittel charakteristisch.

Die Verwendung von unkonventionellen Unterrichtsformen ermöglicht nicht nur die Steigerung der Motivation zum Erlernen einer Fremdsprache, sondern auch die Entwicklung der kreativen Eigenständigkeit, kognitiven Fähigkeiten und Wertvorstellungen der Lernenden. Außerdem fördern sie die Bildung der Interaktion der Schüler. So helfen die unkonventionellen Methoden bei der Umsetzung der persönlichkeitsorientierten Betrachtungsweise im Fremdsprachenunterricht der Grundschüler.

Literaturverzeichnis

1. Jakimanskaja, I. S. Litschnostno-orientirovanoe obutschenije v sovremennoj shkole. – M.: Sentjabr', 1996. – 96 S. [in Russisch].
2. Obrazovatel'nye standarty obshhego srednego obrazovaniya [Elektronische Ressource] // Nacionalnyj obrazovatel'nyj portal. – URL: <https://adu.by/images/2019/01/obr-standarty-ob-sred-obrazovaniya.pdf> (Zugangsdatum 11.11.2020). [in Russisch].
3. Tradicionnye i netradicionnye formy obuchenija i vospitanija: uchebnoe posobie / avt.-sost.: V. G. Zakirova, V. K. Vlasova, L. R. Kajumova, Je. G. Sabirova. – Kazan: Kazan. un-t. 2018. – 109 S. [in Russisch].

Sektion 4.

Interkulturelle Kommunikation

UDK 316

GRUNDLEGENDE ANSÄTZE ZUR BERÜCKSICHTIGUNG DES KOMMUNIKATIVEN ABSTANDS IM PROZESS DER SPRACHINTERAKTION

Andrei A. DEMENEV

squirrel11006@gmail.com

Staatliche Technische Universität Novosibirsk, Novosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. D. N. Kulikowa

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Arbeit werden verschiedene Ansätze zur Berücksichtigung der kommunikativen Distanz im Prozess der Sprachinteraktion betrachtet. Es wird ein Überblick über das Konzept der kommunikativen Distanz aus verschiedenen Blickwinkeln gegeben.*

Schlüsselwörter: *Kommunikation, kommunikative Distanz, Faktoren der Sprachinteraktion*

Bereits im 19. Jahrhundert wurde aus den Werken des französischen Soziologen und Philosophen E. Durkheim die Idee populär, dass die physische Distanz zwischen den Teilnehmern der Kommunikation ein wesentlicher Faktor ist, der den Verlauf und den Erfolg der Kommunikation selbst beeinflusst. Jetzt kann man voller Zuversicht sagen, dass die kommunikative Distanz nicht nur unter dem Gesichtspunkt der räumlichen Beziehungen betrachtet werden kann, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der Besonderheiten der Beziehungen zwischen Kommunikationsteilnehmer, die ihre sozialen Rollen und kulturellen Merkmale zum Ausdruck bringen.

Der erste Ansatz zur Bestimmung der kommunikativen Distanz wird in einem der bekanntesten Werke von E. Hall erwähnt, in dem das Konzept wie „Proxemics“ betrachtet wird, das die räumlichen Bedingungen der Kommunikation und die Interposition von Gesprächspartnern zum Zeitpunkt ihres physischen, visuellen oder sonstigen Kontakts untersucht. Abhängig von der Tageszeit, der

Fülle des Raumes und der körperlichen Verfassung kann eine Person verschiedene Plätze im Raum einnehmen [4, S. 101].

E. Hall definiert kommunikative Distanz als die physische Distanz zwischen Kommunikationspartnern. Es wird dieser Begriff als eine räumliche Kategorie bestimmt.

Die Arten der Kommunikationsentfernung sind wie folgt:

1. Intim (bis zu 45 cm) – Dies ist die sogenannte „geschlossene Phase“, die die Möglichkeit eines Körperkontakts ermöglicht (der Abstand zwischen den Gesprächspartnern ist gering).
2. Persönlich (von 46 bis 120 cm) – der für die Kommunikation vertrauter Personen typische Abstand.
3. Sozial (von 120 bis 400 cm) – die Entfernung, die während der offiziellen Kommunikation und bei der Kommunikation mit Fremden eingehalten wird.
4. Öffentlich (über 400 cm) – die Entfernung, die eine Person bei der Ansprache einer großen Gruppe von Personen einhält [4, S. 101].

S.I. Filippov und V.V. Lebedeva sind jedoch der Meinung, dass „... vollständig geringe Kommunikationsentfernung zwischen den Gesprächspartnern eine Vereinfachung wäre. Die Distanz zwischen den Kommunikanten entspricht nicht immer ihren sozialen Positionen und Rollen im Verhältnis zueinander“ [2, S. 23]. Als Beispiel könne die Situation in einem überfüllten Transport oder Aufzug gebracht werden, in der Menschen gezwungen sind, nahe beieinander zu sein, ohne auf persönlicher oder intimer Ebene zu kommunizieren. Ein anderes Beispiel betrifft das Telefonieren oder die Kommunikation in sozialen Netzwerken. Es ist offensichtlich, dass die Kommunikationsteilnehmer durch eine ziemlich große Entfernung voneinander getrennt sind. Dies hindert sie jedoch nicht daran, sich beispielsweise in persönlichen Beziehungen zu befinden.

Ein anderer Ansatz besteht darin, dass die kommunikative Distanz nicht als physische Distanz zwischen Kommunikationspartnern zu betrachten ist, sondern als Spezifität der Sprachinteraktion. L.G. Efanova definiert kommunikative Distanz als „soziale Distanz, die sich im Akt der Sprachinteraktion zeigen lässt und die Wahl der Adresse beeinflusst“ [1, S. 5]. Diese Entfernung kann sich während der Kommunikation ändern.

In ihrer Arbeit „Mechanismen der Distanzänderung in der Sprachinteraktion“ teilt L.L. Fedorova [3] die Meinung von L.G. Efanova. Es wird die kommunikative Distanz durch das Konzept der „sozialen Distanz als Distanz zwischen dem Lehrer und dem Schüler, dem Chef und dem Untergebenen“ charakterisiert [2, S. 22].

Somit kann die kommunikative Distanz nicht nur als physische Distanz zwischen Kommunikationspartnern betrachtet werden, sondern auch als eine Art Sprachinteraktion, die im Kommunikationsprozess vorkommt.

Literaturverzeichnis

1. Efanova, L. G. Kommunikative Distanz als Norm der Sprachinteraktion (am Beispiel der Verwendung einiger russischer Pronomen) // Bulletin der Staatlichen Universität Tomsk, 2011. – Nr. 2 (14). – S. 5-11. [in Russisch].
2. Lebedeva, V. V., Filippov, S.I. Sprache bedeutet, kommunikative Distanz in der deutschen Sprachkultur auszudrücken // Vestnik NSU. Reihe: Linguistik und interkulturelle Kommunikation. 2015.Vol. 13. – Nr. 3. – S. 23-33. [in Russisch].
3. Fedorova, L. L. Mechanismen der Distanzänderung in der Sprachinteraktion // Mosk. Sprachjournal, 2003. – T. 2. – Nr. 7. – S. 22. [in Russisch].
4. Hall, E. T. The hidden dimension. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1966. – 219 S. [in Englisch].

UDK: 327:316.774:004

MITTEL VON DEM PSYCHOLOGISCHEN EINFLUSS IN DEN MEDIENTEXTEN DES POLITISCHEN DISKURSES

Ivan S. DERIKO

isaew001@mail.ru

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. L. Y. Medovkina

Sprachbetreuerin: Doz. H. N. Nasarenko

Zusammenfassung. Die vorliegende Forschung befasst sich mit verschiedenen Methoden und Mitteln zur Manipulation des Massenbewusstseins der Gesellschaft. Das Ziel der Forschung ist es, die Rolle der Massenmedien bei der Organisation von „farbigen Revolutionen“ zu untersuchen und den Einsatz von „farbigen Revolutionen“ als Technologien für die Organisation von Staatsstreich zu analysieren. Als Ergebnis der Arbeit wurden die Rolle und der Platz der Massenmedien bei der Vorbereitung und Durchführung von „farbigen Revolutionen“ am Beispiel verschiedener Länder definiert. Die Forschung kam zu dem Schluss,

dass es eine neue Art von Druck – Information – gebe, die eine informationsorganisatorische Art der Revolution schafft, die es so noch nie gegeben habe.

Schlüsselwörter: Massenmedien, farbige Revolution, Rumänien, Tschechische Republik, Georgien, Information

Die Medien haben einen großen Einfluss auf ihre Leser, Zuschauer oder Radiohörer. Bei der Ansprache ihres Publikums wenden die Medien viele Techniken und Mittel zur Bewusstseinsmanipulation an. Die Angst tritt am häufigsten als das Hauptgefühl bei bewusster Manipulation auf. Die Presse und das Fernsehen lassen sich in ihrem Handeln von einer bekannten Tatsache leiten: Eine Gesellschaft, die von unzureichender Angst betroffen ist, verliert ihren gesunden Menschenverstand. Die Angst ist ein grundlegender Faktor, der das menschliche Verhalten bestimmt, wird sie von den Medien stets als Instrument der Massenbewältigung eingesetzt. Darüber hinaus ist es nicht die wirkliche Angst, die auf eine bestimmte Gefahr reagiert, sondern eine Scheinangst, die nur in der Vorstellung der Menschen entsteht und existiert. Der Einfluss der Massenmedien kann an konkreten Beispielen betrachtet werden, u.z. Rumänien, die Tschechische Republik und Georgien [1, S. 23-27].

1989 begann in Rumänien eine „samtene“ Revolution. Dieses Ereignis war das einzige Beispiel für die Verletzung des Prinzips der Gewaltlosigkeit bei den Revolutionen, die in Osteuropa stattfanden. In Bukarest begannen ab dem 21. Dezember Massendemonstrationen gegen die „Gräueltaten von Ceausescu“. Zu dieser Zeit führten die Medien, die bereits von der neuen Regierung kontrolliert wurden, eine regelrechte „psychologische Sabotage“ durch. Es wurde ständig mitgeteilt, dass „Terroristen“ dieses oder jenes Objekt angreifen würden. Es wurde über Scharfschützen berichtet, die auf Dächern und Balkonen saßen, wodurch alle getötet wurden, die von einem Zielfernrohr getroffen wurden. Im Fernsehen und im Radio wurde behauptet, dass die Regierung sich darauf vorbereite, Demonstranten aus Hubschraubern zu erschießen. All dies sollte zu Verwüstung und Panik unter den Einheimischen führen. Infolgedessen artete die regierungsfeindliche Kundgebung zunächst in Zusammenstöße mit der Polizei aus, und dann begannen im ganzen Land blutige Kämpfe zwischen den Rebellen und der Armee und Securitate. In vielen „samtenen“ und „farbigen“ Revolutionen legten die Medien besonderen Wert auf das „Opferproblem“, das absichtlich als Mittel zur Manipulation der öffentlichen Meinung konzipiert wurde, um die Wahrheit zu verzerren. Mit Hilfe des Opfers wird ein Feindbild geschaffen, das entweder direkt für den Anschlag auf das Opfer verantwortlich ist oder indirekt mit diesem zusammenhängt [2, S. 36]. Ähnlichen Druck auf die Gesellschaft übten die Medien

in Prag aus. 1989 verbrachten tschechoslowakische Studenten in Prag mehrere Wochen damit, sich zu treffen und regierungsfeindliche Parolen zu skandieren. Das westliche Fernsehen strahlte Aufnahmen einer Kundgebung aus, bei der ein Polizist als Reaktion auf einen seltenen, trägen Streich eines Demonstranten mit seinem Schlagstock winkte (aber nicht traf), d.h. die Behörden zeigten die Ausdauer und Kultur der Tschechen. Die Medien „brauchten Blut“, aber es war nicht da. Doch schon bald begannen sich Gerüchte über den Mord an einem der Studenten zu verbreiten. Das „Opfer“ war ein gewisser Student, Schmid, der angeblich von der Polizei getötet wurde, als er die Demonstration auflöste [3]. Das Fernsehen zeigte auf der ganzen Welt die „Leiche eines Studenten“, der an den Schlägen der Polizei gestorben war. Wie sich später herausstellte, war dieses Schlüsselereignis ein Auslöser der „Samtenen Revolution“ und stellte sich als eine von der Opposition arrangierte Aufführung heraus.

Die Methode, ein „Opfer“ zu schaffen, wird auch von den Medien in Bezug auf ganze Nation oder ganzen Staat angewandt. Wenn eine Nation kontinuierlich und lange Zeit in die Beschreibung von schrecklichen Ereignissen einbezogen wird, auch mit negativen Kommentaren kombiniert, können Leser oder Zuschauer schließlich eine Abneigung gegen diese Nation entwickeln. Ist das Feindbild erst einmal geschaffen, so wird jede gewaltsame Aktion, ob Krieg oder Revolution, gegen eine bestimmte Nation nicht nur legal, sondern auch legitim. Und man darf sich nicht mehr davor fürchten, eine empörte Weltgemeinschaft zu kritisieren. Die Methoden der „Samtenen Revolution“ haben auch in Serbien ihre Anwendung gefunden. Demonstrationen der Serben, „Todeslager“ und der degenerierte „edle“ Sturz der Diktatur haben die Medien benutzt, um das öffentliche Bewusstsein anzugreifen. Nach dem Zerfall Jugoslawiens stand nur Serbien einer Einbeziehung des Balkans in das vom Westen geplante Wirtschaftsmodell im Wege. Um Serbien unterzuordnen, wurde ein breites Arsenal an wirtschaftlichen, militärischen und manipulativen Mitteln eingesetzt, wie harte Sanktionen, Unterstützung bewaffneter Separatisten, intensive Bombardierungen durch NATO-Truppen, gefolgt von der Besetzung des Kosovo [4, S. 42]. Der letzte Schlag gegen Serbien wurde mit den Methoden der „Samtenen Revolution“ versetzt. Es war jedoch notwendig, den Bruch Serbiens im Vorfeld vorzubereiten. Dazu nutzten die Medien ein innovatives Programm, das gezielt auf das Massenbewusstsein einwirkte, sowohl in Jugoslawien selbst als auch in der Welt. Dieses Programm ging als „Dämonisierung der Serben“ in die Geschichte ein. Fotografien des „Serbenlagers“ in Tripolis, die von britischen Journalisten angefertigt wurden, spielten eine wichtige Rolle, um die westliche Öffentlichkeit von der Brutalität der Serben zu

überzeugen. Eines der Fotos zeigt einen müden Muslim, der seine Hände durch einen Stacheldraht zu Korrespondenten streckt. Doch wie später deutlich wurde, handelte es sich nicht um ein „Todeslager“, sondern um eine Flüchtlingssammelstelle, die sich in einem Schulgebäude befand. Und der Stacheldrahtzaun trennte den Schulhof einfach von der Autobahn ab und wurde schon vor dem Krieg installiert, damit die Kinder nicht auf die Straße rannten. Journalisten filmten Menschen gezielt durch den Stacheldraht, damit sie dann als muslimische Gefangene dargestellt werden konnten. Solche gefälschten Fotos und Artikel über die „Todeslager“ wurden von den westlichen Medien reproduziert. Als die „Samtene Revolution“ begann, lag die Sympathie der Weltgemeinschaft folglich auf der Seite der Opposition, denn dank der Medien war es nicht mehr nur eine blutige, vom Westen unterstützte Revolution, sondern ein edler Sturz der Diktatur.

Es sei darauf hingewiesen, dass die Opfer der „schwarzen PR“ durch die Medien sehr oft direkt die Staatschefs sind. Da die Medien nicht über eine seriöse Informationsquelle verfügen, verwenden sie manchmal inakzeptable Methoden und Techniken. Die Medien fabrizieren und fälschen Fakten, verbreiten Falschmeldungen und machen die ersten Personen des Staates einfach lächerlich und diskreditieren sie damit in den Augen der Öffentlichkeit. So trug die Verbreitung negativer Informationen über Askar Akajew und seine Familienangehörigen durch die Massenmedien dazu bei, dass seine Autorität in der Bevölkerung Kirgisistans abnahm. Insbesondere die Veröffentlichung der spöttischen Broschüre „Haus gebaut von Akaev“ war ein schwerer Schlag für das Image des Präsidenten von Kirgisistan. Der Artikel berichtete über ein modisches Haus, das im südlichen Teil der Hauptstadt speziell für Akaevs Familie gebaut wird. Wie sich später herausstellte, wurde der Palast für offizielle Staatsempfänge gebaut. Dieser Artikel hat jedoch seine Aufgabe erfüllt. Bereits am nächsten Tag versammelte sich eine Menge vor dem Parlament und forderte, die Amtsenthebung Akaevs zu verkünden und die Regierung aufzulösen.

In Vorbereitung auf „farbige“ Staatsstreiche nutzt die Opposition die Medien für systematische Propaganda und andere psychologische Operationen, um die Meinungen und das Verhalten der Bürger des Landes zu beeinflussen und sie zu zwingen, in die richtige Richtung zu handeln. Durch oppositionelle Medienprogramme wird die Bevölkerung über die Aktivitäten der neuen politischen Organisationen informiert. Dem Fernsehen wird besondere Aufmerksamkeit geschenkt, da es eine wirksamere Waffe ist als Print oder Radio. Sie hat die einzigartige Fähigkeit, die Unterscheidung zwischen Wahrheit und Lüge „auszulöschen“. Selbst die offensichtlichen Lügen, die über den Fernsehschirm

präsentiert werden, lassen beim Zuschauer keine Zweifel aufkommen und werden oft als Wahrheit wahrgenommen [5, S. 42-45]. Der georgische Politiker M. Saakaschwili kam als Ergebnis der „farbigen“ Revolution an die Macht, in der die Fernsehgesellschaft Rustavi 2 fast die Hauptrolle spielte. Wenige Tage vor dem Staatsstreich strahlte der Fernsehsender Rustavi 2 einen eineinhalbstündigen Dokumentarfilm über den Sturz des Regimes von Slobodan Milosevic aus. Es wurde im Film von den Aktionen der jugoslawischen Opposition erzählt, heitere Reden, Kundgebungen und Protestmärsche demonstriert. Führende Länderanalytiker und Oppositionsführer sprachen ebenfalls in der gleichen Sendung, diskutierten den Film und verglichen jugoslawische mit georgischen Ereignissen [6, 43]. Am nächsten Tag erschienen dieselben Flaggen auf dem Rustaweli-Platz, wo das Treffen der Gegner von E. Schewardnadse stattfand – eine geballte Faust auf orangem Hintergrund, und der Platz skandierte „Kmara“ (Genug ist genug). Es war der auf „Rustavi 2“ gezeigte Film, der Georgien zeigte, wie man gegen die Behörden kämpft. Charakteristisch ist es, dass genau dieser Sender den Namen „Rosenrevolution“ trägt.

So haben die Medien einen großen Einfluss auf ihre Leser, Fernsehzuschauer oder Radiohörer. Bei der Ansprache ihres Publikums wenden die Medien viele Techniken und Mittel zur Bewusstseinsmanipulation an. Bei „farbigen“ Revolutionen besteht eine der Hauptaufgaben der Medien darin, ein virtuelles Bild einer mächtigen Protestbewegung zu schaffen, die schon fast gewonnen hat. Die Massen auf dem Bildschirm entsprechen nicht immer der Realität.

Dank der Medien erlangt die Menge nicht nur den Status der Mehrheit, sondern auch den des Volkes. Dadurch wird eine „Spirale der Stille“ aktiviert. Nach dieser Theorie ist es weniger wahrscheinlich, dass eine Person ihre Meinung zu einem bestimmten Thema äußert, wenn sie sich in der Minderheit fühlt. Die Medien manipulieren die schweigende Mehrheit geschickt (z.B. positiv gegenüber den Behörden), indem sie die Bedingungen dafür schaffen, dass sie schweigen und sich als Minderheit fühlen.

Literaturverzeichnis

1. Colow'ewa prawu O.A. Cimwoly, cimwolitscheckie prawu snaki prawu i prawu snaki prawu wlacti. / Cimwoly i prawu atributy wlacti. Genesis. Cemantika. Vunkzii. – CPb., 2016. – S.23-27. [in Russisch].
2. Krawtschenko, A.I. Politologija: Utsheb. pocobie dlja ped. wusow. – M.: Academia, 2016. – S.36. [in Russisch].

3. Kriworutschko, A.A. Konflikt w Kocowo, kak soctawnaja tschacht' obshego krisica w bywshej Jugoclawii. [Elektronische Ressource] // Cyberleninka. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/konflikt-v-kosovo-kak-sostavnaya-chast-obshego-krisisa-v-byvshey-yugoslavii-istoriya-voprosa> (Zugangsdatum: 15.09.2020). [in Russisch].
4. Muchaew, R.T. Politologija: Utsheb. dlja wusow. – M.: Procekt, 2014 – 640 S.
5. Tschulanow, Ju.G. Politologija: utshebnik / Ju. G. Tschulanow. – 3-e prawu isd., icpr. i prawu dop. – CPb.: Bisnec-precca, 2015. – S.42-45. [in Russisch].
6. Wacilenko, I.A. Politologija – M.: Jurajt, 2014 – S.43. [in Russisch].

UDK 327:316.722(430)

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION WIE EIN FAKTOR DES SOZIOKULTURELLEN WANDELS IN DEUTSCHLAND

Roman S. MARIENKO

marenkor@mail.ru

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. L. Y. Medovkina

Sprachbetreuerin: Doz. H. N. Nasarenko

Zusammenfassung. *Die vorliegende Arbeit ist der Untersuchung von Besonderheiten des soziokulturellen Wandels in Deutschland unter dem Einfluss von Migrationsprozessen gewidmet. Es wird der Einfluss von Migranten und Flüchtlingen auf die moderne deutsche Gesellschaft analysiert. Auf der Grundlage theoretischer Daten wurden die Besonderheiten der interkulturellen Interaktion von Migranten mit der einheimischen Bevölkerung und ihre Auswirkungen auf das tägliche Leben der Gesellschaft betrachtet und mögliche Lösungsversionen vorgestellt. Die Arbeit kam zu dem Schluss, dass eine kompetente Organisation des Prozesses der interkulturellen Kommunikation das Niveau der sozialen Spannungen verringern und die Anpassung an das neue kulturelle Umfeld erleichtern kann.*

Schlüsselwörter: *Deutschland, Migranten, Multikulti Politik, Sprache, Wandel*

Die moderne Welt ist durch die Tendenz, die ethnischen Kontakte zu verstärken und die kulturellen Grenzen zu verwischen, gekennzeichnet. In der Bundesrepublik Deutschland sind die Probleme der Interaktion und der

Missverständnisse zwischen Migranten und ihrer Aufnahmegesellschaft heute wie nie noch wichtiger. Gegenwärtig werden die Fragen der Bildung einer multikulturellen Gesellschaft in einem neuen Kontext betrachtet. Die Integrationsdebatte war viele Jahre lang durch das Zögern eingeschränkt worden, anzuerkennen, dass die Migration nicht nur vorübergehend, sondern dauerhaft ist. Die angewandten Maßnahmen betrafen in der ersten Linie einige oberflächliche Aspekte der Einwanderung, jedoch wurden Fragen der Integration und der multikulturellen Interaktion praktisch nicht erwähnt. Der Multikulturalismus kann als eine Form der toleranten Zusammenleben von verschiedenen Kulturen in einem Land definiert werden, die auf der Chancengleichheit und der Freiheit der Selbstbestätigung für jedes Repräsentant der nationalen Kultur basierend ist. Die multikulturelle Gesellschaft ist eine Gesellschaftsform, in der verschiedene ethnische Gruppen koexistieren und mit unterschiedlichen kulturellen Ansichten und moralischen Werten interagieren [1].

Heutzutage verändern sich viele westeuropäische Werte und kulturelle Einstellungen gegenüber ihren Bürgern unter dem Einfluss von den aktiven Migrationsprozessen. Der Hauptschlag wird von Deutschland übernommen. In diesen widersprüchlichen Kontexten ist es notwendig, die Prozesse intensiver zu betrachten, die durch das Prisma der Interaktion und des Verständnisses zwischen den Kulturen ablaufen – die interkulturelle Kommunikation, die der wichtigste Faktor bei der Regulierung des inneren Lebens und der Sicherheit ist. Für das multinationale Deutschland, das seit vielen Jahren „multikulti Politik“ verfolgt und sich ständig um die Aufrechterhaltung eines effektiven Systems der gesellschaftlichen Organisation bemüht, sind die Probleme der Interkulturalität ebenso wichtig wie politische oder wirtschaftliche Fragen. Wenn man von Problemen der inneren Sicherheit im Zusammenhang mit soziokulturellen Veränderungen spricht, muss man zunächst den zahlreichen Migrantengruppen Aufmerksamkeit schenken, die keine Integration anstreben oder diese überhaupt ablehnen und ihre Weltsicht einpflanzen. Auch die Frage der Sprache als Hauptinstrument der interkulturellen Interaktion bleibt ungelöst. Die Flüchtlinge, Migranten aus dem Nahen Osten und afrikanischen Ländern, die eine andere Sprache sprechen, wollen kein Deutsch lernen, suchen nicht nach den Möglichkeiten, mit der einheimischen Bevölkerung zu interagieren, obwohl Neuankömmlinge kostenlose Kurse erhalten, was zu einer Reihe von Konfliktsituationen führt. Deutsch hat in den letzten Jahren unter dem Einfluss von Migrantensprachen der deutliche Wandel erfahren:

- Artikel sind verwirrt oder werden komplett übersprungen;

- Kasus-Endungen verschwinden;
- Die Aussprache wird durch orientalische Sprachen verfälscht.

Der Sprachwissenschaftler Harald Harman glaubt, dass „es ziemlich logisch ist, nach den Wurzeln des Wandels in den Sprachfähigkeiten von Migranten zu suchen“ [4]. Sie dringen über einige Kanäle in das alltägliche Deutsch ein. Solche Kanäle finden sich in Schulen, in Gebieten, die überwiegend von Migranten bewohnt werden. Aufgrund struktureller Veränderungen und weit verbreiteter Vereinfachungen können wir über die allmähliche Änderung der literarischen Standards sprechen. Die millionenschwere Kolonie von Flüchtlingen und Migranten erhält allmählich die Möglichkeit, die politische und demographische Situation in dem Land zu beeinflussen. Mehr denn je befanden sich die deutschen Bürger „auf entgegengesetzten Seiten der Front“. Laut ARD-Meinungsumfragen aus dem Jahr 2015 haben 48% der befragten Deutschen keine Angst vor einer immer größer werdenden Zahl von Migranten, während etwa 50% der Bevölkerung über den zunehmenden Einfluss des Islam in Deutschland besorgt sind. Die Frage der Religion spielt nicht eine letzte Rolle beim Aufbau einer erfolgreichen interkulturellen Kommunikation.

Heute leben in Deutschland etwa 5 Millionen Muslime. Da die Religionsfreiheit durch das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland garantiert ist, können sie ihre Zeremonien formell organisieren, traditionelle Kleidung tragen usw. Solche Veränderungen führen dazu, dass die Gesellschaft traditionelle Werte, die für deutschen üblich sind, revidiert und politische Vektoren transformiert werden müssen: Deutsche Politiker sind gezwungen, nach Wegen zu suchen, wie diese der deutschen Kultur fremde Gesellschaft, wenn nicht integriert, zumindest in den Rahmen der geltenden Rechtsnormen gestellt werden könnte. Die aktuelle Situation zeigt aber, dass die traditionelle deutsche Gesellschaft mit ihren nationalen Interessen handeln muss, um ihre Politik des Multikulturalismus fortzusetzen. Der Weihnachtsbaum als Symbol für die Einheit des christlichen Volkes, der nicht mehr der Fall ist, war das erste Signal für die muslimische Minderheit, aus dem Schatten zu kommen. Das ist passiert, weil die muslimische Bevölkerung unzufrieden mit dem Fehlen eines Symbols im Kulturkodex Deutschlands ist und dass ihre Gleichstellung nicht nur in der Öffentlichkeit, sondern auch auf kultureller Ebene darstellen würde. Die Besonderheit der muslimischen Einwanderer besteht darin, dass sie sich immer nahe beieinander niederlassen. Es gibt geschlossene monoethnische und monoreligiöse Viertel und Gebiete mit Bildungseinrichtungen „nur für sich selbst“. Dazu gibt es Schlafsäle nur für Muslime, zu denen Vertreter anderer Nationalitäten

keinen Zutritt haben. Auch wachsen die muslimischen Migrantenfamilien schneller als die Familien der Titularbevölkerung, was seine Anpassungen an die demographische Situation im Land bewirkt. Schritt für Schritt organisieren sich muslimische Gemeindeorganisationen, die in bestimmten Gebieten als Mehrheit der Religionszugehörigkeit den Wunsch erklären, ihre nationale und kulturelle Identität zu bewahren. Schritt für Schritt organisieren sich muslimische Gemeindeorganisationen, die in bestimmten Gebieten als Mehrheit der Religionszugehörigkeit den Wunsch erklären, ihre nationale und kulturelle Identität zu bewahren. Ein Beispiel dafür ist die Statistik, die zeigt, dass die Deutschen anfangen, die dominierende Nationalität zu verlieren. Ein Beispiel dafür ist die deutsche Stadt Frankfurt am Main, wo die Deutschen zu einer Minderheit geworden sind. Laut Statistik sind 51,2% der Einwohner der Stadt entweder gebürtige Ausländer oder im Ausland geborene deutsche Staatsbürger [2]. Die Gemeinschaften wachsen und damit auch die Anforderungen. Migranten leugnen die europäische Kultur fast vollständig. Gleichzeitig, abstreiten sie ihre Zugehörigkeit zu einer religiösen Minderheit. Die Salafismusbewegung, die radikalste islamische Bewegung in Deutschland, gewinnt immer mehr an Stärke. Im Jahr 2013 gab es etwa 5.500 Salafits im Land. Fast alle bisher identifizierten terroristischen Zellen und einzelnen Terroristen wurden mit diesem Trend in Verbindung gebracht. Experten sind sicher, dass die von den Salafits geförderte radikale Ideologie jihadbereite Fanatiker bildet, was wiederum in den Augen der durchschnittlichen Bevölkerung das Vertrauen in den Islam untergräbt [3].

Bei der Betrachtung des soziokulturellen Wandels ist es wichtig zu verstehen, dass Multikulturalismus und Assimilation unterschiedliche Antworten auf die gleiche Frage nach der Fragmentierung der Gesellschaft sind. Die deutsche Erfahrung zeigt, dass sich beide Optionen als erfolglos erwiesen und zu einer Verschlechterung des Verhältnisses zwischen Besuchern und indigener Bevölkerung in fast allen Bereichen des täglichen Lebens geführt haben. Der Multikulturalismus als Unempfindlichkeit gegenüber der Hautfarbe und der Multikulturalismus als Ausdruck eines blinden Rassismus und der wachsenden Überlegenheit der einen gegenüber den anderen ist nicht dasselbe; zweitens ist es für Deutschland an der Zeit, zwischen Menschen und kulturellen Werten zu unterscheiden. Der Versuch, zu zeigen, dass eine monokulturelle Gesellschaft möglich ist, führt dazu, dass einige nationale Gruppen an die Stelle anderer treten. Die grundlegenden Unterschiede zwischen beiden Kulturen, auf die man bei der notwendigen Interaktion trifft, erfordern einen umfassenden Ansatz für alle obengenannten Probleme. Die multikulturelle Politik hat, wie alle Handlungen,

Konsequenzen, was das Problem dieser Politik ist. Wie wir wissen, impliziert Multikulturalismus die gegenseitige Koexistenz verschiedener Kulturen, aber das Praxis zeigt, dass es schwierig ist, mit völlig unterschiedlichen Kulturen in einem Gebiet zurechtzukommen. Die Maßnahmen, die auf die Erhaltung und Pflege von Minderheitenkulturen abzielen, hatten in der Folge die schlechtesten Ergebnisse, da kulturelle Minderheiten beginnen, sich genauso zu fühlen wie in ihrem Heimatland und versuchen, ihre eigenen Regeln aufzustellen, was zu Aggressionen unter der lokalen Bevölkerung und damit zu Streitigkeiten und Unruhen führt [5, 201-203].

Aus all dem Gesagten können wir den Schluss ziehen, dass die deutsche Regierung einen nüchternen Blick auf die gegenwärtige soziokulturelle Situation in der Gesellschaft werfen, nicht länger unter dem Deckmantel der Toleranz die Augen davor verschließen und endlich begreifen muss, dass nur eine kompetente Organisation der soziokulturellen Interaktion auf der Grundlage gegenseitigen Respekts das Niveau der sozialen Spannungen verringern und die Anpassung der Migranten an das neue kulturelle Umfeld erleichtern kann.

Literaturverzeichnis

1. Alexander Haneke & Helene Bubrowski, Sind Grenzkontrollen eigentlich erlaubt? [Elektronische Ressource] // faz.net. – URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/wie-die-aussetzung-des-schengen-abkommens-funktioniert-13803053.html> (Zugangsdatum 20.09.2020). [in Deutsch].
2. Jetnitschekie nemzy ctali men'schinctwom w Germanii. [Elektronische Ressource] // fishki.net. – URL: <https://fishki.net/2327264-jetniceskie-nemcy-stali-menyshinstvom-vo-frankfurte.html> (Zugangsdatum 15.09.2020). [in Russisch].
3. Kak migranty ismenili Germaniju. [Elektronische Ressource] // BBC. – URL: <https://www.bbc.com/russian/features-37177070> (Zugangsdatum 15.09.2020). [in Russisch].
4. Kak migranty wlijajut na nemezkiy jasyk. [Elektronische Ressource] // DW. – URL: <https://p.dw.com/p/15kle> (Zugangsdatum 16.09.2020). [in Russisch].
5. Pactuchow R.O. K woproc u probleme bezhenzew // Cowremennye problemy i percpektiwnye naprawlenija innowazionnogo raswitiya nauki: cbornik ctatej Mezhdunarodnoj nautschno-praktitscheckoj konverenzii: w 4-ch tschactjach, 2016. – 201-203 S. [in Russisch].

TENDENZEN DER INTERNATIONALISIERUNG VON DEUTSCHEN HOCHSCHULEN: ENGLISCHSPRACHIGE STUDIENGÄNGE OHNE DEUTSCHKENNTNISSE?

Polina S. OPALINSKAYA

polyopal07@gmail.com

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. L. A. Overchuk

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *Die vorliegende Arbeit widmet sich der Einführung der englischen Sprache in die Lehrpläne für die ausländischen Studenten. Es wird die Rolle der englischen Sprache im Bereich der Hochschulbildung analysiert.*

Schlüsselwörter: *englisch- und deutschsprachige Studiengänge, Curricula, Hochschulbildung, Auslandsstudium*

Moderne Ausbildung ist ein bedeutendes Mittel, um die wichtigsten Probleme nicht nur der ganzen Gesellschaft, sondern auch des einzelnen Individuums zu lösen. Das ist eine der wichtigsten Phasen im langen Prozess der Sozialisation. Heutzutage wird die Hochschulbildung im Ausland immer mehr relevant. Dieser Trend ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass für den zukünftigen gut bezahlten Job ein Studiengang notwendig ist, der sorgfältig für die zukünftige Berufstätigkeit ausgewählt wird. Um die Ratings zu verbessern, beginnen die Hochschulen, die Studiengänge in englischer Sprache anzubieten. In dieser Situation ist der Einfluss der englischen Sprache von unschätzbarem Wert.

Wenn wir die Rolle der englischen Sprache als führende Sprache in der Hochschulbildung betrachten, bewerten die Forscher ihre Rolle eher als negativ. E.V. Gulyaeva stellt in ihrem Artikel fest, dass die Wahl des Studiengangs unter den ausländischen Abiturienten und Abiturientinnen in erster Linie von stark von den Uni-Rankings abhängig sei. Eines der wichtigsten Kriterien der Weltrangliste ist das Niveau der veröffentlichten wissenschaftlichen Forschungen von den Hochschullehrern [1].

Zweifellos bevorzugen internationale Studieninteressierte eine Hochschule oder eine Universität, wenn sie hohe Positionen in der Universitäts-Weltrangliste hält.

Das Prestige und der Status einer Universität hängen unmittelbar von den Publikationen in englischer Sprache ab. Die absolute Mehrheit der Publikationen der führenden Bildungseinrichtungen in Deutschland, China oder Europa werden in englischer Sprache veröffentlicht [2].

Dieser Trend lässt sich im Hochschulsystem Deutschlands zeigen. Die deutschen Universitäten rangieren auf den ersten Plätzen der europäischen und weltweiten Ranglisten, was die hohe Qualität der Hochschulausbildung und die Vielfalt der Programme für ausländische Studierende unterstreicht. Viele Universitäten Deutschlands entwickeln englischsprachige Programme, die führende Bereiche und Fachrichtungen umfassen, die den Studenten ohne Deutschkenntnisse in der Zukunft ermöglichen, Bachelor- und auch Masterstudium zu machen.

Trotz dieses Trends bleibt jedoch die Tatsache bestehen, dass Englisch nicht für alle Studiengänge geeignet ist. Beispielsweise ist ein englischsprachiger Studiengang Medizin in Deutschland schwieriger zu gestalten bzw. zu finden. Öfters kann auch die Unkenntnis von Fremdsprachen bei dem Auslandsstudium (z.B. in Deutschland – Deutschkenntnisse) nicht vollständig ersetzt werden.

Dabei ist anzumerken, dass die meisten Universitäten im deutschsprachigen Raum ihre Studiengänge ausschließlich auf Deutsch anbieten. Es wird darauf hingewiesen, dass die Wahl eines Studiengangs in Englisch nur dann akzeptabel ist, falls der Studierende künftig in englischsprachigen Ländern arbeiten möchte. Dies gilt für Studiengänge in Psychologie, Recht (für Studierende nur im englischsprachigen Studiengang gibt es einige Einschränkungen bei der Einstellung, z.B., der Studiengang Recht wird nur als Bachelor-Studiengang in Englisch angeboten) [4].

Wer entscheidet sich für einen Studiengang in Englisch, muss ein sehr hohes Sprachniveau Englisch haben. Wenn man einen Studiengang in Deutsch wählt, so braucht man Englischkenntnisse, die für die Lernziele genügend sind. Im Alltag einschl. im Studentenalltag ist selbstverständlich Deutsch angemessen, weil nicht jeder Einwohner in Deutschland Englisch gut kennt. Es werden Deutschkenntnisse für eine erfolgreiche Sozialisation benötigt. Deutschkenntnisse vereinfachen jedoch nicht nur den Alltag in Deutschland, sondern auch in meisten Fällen das Studium (bei der Kommunikation mit Kommilitonen, Dozenten u.a.).

Es wird heutzutage festzustellen, dass der Einfluss der englischen Sprache auf diesen Trend weiterhin indessen bestehen bleibt. Ihre dominante Position in der ganzen Welt wird immer stärker [3].

Zur weiteren Forschung dieses Phänomens sind die linguodidaktischen Grundlagen der Hochschulausbildung erforderlich. Es ist zu analysieren, welche Studiengänge und Lehrwerke in ausländischen Hochschulen entwickelt werden, die mit dem universitären Fremdsprachenunterricht verbunden sind, weil dieser Aspekt noch wenig geforscht ist.

Es kann angenommen werden, dass die Verwendung der Fremdsprachen als obligatorisches Element der Entwicklung von Curricula für internationale Studierende eine entscheidende Rolle spielen wird, weil die Tendenz der Heranziehung von Schülern und Studierenden zum Studium unmittelbar mit dem Angebot von solchen Studiengängen und Lehrwerken verbunden sei.

Literaturverzeichnis

1. Gulyaeva, E. V. Rolle der englischen Sprache als Vermittler im globalen Bildungsraum [Elektronische Ressource] // Gramota. – URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2014/1-2/19.html> (Zugangsdatum 04.12.2020). [in Russisch].
2. Kryuchkova, T. B. Sprachpolitik und Realität [Elektronische Ressource] // URL: http://journal.mosinyaz.com/page_30_34/ (Zugangsdatum 04.12.2020). [in Russisch].
3. Crystal, D. English as a Global Language. Cambridge. Cambridge University Press, 2003. 212 p. [in Englisch].
4. UNICHECK [Elektronische Ressource] // UNICHECK: Hochschul- und Studiengangportal. – URL: <https://unichack.unicum.de/englischsprachigestudiengaenge>. (Zugangsdatum 07.12.2020). [in Deutsch].

Sektion 5.

Entwicklungstendenzen des internationalen Rechtes und der internationalen Beziehungen

UDK 323.172

DIE NICHT ANERKANNTEN STAATEN ALS DAS PHÄNOMEN IN DER MODERNEN WELT

Darya A. CHEREMNYKH

darushachem98@mail.ru

Staatliche Universität für Wirtschaft und Management, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. N. I. Nos

Sprachbetreuerin: Doz. N. I. Nos

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Arbeit wird das Phänomen der nicht anerkannten Staaten und ihren internationalen Rechtsstatus behandelt.*

Schlüsselwörter: *nicht anerkannte Staaten, nationale Identität, De-facto-Regime, rechtliche Anerkennung, das Recht auf Selbstbestimmung, selbsternannte Republiken*

Im 21. Jahrhundert gibt es 256 Länder, die abhängige Territorien haben und zu den nicht anerkannten Staaten gezählt werden. Dazu gehören 206 souveräne Länder, von denen 190 von allen Ländern weltweit und 198 von den meisten Ländern anerkannt sind. Die anderen Länder gelten als nicht anerkannte Staaten, anders werden sie als selbsternannte Republiken genannt. Was versteht man aber unter den nicht anerkannten Staaten und warum ist dieses Phänomen in moderner Welt zu beobachten?

Im vorliegenden Artikel wird ein Versuch unternommen, eine klare Definition diesem Begriff zu geben und den internationalen Rechtsstatus dieser Länder zu bewerten. Insgesamt gilt der Begriff „die nicht anerkannten Staaten“ als eine allgemeine Bezeichnung für die Regionen, die sich als souveräne Staaten ausgerufen haben und damit ihre Unabhängigkeit proklamieren [3]. Heutzutage gibt es eine bestimmte Anzahl von Staaten weltweit, die man auf keiner offiziellen Karte finden kann. Diese Staaten haben eigene Bevölkerung, autonome Regierungen und auch eigene Polizei und Militär. Jedoch fehlt es ihnen die Anerkennung durch die Staatengemeinschaft.

Es sei betont, dass die meisten dieser Länder die Teile einer Nation mit ihrer eigenen nationalen Identität sind. Doch sie haben sich aus bestimmtem Gründen von ihrem Mutterland abgespalten. Deswegen werden sie auch als „Break-away“-Staaten oder wie im Deutschen als „De-facto-Regime“ bezeichnet.

Nach der Drei-Elemente-Theorie vom österreichischen Staatsrechtler Georg Jellinek haben diese nicht anerkannten Republiken die Merkmale eines Staates u.z. das Staatsgebiet, -volk und -gewalt. Und sie werden jedoch vom Großteil der etablierten Staaten nicht als solche anerkannt. Diese selbstanerkannten Staaten haben eine Reihe von Merkmalen, die gleichermaßen auch für alle Länder typisch sind. Hier entsteht die Frage: Wie werden dann die selbstanerkannten Republiken von anderen Staaten unterschieden?

Bei den nicht anerkannten Staaten geht es um den Wunsch nach Unabhängigkeit oft infolge eines harten und unvereinbaren Kampf zwischen einer Nation oder einer ethnischen Gruppe einerseits und der Zentralregierung andererseits [1, S. 30]. Oft reichen die Ursprünge solcher Konflikte bis in die Vergangenheit zurück. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass „diese selbstanerkannten Republiken“ auf dem Territorium gegründet werden, das zu dem Staat gehört, von dem sie sich trennen wollen. Das kann als das erste Merkmal betrachtet werden. Hinzu können einige Beispiele angeführt werden, u.z. Bergkarabach, armenischer Mini-Staat, der gerade vom Krieg getroffen ist, völkerrechtlich aber zu Aserbaidschan gehört [4].

Noch ein Beispiel ist die selbsternannte Republik Kosovo, die zu den jüngsten Staaten auf dem europäischen Kontinent gezählt wird. Der völkerrechtliche Status des Landes ist jedoch umstritten. So betrachtet Serbien in seiner Verfassung Kosovo unverändert als seine Autonome Provinz Kosovo. Abchasien sei auch nicht außer Acht zu lassen. Die Region positioniert sich als selbständiger Staat „Republik Abchasien“, völkerrechtlich gilt es jedoch als Teil von Georgien [2].

Noch ein wichtiges Merkmal ist keine internationale rechtliche Anerkennung so eines selbstanerkannten Staates von der Staatsgemeinschaft und vor allem vom Staat, von dem sie sich trennte und dessen Teil sie aus formellen rechtlichen Gründen ist.

Zusammenfassend sei gesagt, dass jedes Volk laut dem sechsten Prinzip des internationalen Rechts das Recht auf Selbstbestimmung hat. Oft spielen aber die nicht anerkannten Staaten die Rolle einer der wichtigsten Konfliktquellen in der modernen Weltpolitik.

Literaturverzeichnis

1. Nikolaev, A. D. Fenomen nepriznannyh gosudarstv v mirovoj politike / Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 25: Mezhdunarodnye otnosheniya i mirovaya politika. 2010. – Nr. 1. – S. 27-41.
2. Liste der von den Vereinten Nationen nicht als selbstständige Staaten anerkannten Gebiete [Elektronische Ressource] // Academic dictionaries and encyclopedias. – URL: <https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/869028> (Zugangsdatum 15.11.2020). [in Deutsch].
3. Nicht anerkannte Staaten [Elektronische Ressource] // HRS. – URL: <https://www.hrs.de/hotel/unterwegs/reiseziele/welt/nicht-anerkannte-staaten/> (Zugangsdatum 15.11.2020). [in Deutsch].
4. Waffenstillstand im Krieg um Berg-Karabach [Elektronische Ressource] // Bundeszentrale für politische Bildung. – URL: <https://www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/319137/waffenstillstand-in-berg-karabach> (Zugangsdatum 20.11.2020). [in Deutsch].

UDK 342

DIE AUSWIRKUNGEN DES MULTIKULTURALISMUS IN EUROPA

Danila A. EMELJANOV

ha-davidka@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,
Doz. D. I. Kulikova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. In dem vorliegenden Artikel wird das Dilemma der Gleichberechtigung in pluralistischen Gesellschaften liberaler Nationalstaaten in Europa argumentiert und analysiert, wie Multikulturalismus für liberal-demokratische westliche Staaten unnötig wird.

Schlüsselwörter: Multikulturalismus, nationale Minderheit, Staat, Politik

Durch die Bildung von politischen Systemen der Nationalstaaten wurde immer die Notwendigkeit der Übereinstimmung zwischen verschiedenen Kulturen und nationaler Selbstbestimmung als den territorial einheitlichen Gruppen anerkannt. Die kulturellen Unterschiede stellen jedoch eine ernsthafte Bedrohung

für die Einheit vieler europäischer Nationalstaaten dar. Die politischen Anforderungen an die Anerkennung des kulturellen Pluralismus von nationalen Minderheiten, vor allem von solchen, die sich zu den kulturellen oder ethnischen Minderheiten zählen, haben in den letzten Jahren aufgrund des gestiegenen Interesses am Multikulturalismus zugenommen.

In seiner genauen Definition ist Multikulturalismus [1, S. 11] ein allgemeiner Begriff, der die moralische und politische Anerkennung benachteiligter und oft diskriminierter Gruppen von Menschen umfasst, wie z. B. Afroamerikaner in den Vereinigten Staaten, Frauen auf der ganzen Welt, Menschen mit Behinderungen u.a. Gruppen. Die Multikulturalismus-Forscher haben jedoch immer die Einwanderer eines Landes hervorgehoben, die aufgrund ihrer Unterschiede den ethnischen oder religiösen Minderheiten angehören. Einige Beispiele für solche Minderheiten sind Muslime in den meisten westeuropäischen Ländern oder Katalanen, Römer und Basken in Spanien in einigen europäischen Ländern.

Laut der wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Analyse hat die wachsende Anforderung an die staatliche Anerkennung des Multikulturalismus zwei Quellen. Die erste Quelle basiert auf liberalen Theorien, die Multikulturalismus als eine Möglichkeit betrachten, u.z. als Verteidigung der individuellen und kulturellen Menschenrechte durch die Anerkennung von kulturellem und ethnischem Pluralismus. Die sozialen und politischen Agitatoren des Pluralismus versuchen, die Kulturen als geschlossene Einheiten zu definieren und hoffen immer noch, das Konzept der kulturellen Unterschiede zu nutzen, um Lösungen für politische und soziale Ungleichheiten zu finden. Die zweite Quelle ist die Ursprung des Multikulturalismus, der auf dem Kulturrelativismus basiert und, von einem liberalen Konzept ausgeht. Die Nationalstaaten haben lange Zeit die Tatsache ignoriert, dass Kulturen aus vielfältigen Beziehungen bestehen, die über politische Grenzen hinausgehen und nebeneinander existieren [8, S. 48].

Durch wachsende Bedrohung des islamistischen Terrorismus, der abnehmenden Bedeutung bürgerlicher und nationaler Identität und der Wahrscheinlichkeit, dass einige kulturelle Praktiken den Prinzipien liberaler Staaten widersprechen könnten, wird der Multikulturalismus unterschätzt. Liberale westliche Regierungen sind nicht mehr imstande, den Multikulturalismus weiterhin zu akzeptieren und zu unterstützen, insbesondere in Konzepten, die eine besondere Behandlung von Minderheiten erfordern und dennoch für die Gleichheit aller Bürger sorgen.

Die Frage besteht darin, warum hat sich das Verhalten gegen

Multikulturalismus in Europa in den letzten 20 Jahren verändert. In der politischen Philosophie ist der Multikulturalismus ein Konzept, das sich grundsätzlich mit der Frage beschäftigt, wie man am besten auf die Vielfalt von Kultur und Religion in der Gesellschaft reagieren kann. Multikulturalismus geht über die bloße Duldung von Gruppenunterschieden hinaus und zielt darauf ab, Minderheitengruppen als gleichberechtigte Bürger mit der Mehrheitsgruppe zu behandeln, wobei kulturelle oder traditionelle Unterschiede durch die Anerkennung gruppendifferenzierter Rechte anerkannt und positiv berücksichtigt werden. Diese gruppendifferenzierten Rechte werden von Minderheiten in Anspruch genommen, z. B. falls die Menschen, die aufgrund ihrer kulturellen oder religiösen Überzeugungen von bestimmten Regeln oder Gesetzen befreit sind, oder von solchen, die sprachliche Anpassungen in öffentlichen Einrichtungen wie Schulen oder Wahlverfahren anstreben. Um gruppendifferenzierte Rechte kämpfen auch indigene Minderheitengruppen oder Nationen wegen ihrer Selbstbestimmung. Dies ist eine Parallele zum Nationalismus.

Die Politikwissenschaftlerin Iris Young identifiziert drei Aspekte, die mit Multikulturalismus verbunden sind. Es ist eine Politik der Identität, der Differenz und der Anerkennung, die darauf gerichtet sind, zuvor missachtete Identitäten wieder in Wert zu setzen und Repräsentations- und Kommunikationsmuster zu verändern, die Minderheitengruppen zuvor marginalisiert haben. Das Konzept hat auch jenseits von politischen Motiven viel mit wirtschaftlichen Interessen zu tun. Es ist eine Plattform, die genutzt wird, um politische und wirtschaftliche Ungerechtigkeiten zu korrigieren, von denen die Menschen gelitten haben, weil sie einer Minderheit angehören [2, S. 4].

Alan Bloom, Professor für politische Philosophie, unterscheidet zwischen Antirassismus und Multikulturalismus und behauptet, dass Antirassismus sich mit „Viktimisierung und Widerstand“ beschäftigt, während der Multikulturalismus – mit „kulturellem Leben, kulturellem Ausdruck, Errungenschaften und Ähnlichem“ [9, S. 3]. Einige der Bedingungen, nach denen die Multikulturalisten anstreben, umfassen Ausnahmen von einigen Gesetzen aus religiösen Gründen, eine besondere Bedingungen in Fragen, die die meisten selbst erledigen, die Finanzierung von Sprachschulen und -vereinen, besondere Quoten der Vertretung in öffentlichen Gremien, die Anerkennung ihrer kulturellen Codes und Praktiken im Rechtssystem und einige Formen von Selbstverwaltungsrechten.

Die Gründe für die nachlassende Anerkennung des Multikulturalismus durch die westeuropäischen Staaten variieren von kritischen Zweideutigkeiten im Zusammenhang mit der bevorzugten Behandlung von Minderheiten bis hin zu

extremistischen Sicherheitsbedrohungen durch terroristische Aktivitäten, die unter dem Deckmantel des Multikulturalismus verübt werden. Das Auftreten von Terroranschlägen weltweit, die wachsende Sorge über den Rückgang der Popularität bürgerlicher und nationaler Identitäten und auch potentielle Möglichkeit der kulturellen Akzeptanz von Praktiken, die den liberalen Prinzipien zuwiderlaufen. Dadurch wurden viele Wissenschaftler und Politiker gezwungen, sich von allem fernzuhalten, was mit Multikulturalismus zu tun hat. Inzwischen ist klar geworden, dass die meisten liberalen europäischen Regierungen den kulturellen Minderheiten keine Sonderbehandlung zukommen lassen wollen [6].

Der Schwerpunkt hat sich auf die Förderung gemeinsamer Verhältnisse verlagert, die die Bürger der demokratischen Staaten eher vereinen als trennen. Dieses Argument lässt sich am besten durch eine Analyse der philosophischen Literatur über Multikulturalismus und die Veränderungen in der politischen Landschaft der meisten europäischen Länder verstehen.

Die Debatte über die Anerkennung von Gruppen und Individuen ist zu einem ernststen Problem für politische Theoretiker und liberale Denker gleichermaßen geworden. Die Bedeutung von Gruppen zeigt sich in der Rolle, die sie bei der Gestaltung der Identität und der politischen Zugehörigkeit der Menschen spielen. Die Demokraten, darunter Amy Gutmann und Joshua Cohen, schlagen vor, die Gruppenvielfalt durch einen kontinuierlichen Prozess der Debatte über Politik und Institutionen, die sich mit den Rechten der Bürger befassen, zu akzeptieren. Minderheiten in den meisten Teilen Europas legen ihre Position offen, und was durch das Bedürfnis der jüdischen Gemeinschaft nach Anerkennung ausgelöst wurde, erstreckt sich tendenziell auch auf andere Gruppen, die aufgrund ihres Lebensstils, ihrer Rasse oder ihres Geschlechts marginalisiert werden. Die Themen der Bedrohung, die durch die intensive Debatte über Multikulturalismus aufgeworfen werden, sind für die Mehrheit der europäischen Bevölkerung von Bedeutung. Das Hauptziel der Politik für die meisten Bürger in den letzten Jahrhunderten war die Verstärkung der Position der Mehrheit und ihre Dominanz über Minderheitengruppen. Diese Segregation wirkt beunruhigend, und die Kultur der Viktimisierung ist ein Hauptgrund, wieso der Kampf für Gleichberechtigung und Multikulturalismus so stark ist [7].

Die Regierungen der meisten liberalen Nationalstaaten im Westen betrachten heute die Akzeptanz des Multikulturalismus als ein Hindernis für ihre konzertierten Bemühungen, universelle Standards der Koexistenz und Integration mit unterschiedlichen Kulturen zu etablieren. Dies macht es schwierig, den Multikulturalismus zu bewahren, angesichts der Tatsache, dass Nationalstaaten

gebildet werden und sie erwarten die Dominanz einer einzigen Kultur. Die widersprüchlichen Positionen, die sich aus dieser Debatte ergeben, haben sich im Laufe der Jahre so weit entwickelt, dass die meisten liberalen Nationalstaaten in Europa eine Position anstreben, die auf der moralischen Bewertung kultureller Gruppen und nicht auf der kulturellen Gleichheit innerhalb der Gesellschaft beruht.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Frage der kulturellen Identität und Anerkennung zunehmend komplexer geworden sei, da die Nationalstaaten beginnen, die moralischen Werte der Kulturen, die sie annehmen müssen, zu berücksichtigen und zu bewerten.

Die einzige Lösung besteht also in der Lösung dieses Problems, ohne eine Kultur unter den übrigen zu übertreiben, und sich darauf zu konzentrieren, wie verschiedene Kulturen in zeitgenössische soziale und gesellschaftliche Bewegungen integriert werden können. Somit könnte der Multikulturalismus positiv verstanden werden. Das ist ein gutes Konzept, weil es zu einer moralischen und politischen Anerkennung von benachteiligten und oft diskriminierten Gruppen führt. Europa sollte weiterhin sensibel für Fragen der pluralistischen kulturellen Gleichberechtigung sein. Es kommen immer Probleme in jeder erdenklichen Form vor, vom Aufstieg des Terrorismus bis hin zur abnehmenden Bedeutung der bürgerlichen und nationalen Identität. Die liberalen westlichen Regierungen müssen jedoch Wege finden, mit den Anforderungen des Multikulturalismus umzugehen, anstatt ihre Türen vor anderen Kulturen zu schließen. Der Multikulturalismus gilt also als ein kontroverses Thema.

Literaturverzeichnis

1. Antonova, V. Multikulturalism. – M.: Variant, 2012. – 118 S. [in Russisch].
2. Benfodda From Diversity to Multiculturalism [Elektronische Ressource] // Algerian Scientific Journal Platform ASJP. – URL: <https://asjp.cerist.dz> (Zugangsdatum 12.11.2021). [in Englisch].
3. Borisov, A. A. Multikulturalism v Soedinennih Shtatah: Teorii i Praktiki. Moskva: Perm, 2007. – 215 S. [in Russisch].
4. Guibernau, M. Nations without States: Political Communities in a Global Age. [Elektronische Ressource] // Michigan Journal of International Law. – URL: <https://repository.law.umich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1293&context=mjil> (Zugangsdatum 01.11.2021). [in Englisch].
5. Huntington, S. The Clash of Civilizations. – M.: Ast-Moskau, 2006. – 571 S. [in Englisch].

6. Maiakhov, V. A. Posle multiculturalisma: Evropa i ee immigrant [Elektronische Ressource] // Postnauka. – URL: <https://postnauka.ru/tv/15472> (Zugangsdatum 13.11.2021). [in Russisch].
7. Richburg, K. B. Vermont Legislature Legalizes Same-Sex Marriage, The Washington Post, 2009. – April 7. – p. Al. [in Englisch].
8. Veretevskaya, A. V. Multikulturalism, kotorogo ne bilo. – M.: MGIMO, 2018. – 184 S. [in Russisch].
9. Wedgeworth, S. Allan Bloom and the American Mind [Elektronische Ressource] // Calvinistinternational. – URL: <https://calvinistinternational.com/2013/09/09/allan-bloom-and-the-american-mind/> (Zugangsdatum 13.11.2021). [in Englisch].

UDK 33

DAS PROBLEM DER BANKFINANZIERUNG VON KLEINEN UND MITTLEREN INNOVATIVEN UNTERNEHMEN IN GROSSBRITANNIEN

Irina W. YAKUNINA

irina.yakunina999@yandex.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. E. W. Nikitenko

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. In dem vorliegenden Artikel das System der Bankfinanzierung und die Mechanismen der Umsetzung der staatlichen Politik im Bereich der Bankfinanzierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) analysiert. Die staatlichen Behörden, die für die Umsetzung von Initiativen zur Unterstützung von Geschäftsbanken zuständig sind. Es werden die Probleme, mit denen KMU bei der Vergabe von Krediten konfrontiert sind, und welche alternativen Finanzierungsquellen in Großbritannien existieren, identifiziert.

Schlüsselwörter: KMU, Bankkredite, Innovation, Großbritannien

Die Innovationspolitik ist eine aktuelle Richtung für alle wirtschaftlich entwickelten Länder, unter denen Großbritannien keine Ausnahme ist. Bei der Durchführung einer solchen Politik wird eine wichtige Rolle kleinen und mittleren Unternehmen (kurz KMU) als einem der wichtigsten Subjekte der Wirtschaftstätigkeit zugeteilt. Die britische Regierung als der aktive Teilnehmer am

Innovationsprozess im Land spielt die Hauptrolle bei der Förderung von privaten Unternehmen, u.z. bei der Einführung der neuesten Technologien und bei der Unterstützung innovativer Unternehmen.

Mit der Veröffentlichung von Strategien und Dokumenten, die auf die Innovationspolitik abzielen, konzentriert sich die britische Regierung auf die Privatwirtschaft. In dem Dokument „Wachstumsplan“ (*engl.* The Plan for Growth) für 2011, eine der wichtigsten Richtungen der Innovationspolitik des Landes ist es, die vielversprechendsten KMU bei der Auswahl von Fachkräften, Erhöhung des Umsatzes und den Zugang zu Finanzierungen zu unterstützen [10]. Die Kontinuität dieser Richtung wird auch in der „Industriestrategie: Zukunftsfähiges Großbritannien aufbauen“ (*engl.* Industrial Strategy: Building a Britain fit for the future) 2017 verfolgt, wo der Fokus auf die Steigerung der Produktivität des Wachstums der KMU, insbesondere in den vorrangigen Innovationsbereichen, gelegt wird. Das Dokument stellt fest, dass mehr als 40 Unternehmen jede Stunde in Großbritannien gegründet werden, und Studien zeigen, dass das Vereinigte Königreich in der Anzahl der Start-ups an der dritten Stelle unter den OECD-Ländern steht [9].

Laut den Bundesverband für kleine Unternehmen (*engl.* Federation of Small Business) für 2018-2019 machten kleine Unternehmen etwa 99,4% aller privatwirtschaftlichen Unternehmen im Vereinigten Königreich aus. Dabei beschäftigen laut dem Bericht KMU 13,2 Millionen Menschen [7], was sich positiv auf die Wirtschaft des Landes auswirkt.

Eine der wichtigsten Finanzierungsquellen für kleine und mittlere Unternehmen sind Bankkredite. Studien zufolge erhalten mehr als 20% der kleinen britischen Unternehmen Kredite von der Industrie- und Handelsfinanzierungsgesellschaft (*engl.* Industrial and Commercial Finance Corporation, kurz ICFC), die wiederum unter der Kontrolle der Bank von England (*engl.* Bank of England) steht [2].

Die Regierung beschäftigt sich mit der Entwicklung von speziellen Programmen zwecks die Geschäftsbanken in der Kreditvergabe an kleine und mittlere Unternehmen zu interessieren. Ein Beispiel ist die Garantie der Unternehmensfinanzierung (*engl.* Enterprise Finance Guarantee, kurz EFG), laut der die Regierung Garantien im Falle der Nichterfüllung durch die Firma die Bedingungen des Kreditvertrages gewährt. Somit wird ein Teil des Kreditarrifs abgedeckt. Dies geschieht, damit innovative Unternehmen einen Kredit bekommen können, da solche Unternehmen aufgrund der hohen Risiken oft abgelehnt werden. Laut der Initiative dürfen kleine Unternehmen Kredite in Höhe

von 1.000 bis 1.000.000 Pfund vergeben [5]. Es wird darauf hingewiesen, dass von EFG gewährte Kredite riskanter sind als übrige: Laut Regierungsstatistiken betrug die Ausfallrate für KMU in den ersten drei Jahren des Programms 28% im Vergleich zu 4% des durchschnittlichen Kredits [6]. Die Programme zur Unterstützung von Geschäftsbanken werden vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation und Ausbildung (*engl.* Department for Business, Energy and Industrial Strategy, kurz BEIS) und dem Staatlichen Finanzministerium (*engl.* HM Treasury) überwacht. Nach Einschätzung des Ausschusses für den Staatshaushalt, diese staatlichen Strukturen haben keine vereinbarten Programm für die Verwaltung solcher Initiativen [8], und berücksichtigen nicht die Prioritäten der Aktivitäten der kleinen Unternehmen, die in erster Linie die Finanzierung benötigen. Dies wirkt sich infolgedessen auf die Wirksamkeit der Innovationspolitik des Landes aus, die darauf abzielt, vielversprechende Privatunternehmen zu unterstützen.

Kleine Unternehmen, die Schwierigkeiten haben, Kredite zu erhalten, wenden sich zunehmend an „unkonventionelle Quellen“ der Finanzierung angesichts von Zuschüssen, Risikokapitalfonds u.a. Dies wird durch Statistiken des Portals Statista für das Jahr 2014 bestätigt, wo es einen Trend gibt, nach dem mehr als die Hälfte (56%) der kleinen Unternehmen in Großbritannien Schwierigkeiten haben, Bankfinanzierung zu erhalten, während das Erhalten von Zuschüssen nur für 9% der Befragten schwierig ist [4]. Nach Angaben der Bank of England sinkt die Nettokreditvergabe für kleine Unternehmen jährlich um 4% [1]. Mittlere Unternehmen erhalten aufgrund ihrer größeren Attraktivität und weniger riskanten Innovationsideen mehr Kredite als kleine Unternehmen, wie aus den Einschätzungen der Bank of England hervorgeht. Zum Zeitpunkt des Jahres 2014 machten kleine Unternehmen etwa 30% die gesamten Kredite, während der Durchschnitt der Unternehmen um 60% variierte [3]. Aus strategischen Dokumenten geht hervor, dass die britische Regierung die Bedeutung und Notwendigkeit erklärt, KMU in die Entwicklung einer innovativen Wirtschaft einzubeziehen. Trotzdem zeigt die Praxis, dass der Erhalt von Krediten, auch im Rahmen von Regierungsprogrammen, ziemlich schwierig ist und nicht immer einen positiven Trend hat. Bankkredite, die eine große traditionelle Finanzierungsquelle sind, verlieren ihre Attraktivität für KMU und werden durch andere Finanzierungsquellen ersetzt, z.B. durch ein Netzwerk von Risikokapitalfonds. Dies liegt daran, dass die Aktivitäten von innovativen Unternehmen mit einem hohen Risiko verbunden sind, oft ohne Kredithistorie, was den Erhalt von Krediten zu einem ziemlich schwierigen Prozess macht.

Literaturverzeichnis

1. Bank of England Annual Report 2013. [Elektronische Ressource] // Bank of England. – URL: <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/annual-report/2013/boe-2013.pdf> (Zugangsdatum 23.04.2020). [in Englisch].
2. Bank of England. Credit Conditions Survey, Survey Results, 2015. [Elektronische Ressource] // Bank of England. – URL: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/other/monetary/ccs/2015/q4.pdf> (Zugangsdatum 16.03.2020). [in Englisch].
3. Bank of England. Trends in Lending, April 2014. [Elektronische Ressource] // Bank of England. – URL: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/other/monetary/trendsapril14.pdf> (Zugangsdatum 10.05.2020). [in Englisch].
4. Difficulties with obtaining external financing by small and medium enterprises in the United Kingdom (UK) as of 2014, by financing type. [Elektronische Ressource] //. Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/460421/sme-problems-with-obtaining-finance-by-type-in-the-uk/> (Zugangsdatum 20.02.2020). [in Englisch].
5. Enterprise Finance Guarantee (EFG) Business Sectors and Purposes [Elektronische Ressource] // HM Government. UK. – URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/192528/Enterprise_Finance_Guarantee_Business_Sectors_and_Purposes.pdf (Zugangsdatum 20.02.2020). [in Englisch].
6. Enterprise Finance Guarantee scheme (EFG). European Monitoring Centre on Change, EMCC, January 2021. [Elektronische Ressource] // Eurofound. – URL: <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/emcc/erm/support-instrument/enterprise-finance-guarantee-scheme-efg> (Zugangsdatum 20.02.2020). [in Englisch].
7. FSB Annual Report 2018-2019, March 2020. [Elektronische Ressource] // FSB, The Federation of Small Businesses. – URL: <https://www.fsb.org.uk/resources-page/annual-report-and-financial-statements-2018-19.html> (Zugangsdatum 04.03.2021) [in Englisch].
8. House of Commons, Committee of Public Accounts. Improving access to finance for small and medium-sized enterprises, December 2013. [Elektronische Ressource]. – URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201314/cmselect/cmpubacc/775/775.pdf> (Zugangsdatum 15.03.2021). [in Englisch].

9. Industrial Strategy: Building a Britain fit for the future, HM Government, 2017. [Elektronische Ressource] // HM Government. UK. – URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/664563/industrial-strategy-white-paper-web-ready-version.pdf (Zugangsdatum 15.03.2020). [in Englisch].
10. The Plan for Growth, BIS, Department for Business Innovation & Skills, March 2011. [Elektronische Ressource] // HM Government. UK. – URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/221514/2011budget_growth.pdf (Zugangsdatum 08.04.2020). [in Englisch].

UDK 34

REALISIERUNGSMECHANISMEN DER „WEICHEN MACHT“ IN DER WISSENSCHAFT UND INNOVATIONSTÄTIGKEIT IN GROSSBRITANNIEN

Irina W. YAKUNINA

irina.yakunina999@yandex.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,
Doz. E. W. Nikitenko
Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. Der Artikel befasst sich mit der Analyse der Mechanismen der „weichen Macht“ in der britischen Wissenschaft und Innovation. Es wurde die Rolle der staatlichen Organe, die für die Umsetzung der Politik der „weichen Macht“ definiert, wurden die Aktivitäten für die Bildung des Images des Staates in der internationalen Forschungsinstitut für Raum, sind statistische Daten, die auf Platz der britischen „weichen Macht“ in der Welt betrachtet.

Schlüsselwörter: „weiche Macht“, Wissenschaft, Innovation, Großbritannien

Technologische und digitale Fortschritte stehen nicht still und eröffnen neue Möglichkeiten, man zu nutzen. Die militärische Macht verliert heutzutage kaum an ihre Bedeutung. Jedoch immer mehr Länder beginnen, aufgrund der wachsenden Attraktivität von Kultur, Wissenschaft, Bildung und ähnlichen Faktoren dem Einsatz von Instrumenten „weicher Macht“ (*engl.* Soft Power) mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

Das hilft nicht nur bei der Lösung von komplexen Problemen, ohne auf Gewalt zurückzugreifen, sondern trägt auch zur Bildung eines positiven Images des Staates bei.

Zu den wichtigsten Ressourcen und Instrumente der „weichen Macht“ gehören wissenschaftliche Aktivität und Innovation. Im Vereinigten Königreich sind das britische Ministerium für Unternehmertum, Innovation und Handwerk (*engl.* Department for Business, Innovation and Skills) und das „Netzwerk für Wissenschaft und Innovation“ (*engl.* Science and Innovation Network, SIN) für die Tätigkeit in diesem Bereich verantwortlich.

Im Mai 2019 veröffentlichte dieses Ministerium das Dokument „Internationale Forschungs- und Innovationsstrategie des Vereinigten Königreichs“ (*engl.* UK International Research and Innovation Strategy), das der Zusammenarbeit im Bereich Forschung und Innovation auf internationaler Ebene gewidmet ist, um globale Probleme zu lösen und das Wirtschaftswachstum zu unterstützen. Das Dokument stellt fest, dass das Vereinigte Königreich durch die Zusammenarbeit im Bereich der innovativen Technologien als ein globaler Partner auftreten will [4, S. 12].

Es gibt eine große Anzahl von Programmen, in denen Großbritannien gemeinsame Entwicklungen im Forschungsbereich durchführt. Es ist zu bemerken, dass unter den Programmen das Britisch-kanadische Programm, das sich mit der Entwicklung der künstlichen Intelligenz in der Luft- und Raumfahrtindustrie beschäftigt (*engl.* AI Innovation Challenge), das ein großes Interesse auslöst. Die Investitionen in dieses Programm betragen insgesamt rund 400 Millionen Pfund [5]. Diese Zusammenarbeit basiert auf den historischen Erfahrungen Großbritanniens im Bereich der künstlichen Intelligenz. Dank diesem Programm und auch der kollaborativen Arbeit mit Kanada trägt Großbritannien bei, die Entwicklung in diesem Bereich zu fördern und zu verbessern.

Das Netzwerk für Wissenschaft und Innovation, dessen Niederlassungen in über 40 Ländern weltweit ansässig sind, arbeitet mit lokalen wissenschaftlichen und innovativen Gemeinschaften zusammen, um auch die britische Politik im Ausland zu unterstützen. Durch die Aktivitäten des Netzwerks für Wissenschaft und Innovation besteht die Möglichkeit, akademische Mobilität zu und den Zugang zu großen internationalen Institutionen fördern. So besteht die Tätigkeit des Netzwerks Wissenschaft und Innovation Russlands (*engl.* SIN Russia), um den Austausch wissenschaftlicher Strategien zwischen den beiden Staaten zu erleichtern. Es ist bemerkenswert, dass im Oktober 2015 und Juni 2016 Russland besuchte den wichtigsten wissenschaftlichen Berater des Ministeriums für

auswärtige Angelegenheiten und für Commonwealth-Angelegenheiten (*engl.* Foreign & Commonwealth Office, FCO) Professor Robin Grimes [6, S. 2]. Die Besuche haben dazu beigetragen, die Bedeutung der wissenschaftlichen Beziehungen zwischen Großbritannien und Russland, auch die Bedeutung der laufenden Zusammenarbeit zu unterstreichen und den Austausch von Erfahrungen in Großbritannien auf dem Gebiet der wissenschaftlichen Forschung zu fördern.

Es ist auch wichtig, das GREAT-Programm zu erwähnen, das im Vorfeld der Olympischen Sommerspiele in London 2012 ins Leben gerufen wurde. Das Wort GREAT hat verschiedene Bereiche innerhalb der Kampagne zusammengeführt, u.z. Bildung, Innovation, Umweltschutz und vieles mehr. Das Komitee der „weichen Macht“ und des Einflusses Großbritanniens stellt unter Berufung auf die von der Regierung bereitgestellten Materialien fest, dass die GREAT-Kampagne alle Aktivitäten zur Förderung Großbritanniens im Ausland unter einem gemeinsamen Motto vereint, um bessere Ergebnisse zu erzielen und das Geld der Steuerzahler am besten zu nutzen [2, S. 37].

Wie die Praxis gezeigt hat, war das GREAT-Programm durchaus erfolgreich. Darüber spricht die Entscheidung, diese Kampagne auch nach dem Ende der Olympischen Spiele fortzusetzen. Eine der Richtungen des Programms gilt die Richtung „Innovation ist großartig/ Innovation ist Großbritannien“ (*engl.* Innovation is GREAT/ Innovation is GREAT Britain). So fand im Oktober 2019 eine dreitägige Veranstaltung in der parlamentarischen Versammlung der NATO statt [1], zwecks, die Exzellenz Großbritanniens in verschiedenen innovativen Bereichen zu fördern.

Die Wirksamkeit der Politik der „weichen Macht“ kann durch Berichte der Weltranglisten verfolgt werden, von denen das Dokument „Soft Power 30. Weltrangliste der Soft Power“ (*engl.* The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power) ein großes Interesse erweckt. Dem Bericht zufolge steht Großbritannien nach Frankreich an der zweiten Stelle in der erfolgreichen Politik der „weichen Macht“, und kommt solchen Ländern wie Deutschland, Schweden und den USA zuvor[3, S. 9].

Dies bestätigt sicherlich einen der führenden Orte der Nation in der internationalen Arena. Es wird festgestellt, dass die britische „weiche Macht“ von den bewährten Ressourcen dieser Macht (*engl.* Soft Power-Assets) profitiert und weiterhin gut in den Bereichen der Kultur, Bildung und digitaler Technologien zusammenarbeitet.

Auf der Grundlage der analysierten Quellen kann man schließen, dass die Mechanismen des Einsatzes der „weichen Macht“ des Vereinigten Königreichs im

Bereich der Wissenschaft und Innovation verschiedene Aktivitäten zum Erfahrungsaustausch, Unterstützung der akademischen Mobilität sowie Programme umfassen, die darauf abzielen, ausländische Studenten und Forscher anzuziehen. Sie werden alle von staatlichen Behörden koordiniert. Das GREAT-Programm ist eines der eindrucksvollsten Beispiele für Initiativen, die effektiven Instrumente des Einsatzes der „weichen Macht“, die das Image des Landes fördern und seine Attraktivität im Ausland erhöhen.

Literaturverzeichnis

1. Innovation is GREAT, GREAT Britain & Northern Ireland [Elektronische Ressource] // Department for International Trade. – URL: <https://www.greatbritaincampaign.com/news> (Zugangsdatum 01.10.2021). [in Englisch].
2. Persuasion and Power in the Modern World: House of Lords Paper 150 Session 2013-14. S.l.: Stationery Office, 2014. [in Englisch].
3. The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power. 2019. [Elektronische Ressource] // Soft Power 30. – URL: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf> (Zugangsdatum 01.11.2021). [in Englisch].
4. UK International Research and Innovation Strategy, Department for Business, Energy & Industrial Strategy, May 2019 [Elektronische Ressource] // HM Government.UK. – URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/801513/International-research-innovation-strategy-single-page.pdf (Zugangsdatum 01.11.2021). [in Englisch].
5. UK Science and Innovation Network (SIN) in Canada secures jobs, exports and investment in Artificial Intelligence (AI) in the UK [Elektronische Ressource] // GOV.UK. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/sin-canada-secures-investment-and-jobs-in-artificial-intelligence-in-the-uk> (Zugangsdatum 01.10.2021). [in Englisch].
6. 2016 Country Snapshot: Russia, UK Science and Innovation Network [Elektronische Ressource] // HM Government.UK. – URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/570530/Russia_2016_Country_Snapshot.pdf (Zugangsdatum 01.10.2021). [in Englisch].

ENTWICKLUNGSTRENDS BEI DER ENTSTEHUNG DER NEUEN WELTORDNUNG IN DER MODERNE

Eugenia S. KALTSCHENKO

kalchenko.evgenya@yandex.ua

Moskauer Staatliche Linguistische Universität, Moskau, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der pädagogischen Wissenschaften,

Doz. G. A. Grischenkowa

Sprachbetreuerin: Doz. G. A. Grischenkowa

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Arbeit werden die charakteristischen Merkmale der sich rapide wandelnden Weltordnung bestimmt, die Entwicklungstrends der modernen internationalen Beziehungen werden festgestellt, die globalen Probleme der Menschheit in der Moderne werden aufgelistet.*

Schlüsselwörter: *internationale Beziehungen, Globalisierung, Weltordnung, Transnationalisierung, globale Probleme, multipolare Welt*

Die moderne Etappe der historischen Entwicklung zeichnet sich durch schnelle Veränderungen, die Herausbildung neuer Formen der Machtverteilung sowie durch die Entstehung neuer Akteure im System der internationalen Beziehungen aus. Die Umbrüche in der Weltordnung wurden durch die historischen Ereignisse an der Jahrhundertwende bedingt, die die Entwicklung des neuen Systems der internationalen Beziehungen bestimmen.

Die neue aufstrebende Weltordnung unterscheidet sich von ihren Vorgängern nicht nur durch Entstehungsumstände, sondern auch durch andere charakteristische Merkmale. Darunter sind folgende zu unterscheiden:

- 1) Erweiterung und Komplizität der nationalen Machtkategorien;
- 2) Spaltung der rechtlichen Grundlagen;
- 3) Aussichtslosigkeit des Isolationismus;
- 4) allmähliche Abkehr von den Spielen mit Nullsummenspiel;
- 5) die härtere Rangfolge der Staaten in unterschiedlichen Systemen der Zusammenwirkung;
- 6) Förderung der unterschiedlichen Integrationsprozesse und deren Intensität;
- 7) die Beseitigung der „chinesischen Mauer“ zwischen der Außen- und Innenpolitik [2, S. 71].

Unter den wichtigsten Trends der Entwicklung internationaler Beziehungen ist die Globalisierung hervorzuheben. Ungeachtet der mächtigen Verbreitung im 21. Jahrhundert gehen die Wurzeln dieses Prozesses tief in die Geschichte zurück. Die Globalisierung besteht in der Internationalisierung der Wirtschaft, der Schwächung der Funktion des Nationalstaates, der Entwicklung eines einheitlichen Systems der weltweiten Kommunikation, der aktiven Tätigkeit der transnationalen nichtstaatlichen Organisationen. Die Historiker streiten sich viel über ideologische und politische Ergebnisse des letzten Jahrhunderts, die in absehbarer Zeit kaum überarbeitet werden. Da sind einige zu nennen:

- Menschenrechte sind von grundlegender Bedeutung;
- Demokratie ist stärker als Tyrannei;
- Markt ist effektiver als Kommandowirtschaft (Planwirtschaft);
- Offenheit ist besser als Selbstisolierung.

Dieses vom Westen geschaffene Wertesystem ist heute weit verbreitet und anerkannt. Nach dem Zusammenbruch des sozialistischen Lagers wurden die oben genannten Prinzipien zu Orientierungspunkten in der Vorwärtsbewegung. Zum ersten Mal in der Geschichte wird von der absoluten Mehrheit der Menschen allmählich ein einheitliches Verständnis der Grundprinzipien der Lebensordnung entwickelt. Das ist das Wertefundament der Globalisierung. Anders gesagt, die Globalisierung als der Bildungsprozess einer globalen menschlichen Gemeinschaft gilt.

Die Entstehung des sogenannten transnationalen Umfelds erlebt heute unter dem Einfluss der Globalisierung vielfältige Verwandlungen. Die Wichtigsten darunter sind wie folgt:

1. Verankerung de facto nichtstaatlichen und überstaatlichen Organisationen als legitime Akteure der internationalen Beziehungen. Die Gruppe der transnationalen Akteure (kurz TNA) umfasst transnationale Konzerne (kurz TNK), Nichtregierungsorganisationen (kurz NGOs), internationale Nichtregierungsorganisationen (kurz MNGOs), gesellschaftspolitische Bewegungen.
2. Es wird ein separater Bereich transnationaler Interaktionen gebildet. Solche Zusammenwirkungen finden in politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und Informationsmedien statt. Darin besteht der Unterschied vom früheren staatlich-zentristischen System.
3. Die Entstehung einer transnationalen Agenda der Weltpolitik, die jetzt ein globales Format hat.

4. Die Entstehung neuer Instrumente und Kanäle transnationaler Interaktionen. Das sind neue Kommunikations- und Informationstechnologien, hochmoderne Netzwerkanäle von NGOs und MNGOs.

Die Transnationalisierung stellt also einen der einflussreichsten Vektoren der modernen politischen Entwicklung dar, bestimmt aber keineswegs Ihre Stadien und Ergebnisse.

Zunehmende globale Probleme, deren Lösung gemeinsame Anstrengungen erfordert, haben einen zweiten Trend hervorgebracht. Alle globalen Probleme, denen die Menschheit gegenübersteht, können in vier Hauptgruppen eingeteilt werden, u.z. politische, wirtschaftliche, ökologische, soziale.

Das wichtigste Problem ist die aktive Verbreitung von Massenvernichtungswaffen. Der Besitz von Atomwaffen gibt keinem Staat die Möglichkeit, mit militärischen Mitteln die Zuverlässigkeit seiner Verteidigung sicherzustellen. So kann man schließen, dass die Sicherheit in der Welt nur durch gemeinsame Anstrengungen erzielt werden kann. Ein Problem, das buchstäblich die ganze Welt erschüttert, ist der internationale Terrorismus.

Umweltprobleme können einer anderen, ebenso wichtiger Gruppe globaler Probleme zugeschrieben werden. Diese Gefahr entstand nicht über Nacht, Sie entwickelte sich im Laufe der Jahre, manchmal als Folge der Unwissenheit von dem verursachten Schaden, und meistens aufgrund der Vernachlässigung der schädlichen Auswirkungen Ihrer Tätigkeit. Das Problem des Umweltschutzes wird auch durch die Zunahme der menschlichen Wirtschaftstätigkeit verursacht, die wiederum durch das Wachstum der Bevölkerung, Ihren massiven Wunsch nach Fortschritt und materiellem Wohlergehen verursacht wird.

Die ökologischen Probleme sind eng mit der Wirtschaft verbunden: Die zunehmende Zahl der Produktionen erhöht den Bedarf an Energie und Ressourcen. Die meisten der in der Produktion verwendeten natürlichen Ressourcen sind erschöpft, daher ist hier ein rationaler Ansatz für Ihre Verwendung erforderlich. Hier steht die Menschheit vor zwei großen Herausforderungen. Die erste ist die starke Verzögerung der einzelnen Länder in Bezug auf den Verbrauch von Rohstoffen pro Kopf. Die zweite Herausforderung besteht in der Unvollkommenheit der Produktion, was zu einem großen Überverbrauch von Rohstoffen, Energie pro Produktionseinheit führt.

Unter den sozialen Problemen können gefährliche Krankheiten und die Verbreitung von schlechten Gewohnheiten identifiziert werden. So wurden

Krebserkrankungen, Aids, Alkoholismus und Drogenabhängigkeit zu internationalen Phänomenen und erlangten somit einen globalen Charakter.

Der nächste Trend, durch die moderne Welt charakterisiert wird, ist die verstärkte Teilung der Welt in zwei Pole: Frieden und Krieg, Wohlstand und Armut. Das Problem besteht darin, dass an einem Pol nur bei etwa 15% der gesamten Weltbevölkerung, deren Lebensstandard genug hoch ist, das Jahreseinkommen von 10 bis 30.000 Dollar beträgt und die Lebenserwartung im Durchschnitt 74 Jahre ist. An einem anderen Pol leben rund 80 Millionen in Armut. Diese Länder liefern der Welt Rohstoffe, wirken aber oft als Deponie für giftige Abfälle.

Und noch die vierte Tendenz der Entwicklung moderner internationaler Beziehungen ist der Prozess der Bildung der multipolaren Welt, das bedeutet die Umverteilung von Macht. Jetzt sind die Integrationsprozesse in Europa aktiv, Japan verstärkt seinen Einfluss auf der Weltbühne und strebt danach, eine „wirtschaftliche Supermacht“ zu werden, in Südostasien entstand eine Reihe von postindustriellen Staaten – die „Asiatischen Tiger“ [1].

Heute gibt es unter Politikwissenschaftlern noch keine einheitliche Meinung, wie das System der internationalen Beziehungen zukünftig aussehen wird. Ob die westlichen Länder, Japan und die USA als kollektiver Anführer auftreten, ob nur ein einzelnes Land die Führungsrolle spielen kann oder ob es zur Rückkehr zur Bipolarität kommt, wo China den Platz der ehemaligen UdSSR einnehmen wird, bleibt unklar.

Die vorherrschende Meinung unter russischen Politikwissenschaftlern ist jedoch, dass die Schwerpunkte der globalen Herausforderung des 21. Jahrhunderts die extreme Spannung in den Beziehungen zwischen den wichtigsten Weltmächten, die Schwächung des gegenseitigen Vertrauens und die Nichteinhaltung unterzeichneter Verträge, akzeptierte Verpflichtungen, der qualvolle Versuch der Vereinigten Staaten um jeden Preis, eine unipolare Welt zu bewahren, sind. Die beleuchteten Probleme sind sehr schwerwiegend und akut. Zusammenfassend sind folgende Probleme hervorzuheben, u.z. der anhaltende Kampf um Macht und Ressourcen in der neuen Weltordnung, die Übertragung der Verschärfung der Beziehungen auf die militärische Sphäre.

Literaturverzeichnis:

1. Burenko, V. I, Zhuravlev, V. V. Politologie. – M.: Exam, 2004. – 318 S. [in Russisch].
2. Torkunov, A. V. Moderne internationale Beziehungen und Weltpolitik – M.: Prosveshhenie, 2004. – 668 S. [in Russisch].

IMPERATIVE DER INTERAKTION NORDEUROPÄISCHER LÄNDER UND DER EU BEI DER UMSETZUNG DER ARKTISCHEN AGENDA

Valeria V. KARPOVA

annelihartmann@gmail.com

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuer: Doktor der Geschichtswissenschaften,

Prof. E. G. Vodichev

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. Der Artikel geht auf die wichtigsten Aspekte der Interaktion zwischen den Staaten Nordeuropas und der Europäischen Union (EU) in der Arktis ein. Es wird der Schluss gezogen, dass institutionelle Zwänge für eine wirksame Zusammenarbeit überwunden werden müssen.

Schlüsselwörter: Europäische Union, Nordeuropa, Arktis

Die nordischen Staaten – Dänemark, Schweden, Finnland und Norwegen – haben ihre eigene Arktispolitik. Gleichzeitig sehen diese Staaten mit einem begrenzten Potenzial in der Arktis die Notwendigkeit einer Koordinierung der Maßnahmen sowie der Unterstützung eines starken Partners, um ihre Interessen in diesem Gebiet voranzutreiben. In dieser Eigenschaft ist die EU für sie der akzeptabelste Akteur. Es ist kein Zufall, dass die nordeuropäischen Staaten bereits 2008 die Idee einer arktischen Strategie der Europäischen Union vorbrachten.

Derzeit scheinen folgende Aspekte der Interaktion zwischen den oben genannten Staaten und der EU von höchster Priorität zu sein.

Dänemark. Das dänische Königreich ist als arktischer Staat möglicherweise die an der stärksten gefährdeten Position in der Arktis, da Grönland eine von Kopenhagen autonome Arktispolitik verfolgt. Die EU unterstützt die Entwicklung Grönlands finanziell: im Zeitraum 2014-2020. Die Höhe dieser Mittel betrug 218 Millionen Euro [1]. Durch die Aufnahme der Europäischen Union in den Arktischen Rat (AC) in den Beobachterstatus kann die Interaktion zwischen Dänemark und der EU ausgeweitet werden. Kopenhagen benötigt die Unterstützung bei der Erkundung des Meeresbodens, um mit der Abgrenzung seiner Seegrenzen in der Arktis beginnen zu können.

Schweden. Schweden ist Mitglied des Arktischen Rates und fördert die Kandidatur der EU gegenüber der AU als Beobachter. Die schwedische Seite glaubt, dass die EU einen wesentlichen Beitrag zu den Sicherheitsfragen der Arktis leisten kann. Dies betrifft zunächst die Fragen der Sicherheit des Seeverkehrs, da die Europäische Union über einschlägige Erfahrungen in diesem Bereich verfügt (Seestrategie der Europäischen Union) [4] und dementsprechend zur Stärkung des Potenzials der Schifffahrt in der Arktis beitragen und die Umsetzung von Maßnahmen zur Gewährleistung der Sicherheit der Schifffahrtswege treffen kann. Bis Ende 2020 ist die Zusammenarbeit im Bereich der maritimen Sicherheit nicht formalisiert, unzureichend koordiniert und von geringer praktischer Bedeutung [3].

Finnland. Dieses Land ist das Mitglied des Arktischen Rates. Es unterstützt die EU auch in seiner vielversprechenden Rolle als AU-Beobachter, die in der Arktisstrategie Finnlands für 2013 [2] in der Arktis festgelegt ist.

Auf der Tagesordnung steht auch die Frage der Umsetzung des Projekts Transeuropäische Verkehrsnetze (TEN-T) für den Ausbau der Infrastruktur im nördlichen Teil der skandinavischen Halbinsel, insbesondere die Modernisierung des Eisenbahnnetzes. Den Parteien zufolge wird der Ausbau der Infrastruktur die Kommunikation in der Arktis stärken, indem der Zugang zum Arktischen Ozean ermöglicht wird.

Norwegen. Im Gegensatz zu den anderen drei Ländern ist Norwegen kein Mitglied der EU. Oslo betrachtet die Europäische Union als potenziellen Wettbewerber in der Arktis und unterstützt daher nicht die Anerkennung des EU-Beobachterstatus im Arktischen Rat.

Abschließend sollte betont werden, dass die Arktispolitik der nordischen Staaten weitgehend von der Europäischen Union abhängt, was sich in den Regulierungsdokumenten widerspiegelt. Das ungelöste Problem institutioneller Zwänge bei den Aktivitäten der EU in der Arktis schränkt jedoch die Möglichkeiten für Interaktion und Zusammenarbeit ein. Um Projekte durchzuführen, die die Arktis betreffen, und ihre Maßnahmen zu legitimieren, muss die EU den Beobachterstatus im Arktischen Rat erhalten.

Literaturverzeichnis

1. Beschluss 2014/137 / EU des Rates vom 14. März 2014 über die Beziehungen zwischen der Europäischen Union einerseits und Grönland und dem Königreich Dänemark andererseits [Elektronische Ressource] // EUR-Lex. — URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal->

content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014D0137&from=EN (Zugangsdatum 29.04.2021). [in Englisch].

2. Finnlands Strategie für die Arktis 2013 Regierungsbeschluss vom 23. August 2013. [Elektronische Ressource] // Valtioneuvoston kanslian — URL: <https://vnk.fi/documents/10616/334509/Arktinen+strategia+2013+en.pdf/6b6fb723-40ec-4c17-b286-5b5910fbecf4> (Zugangsdatum 29.04.2021). [in Englisch].
3. Paul, M. Eine neue Arktisstrategie für die EU. Maritime Sicherheit und geopolitische Signalgebung [Elektronische Ressource] // WP Berlin — URL: <https://www.swp-berlin.org/10.18449/2021C17/> (Zugangsdatum 29.04.2021). [in Deutsch].
4. Die EU-Strategie und der Aktionsplan für die Sicherheit des Seeverkehrs [Elektronische Ressource] // European External Action Service. — URL: https://eeas.europa.eu/archives/docs/maritime_security/docs/maritime-security-information-toolkit_en.pdf (Zugangsdatum 29.04.2021). [in Englisch].

UDK 341

UMWELTFAKTOREN DER ARKTISCHEN AGENDA DER EUROPÄISCHEN UNION

Valeria V. KARPOVA

annelihartmann@gmail.com

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuer: Doktor der Geschichtswissenschaften,

Prof. E.G. Vodichev

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. Der Artikel geht auf die Umweltaspekte der arktischen Agenda der Europäischen Union (EU) ein. Es werden die Forschungsprojekte von Nunataryuk und EU-PolarNet charakterisiert und die Schlussfolgerungen über die begrenzten institutionellen Kapazitäten der EU gezogen, die die Lösung von Umweltproblemen in der Arktiszone wirksam beeinflussen können.

Schlüsselwörter: Europäische Union, Arktis, Umwelt

Die Arktis, die aufgrund des Vorhandenseins vom großen Bodenschatzvorkommen als eine Zone potenzieller Konflikte auf der politischen

Weltkarte gilt, und somit die Aufmerksamkeit vieler Akteure der internationalen Politik auf sich zieht. Gleichzeitig wirkt sich die Gewinnung von Bodenschätzen negativ auf die Umwelt aus und wird zu einem globalen Problem. Die Umweltsituation in der Arktis beeinflusst die Biosphäre in ganz Europa aus, was die Bedeutung der Umweltumgebung in der EU-Arktisstrategie vorbestimmt. Die folgenden Aspekte dieses Problems haben höchste Priorität:

1. Der EU-Status in der Arktis. Die Europäische Union hat keinen direkten Zugang zum Arktischen Ozean (Nordpolarmeer), bestimmt jedoch ihre Interessen an der Arktis dadurch, dass drei EU-Mitgliedstaaten – Finnland, Schweden und Dänemark – Mitglieder des Arktischen Rates (AR) sind. Die EU ist kein AR-Beobachter. Der Antrag für diesen Status steht noch aus.

2. Vorschriften. Ursprünglich äußerte die EU ihre Besorgnis über den Zustand der Umwelt in der Arktis im 2008 in dem Dokument „Klimawandel und internationale Sicherheit“ [1], in dem das Problem des Klimawandels weltweit betrachtet wurde. In diesem Zusammenhang wurde die zunehmende wirtschaftliche Bedeutung der nördlichen Gebiete festgestellt, da sich die Seegrenzen aufgrund des Eisschmelzens erweitern, was Möglichkeiten für die Schaffung neuer Seehandelsrouten schafft.

Das nächste wichtige EU-Dokument war die im 2016 vorgestellte Arktisstrategie [2]. Laut dieser Strategie hat die Europäische Union ihre Ansprüche auf vorrangige Positionen bei der Umsetzung der Bemühungen zur Wahrung der ökologischen Stabilität in der Arktis einschließlich des ökologischen Gleichgewichts dargelegt. Ein Beispiel für EU-Aktivitäten in diesem Bereich ist das Nunataryuk-Projekt, das vom europäischen Forschungsentwicklungsprogramm „Horizont 2020“ finanziert wird.

3. Ökologischer Vektor der EU-Arktisstrategie. Das Nunataryuk-Projekt, das im 2017 begann und im 2022 enden wird, befasst sich mit dem Problem der Schädigung der biologischen Vielfalt und der Verschlechterung der Infrastruktur der arktischen Region aufgrund der globalen Erwärmung [4]. Das Hauptaugenmerk dieser Arbeit liegt auf der Entwicklung von Empfehlungen und der Schaffung neuer Technologien zur Reduzierung des Eisschmelzens im Arktischen Ozean (Nordpolarmeer). Im Rahmen einer der Projektkomponenten mit dem Titel „Sektorübergreifende Meeresforschung“ wird geplant, „Methoden zur Nutzung der Meeresenergie, das Potenzial der Meeresindustrie, unter Berücksichtigung ihrer Anpassung an den Klimawandel zu entwickeln“. Die EU-Mittel belaufen sich auf 11,5 Milliarden Euro.

EU-PolarNet ist ein Projekt mit ähnlicher Struktur, das in den Jahren 2015-2020 durchgeführt wurde [3]. Die Hauptpriorität der Arbeit war die internationale Zusammenarbeit sowie die Interaktion mit unabhängigen Forschungsorganisationen wie dem Europäischen Polarrat (ENP). Als Ergebnis des Projekts wurden mehrere „Weißbücher“ erstellt, z.B.: „Europäisches Polarforschungsprogramm“, „Von der Zugänglichkeit der europäischen Polarforschung“ usw.

Eine weitere wichtige Richtung der arktischen Agenda, die auch einen Umweltaspekt einschließt, wird von den EU-Vertretern als die Förderung der Bildung und Entwicklung multilateraler Governance-Mechanismen, beispielsweise die Optimierung der Beziehungen zwischen Dänemark und den Vereinigten Staaten in der Region [5] aufgeklärt oder positioniert.

Das oben erwähnte Nunataryuk-Projekt, an dem Vertreter von 13 Staaten teilnehmen, gehört ebenfalls zu diesem Bereich der Arktisstrategie, da es auf die gemeinsamen Bestrebungen der europäischen Staaten hinweist, das Klima der Arktis zu untersuchen.

4. Praktische EU-Instrumente und -Mechanismen in der Arktis. Derzeit verfügt die Europäische Union nicht über spezielle Programme und Institutionen, die ihre Aktivitäten zur Bewältigung der Umweltprobleme in der Arktis festlegen würden. Die EU fördert finanziell einige Projekte durch Mechanismen europaweiter Forschungsprogramme und bietet fachkundige Unterstützung. Es gibt jedoch keine konkreten unabhängigen Schritte der EU als tatsächlicher Akteur internationaler Beziehungen. Gleichzeitig behauptet ein EU-Vertreter in der Arktis [6], dass die Investitionen in die Entwicklung innovativer Technologien und deren anschließende Umsetzung die negativen Auswirkungen menschlicher Aktivitäten auf das Klima erheblich verlangsamen würden.

Aufgrund der Tatsache, dass alle arktischen und „arktischen“ europäischen Staaten streben danach, in dieser Region eine von der EU unabhängige Politik zu verfolgen, muss die EU nach ihren eigenen Wegen suchen, um die arktische Agenda zu realisieren. In der modernen Realität, wenn sich die Umweltprobleme im Norden von Jahr zu Jahr verschärfen, wird die Relevanz dieses Ansatzes immer offensichtlicher.

Zusammenfassend könnte man schließen, dass die Bedeutung des Umweltfaktors in der arktischen Agenda ständig zunimmt. Dies wird durch das Vorhandensein von Regulierungsdokumenten bestätigt, in denen die EU die Notwendigkeit zum Ausdruck bringt, sich den Bemühungen im Bereich des Umweltschutzes anzuschließen. Gleichzeitig ist die Europäische Union rechtlich

nicht im Stande, sowohl an der Finanzierung der wissenschaftlichen Forschung teilzunehmen und zu versuchen, ansonsten in einigen Fragen, die die Interessen einer Reihe europäischer Länder betreffen, als Koordinator und Moderator aufzutreten, als auch keine weiteren Schritte zu unternehmen, da sie derzeit keinen Beobachterstatus im Arktischen Rat hat.

Literaturverzeichnis

1. Klimawandel und internationale Sicherheit [Elektronische Ressource] // European Council. Council of the European Union. — URL: https://www.consilium.europa.eu/media/30862/en_clim_change_low.pdf (Zugangsdatum 25.10.2020). [in Englisch].
2. EU in der Arktis: Bekämpfung des Klimawandels und Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung an der letzten Grenze der Erde [Elektronische Ressource] // Europäische Union. Externe Aktion. — URL: https://eeas.europa.eu/arctic-policy/eu-arctic-policy_en (Zugangsdatum: 25.10.2020). [in Englisch].
3. EU-PolarNet – Wissenschaft mit Gesellschaft verbinden [Elektronische Ressource] // EU-PolarNet. — URL: <https://www.eu-polarnet.eu/about-eu-polarnet/> (Zugangsdatum: 25.10.2020). [in Englisch].
4. Finnsonn, P. T. In der Arktis droht die Gefahr des Auftauens des Permafrosts [Elektronische Ressource] // Nordregio. — URL: <http://nordregio.org/nordregio-magazine/issues/arctic-changes-and-challenges/the-threat-of-permafrost-thaw-is-looming-in-the-arctic/> (Zugangsdatum 25.10.2020). [in Englisch].
5. Arktispolitik der EU [Elektronische Ressource] // Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. — URL: <https://www.bmu.de/themen/europa-internationales-nachhaltigkeit-digitalisierung/int-umweltpolitik/weitere-multilaterale-zusammenarbeit/themenseite-die-arktis/arktispolitik/> (Zugangsdatum 25.10.2020). [in Deutsch].
6. Arktispolitik: Wettbewerb um Ressourcen? [Elektronische Ressource] // Euractiv. — URL: <https://www.euractiv.de/section/eu-aussenpolitik/interview/konflikte-in-der-arktis-unwahrscheinlich-aber-nicht-ausgeschlossen/> (Zugangsdatum 25.10.2020). [in Deutsch].

VIRALE AGGRESSION MASSGEBENDER MEINUNGEN AUF DEM GROSSEN SCHACHBRETT

Darya S. KASARENKO

danira.13@mail.ru

Nationale Universität Donezk, Donezk, Donezker Volksrepublik

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. L. Yu. Medovkina

Sprachbetreuerin: Doz. E. N. Nasarenko

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel werden die Auswirkungen der viralen Aggression auf die Bildung der globalen öffentlichen Meinung sowie die Anwendung von „Overton-Fenstern“ in der Weltpolitik untersucht. Es werden die Meinungen in bezug auf virale Aggression von Experten auf dem Gebiet der internationalen Beziehungen, Politiker und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens analysiert, die sich für die gegenwärtige politische Weltordnung interessieren.*

Schlüsselwörter: *internationale Beziehungen, virale Aggression, politischer Negativismus, globale Hegemonie*

*„Aggression ist nicht im Blut eines Menschen,
sondern in seinen Gedanken“*

A. Gabrelyanov, A. Wasin

„Chroniken eines Mönchen: Sturm auf Berlin“

Die virale Aggression ist ein Begriff, der heutzutage nicht nur der Medizin innewohnt, sondern auch die geopolitische Verteilung der Kräfte in der Welt charakterisiert. Die Manipulationen durch virale Aggression wirken sich negativ nicht nur auf die Bildung der öffentlichen Meinung aus, sondern verändern auch die Natur der internationalen Beziehungen nicht zum Besseren. Bevor wir zu konkreten Beispielen der manipulativen viralen Aggression gehen, die von den Koryphäen der westlichen Politik kultiviert wurden, müssen wir wissen, was Aggression bedeutet und was ihr Zweck ist. In der modernen Psychologie versteht man unter Aggression jede Handlung (Handlung oder Untätigkeit), die auf Schadenverursachung ausgerichtet ist, entweder physisch oder psychologisch.

Der bekannte deutsche Philosoph und Sozialpsychologe Erich Fromm betont die Aufmerksamkeit der Menschheit auf zwei Arten von sozialer Aggression, nämlich: „gutartig – wenn man seine eigenen Interessen schützt und

bösartig, und erworbenes Verhaltensmodell, das mit der Demütigung, dem psychischen Druck oder sogar mit der körperlichen Gewalt über andere, um Ihre Autorität zu erhöhen, verbunden ist“ [1]. Ausgehend von dieser Theorie kann man schließen, dass in der modernen Welt bösartige Aggression oder politischer Negativismus vorherrscht, d.h. die unmotivierte Feindseligkeit der Akteure im Bereich der internationalen politischen und wirtschaftlichen Beziehungen. Eine nicht beschäftigte Person kann einfach den politischen Negativismus auf internationalen Plattformen jedes Niveaus bemerken, da er sich in Drohungen, Sanktionen, groben Forderungen, Anschuldigungen, politischer Hetze und so weiter manifestiert. Es ist offensichtlich, dass virale Aggression, die mit seriösen Meinungen von Diplomaten, Politikern oder internationalen Organisationen unterstützt wird, kann die Weltgemeinschaft beeinflussen. Die Liebhaber, öffentliche Meinung zu manipulieren, verwenden sie als Waffe, und dadurch verwandelte sich die virale Aggression in das Äquivalent von real-virtueller Kriegsführung. So soll die virale Aggression der autoritativen Meinungen auf dem großen Schachbrett die ganze Natur der modernen völkerrechtlichen Beziehungen grundlegend verändern. Dies wurde nur möglich, weil auf dem Schachfeld zunehmend neue Chimären-Figuren erscheinen (multinationale Unternehmen, Fonds, gemeinnützige Organisationen), deren Hauptziel ist, die wichtigsten Spieler zum Endspiel zu bringen und Ihre „Bauer“ in „Königinnen“ zu verwandeln. Ein solcher Verlauf der Ereignisse wurde erfüllbar dank dem schnellen Wachstum des internationalen Kosmopolitismus, der allmählich die Grenze zwischen Innen- und Außenpolitik nicht nur in einem bestimmten Staat, sondern auch zwischen den verschiedenen politisch-wirtschaftlichen Allianzen löscht. Diese Tendenz der Weltumgestaltung vereinfacht die Verwendung der Theorie der „Overton-Fenster“ und als Folge beginnt die Menschheit, Aggression als Norm wahrzunehmen. Die „Weltpuppenspieler“, um die globale Kontrolle zu verwirklichen, müssen das Bild des Feindes zu schaffen, und wer wird dabei als „Aggressor“ handeln ist völlig egal. Die politischen Turbulenzen ermöglichen es, internationale Spielstätten für die Ernennung des weltweiten Mörders zu nutzen. Der Ausgeburt der Hölle kann sowohl der Gegner, als auch ein ehemaliger Verbündeter, ein unerwünschter Herrscher des Staates oder das politische System sein – d.h., jeder, der in monopolares Weltbild nicht eintragen wird. Es werden in der vorliegenden Arbeit einige internationalen politischen Beispiele betrachtet, die bereits der Geschichte angehören und perfekt den obigen Bild illustrieren:

1) 05.02.2003 – US-Außenminister Colin Powell, auf dem UN-Schachfeld, beschuldigte Saddam Hussein und den gesamten Irak in der Herstellung von Massenvernichtungswaffen [2]. Die Weltgemeinschaft glaubte der maßgeblichen Meinung des US-Außenministers und sowohl S. Hussein als auch Irak verschwanden von der politischen Landkarte der Welt.

2) 12.03.2018 – die britische Premierministerin Theresa May hat Russland, dass es an der Vergiftung des EX-GRU-Obersten Sergej Skripal und seiner Tochter Julia beteiligt gewesen zu sein [3]. Trotz „highly likely“ glaubte die Menschheit in diesem Fall erneut an die „maßgebende Meinung“ der britischen Premierministerin. Und die Strafe wurde nicht ausbleiben: Sanktionen und die Ausweisung von 123 russischen Diplomaten [4].

3) April 2018 – die Welt erschüttert die Nachricht, dass in Syrien B. Assad eine Bombe mit Chlor auf die Stadt Duma abgeworfen hat. Für mehr Überzeugungskraft wurde der Weltgemeinschaft die Schlussfolgerung der OPCW vorgelegt, dass Chlor am Anschlagort entdeckt wurde. Die Menschen glaubten den Experten Schlussfolgerungen einer soliden Organisation und nur wenige Menschen begannen zu studieren „... interne Dokumente der OPCW über die Untersuchung der angeblichen chemischen Angriff in Duma im April 2018...“ veröffentlicht von WikiLeaks im Dezember 2019, wo es geschrieben stand: „... die Führung der OPCW wird der Fälschung syrischer Chemiewaffen beschuldigt ...“ [5]. Dies unterstreicht erneut die Wirksamkeit der angewandten Manipulationstechniken. Die schlagenden anhaltenden Beispiele im historischen und politischen Raum der Transformation eines „Bauers“ in eine „Königin“ sind die identischen politischen Ereignisse in Venezuela und Belarus. Man hat versucht, N. Maduro/ A. Lukaschenko durch H. Guaido/ S. Tikhonovskaya zu ersetzen. Die politische Weltelite schreit von hohen Tribünen über totalitäre Regime, von denen es notwendig angeblich sei, Bürger der obengenannten Länder zu befreien, und insofern verzerrt die künstliche gebildete öffentliche Meinung eine objektive Wahrnehmung der Wirklichkeit. Daran glauben die Leute.

Als abschließendes Beispiel kann man eine Symbiose betrachten: Die maßgebliche Meinung des Staatschefs, des weltliberal-demokratischen Establishments und der OPCW – in der hochkarätigen Affäre um die „Vergiftung von Nawalny“. Durch die Bemühungen aller oben genannten „Partner“ wurde wieder einmal, im Angesicht Russlands, der Feind der ganzen Menschheit bestimmt. Die komplexe virale Aggression im Zusammenhang mit der Vergiftung von Alexej Nawalny begann am 2. September 2020 in Deutschland mit einer Erklärung von Bundeskanzlerin Angela Merkel, die ihn als Opfer eines

Verbrechens nannte und von Russland klare Erklärungen zu dieser Tatsache verlangte, obwohl es bisher keine genaue Schlussfolgerung gibt, dass die Ursache der Vergiftung gerade der „Novitschok“ war. Weiter ins Spiel kamen die folgenden Figuren-Chimären wie EU, NATO, Österreich, Großbritannien, die Ukraine und Litauen. Die Marionetten des europäischen Parlaments, um den politischen und wirtschaftlichen Interessen der „Stadt auf einem Hügel“ (*engl.* City upon a hill) zu gefallen, akzeptieren nicht nur eine Resolution über die Verschärfung der Sanktionen gegen die Russische Föderation, sondern auch über die Beendigung des Baus des Erdgaspipelines „Nord Stream-2“. Allmählich wird die Tatsache alltäglich, dass die Informationsaggression und virale Aggression von „maßgebenden Meinungen“ in der politischen Arena alle Versuche unterdrückten, den Geist und die Logik der weltpolitisch-diplomatischen Elite zu erreichen. Als Musterbeispiel kann die Aussage des EU-offiziellen außenpolitischen Sprechers Peter Stano betrachtet werden. Der glaubt, dass die Russische Föderation keine ausreichenden rechtlichen Gründe für die Ankündigung von Vergeltungsmaßnahmen hat: „Wir lehnen diese von Russland angekündigten Vergeltungsmaßnahmen wie andere Vergeltungsmaßnahmen Russlands ab, insbesondere im Agrarsektor, da sie ungerechtfertigt sind“ [6]. Das „Overton-Fenster“ funktionierte richtig – die Weltöffentlichkeit äußerte Ihre Empörung absolut nicht.

Auf der Grundlage aller obengenannten Beispiele können wir folgende Schlussfolgerung ziehen, dass alle unabhängigen Akteure (Die Russische Föderation, China, Venezuela, Belarus, Deutschland, etc.) nicht nur hören, sondern auch der Meinungen aller Gegner zuhören und nicht vergessen müssen, ihre politischen und nationalen Interessen zu verteidigen, statt ihre profitablen Militär-politisch-wirtschaftlichen Allianzen abzukommen, um die „lebenswichtigen“ Ambitionen des „globalen Hegemons“ zu besänftigen.

Literaturverzeichnis

1. Teorija destruktivnosti E. Fromm: Agresija [Elektronische Ressource] // Psihoanaliz. – URL: <https://psychoanalysis.by/2018/01/07/fromme/>. (Zugangsdatum 13.11.2021). [in Russisch].
2. 'A Policy of Evasion and Deception', (Transcript: Powell's Speech at U.N.) [Elektronische Ressource] // The Washington Post. – URL: https://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/transcripts/powelltext_020503.html (Zugangsdatum 20.09.2020). [in Englisch].

3. Mej obvinila Rossiju v pritschasnosti k otravleniju ex-polkovnika GRU Skripalja i ego dotscheri [Elektronische Ressource] // TASS. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5023884> (Zugangsdatum 18.09.2020). [in Russisch].
4. Kto visilaet rossijskich diplomatov is-sa dela Skripalja [Elektronische Ressource] // TASS. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5067271>. (Zugangsdatum 22.09.2020). [in Russisch].
5. Dokumenty OPCW Douma [Elektronische Ressource] // WikiLeaks. – URL: <https://wikileaks.org/opcw-douma/> (Zugangsdatum 19.09.2020). [in Russisch].
6. Otvetnie sankzii Rossii visvali vosmuschenije v ES/pravda.ru [Elektronische Ressource] // PRAVDA. – URL: <https://www.pravda.ru/news/politics/1533993-otvet/>. (Zugangsdatum 18.09.2020). [in Russisch].

UDK 341.01

TODESSTRAFE DURCH DAS PRISMA DES INTERNATIONALEN RECHTS

Anna W. KASYANOVA

kasyanova-1999@mail.ru

Staatliche Universität für Wirtschaft und Management, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Doz. N. I. Nos

Sprachbetreuerin: Doz. N. I. Nos

Zusammenfassung. *In der vorliegenden Arbeit wird die Todesstrafe durch das Prisma des internationalen Rechtes betrachtet.*

Schlüsselwörter: *Todesstrafe, internationales Recht, Menschenrechte, Straftat, Recht auf Leben*

Im Artikel 3 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte von 1948 steht fest, dass „jeder das Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit der Person hat. Niemand darf der Folter oder grausamer, unmenschlicher oder erniedrigender Behandlung oder Strafe unterworfen werden“ [3]. Die Kehrseite des Rechts auf Leben ist die Todesstrafe, die Jahrtausende lang weltweit eine übliche Strafform war. Immer noch werden weltweit mehrere Tausend Menschen pro Jahr zum Tode verurteilt und hingerichtet. Offizielle Zahlen gibt es oft nicht, weil die Statistiken bezüglich der Todesstrafe in vielen Ländern geheim gehalten werden [2].

Hier wäre es sinnvoll, eine Definition dem Begriff „Todesstrafe“ zu geben. Die Todesstrafe ist die Tötung eines Menschen als Rechtsfolge für einen bestimmten Tatbestand, dessen er für schuldig befunden wurde. Damit kann die Todesstrafe als das juristisch legitimierte Töten eines Menschen betrachtet werden. Die Frage, ob die Todesstrafe zulässig oder unzulässig ist, lässt sich nicht eindeutig beantworten. Einige sind der Meinung, dass die Todesstrafe gerechtfertigt werden kann und dass schwere Verbrechen „unverzeihlich“ seien und einem Täter auch keine zweite Chance gegeben werden sollte [2]. Die anderen meinen, die Todesstrafe verstößt somit gegen den Grundsatz des Rechts auf Leben und kein Staat darf über die Macht verfügen, einem Bürger das Leben zu nehmen [1, S. 193]. Wer hat Recht? Vielleicht sind beide falsch? Die Argumente „für“ und „gegen“ die Todesstrafe kann man auch in religiösen Texten finden („Auge um Auge“, „Du sollst nicht morden“). Um die Beibehaltung der Todesstrafe zu rechtfertigen, argumentieren die Befürworter damit, dass die Todesstrafe als Abschreckung für Verbrechen benötigt wird. Doch kaum eine wissenschaftliche Untersuchung unterstützt diese These. Im Gegenteil: 2002 lieferte eine Studie der Universität Oxford Beweise, die Abschreckungsthese widerlegen. Außerdem besteht immer noch das Risiko der Hinrichtung Unschuldiger. Die Gefahr von Willkür oder politischem Missbrauch ist immer gegeben. Die Todesstrafe ist die schwerste Strafe, da sie dazu führt, dass das Wertvollste, was ein Mensch hat, ihm entnommen wird – und zwar sein Leben. Es sei darauf hingewiesen, dass zur Zeit 142 Länder die Todesstrafe per Gesetz oder in der Praxis abgeschafft haben. Ein wichtiger Schritt zur Abschaffung der Todesstrafe wurde im Jahre 1948 unternommen und zwar durch die von der Generalversammlung der Vereinten Nationen angenommene „Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“. Da diese Erklärung jedoch lediglich ein unverbindliches Abkommen ist, praktizieren viele Länder immer noch die Todesstrafe. Der Zweck des Völkerrechts zur Todesstrafe wurde in der Resolution 32/61 der Generalversammlung der Vereinten Nationen vom 8. Dezember 1977 formuliert: „... dies ist eine schrittweise Begrenzung der Zahl der Straftaten, die mit der Todesstrafe bestraft werden. Daher gibt es zwei Hauptaufgaben des Völkerrechts in Bezug auf die Todesstrafe:

1. Festlegung von Beschränkungen für die Anwendung der Todesstrafe in den Staaten, in denen sie angewendet wird, und die Gewährleistung der Rechte der zum Tode Verurteilten;
2. Begrenzung der Straftatenzahl, die mit dem Tod bestraft werden.

Zurzeit sind weltweit zwei gegensätzliche Prozesse in Bezug auf die Todesstrafe zu beobachten. Einerseits wird die Anwendung der Todesstrafe

reduziert. Darüber hinaus wurde eine Reihe von den Rechten für zum Tode verurteilten Personen eingeführt, wie z.B. das Recht auf ein faires Verfahren, das Recht, gegen die Entscheidung eines höheren Gerichts Berufung einzulegen und diese zu überprüfen, das Recht, einen Antrag auf Umwandlung von Strafe und Begnadigung zu stellen. Andererseits praktizieren etwa 50 Länder dagegen die Todesstrafe, wobei nicht nur der Mord als Hauptverbrechen gilt, sondern auch andere Verbrechen wie Terrorismus, Spionage, Drogenhandel, Korruption oder wie im Libyen sogar Alkoholkonsum können die Todesstrafe zur Folge haben [1]. Nach Ansicht einiger Experten hängt die Lösung des Problems der vollständigen Abschaffung der Todesstrafe von einer Reihe von Faktoren ab, von denen die meisten mit den sozialen, wirtschaftlichen und politischen Bedingungen der Gesellschaft zusammenhängen. So wäre die Abkehr von der Todesstrafe eine ganz neue Entwicklung für diese Staaten. Damit können alle Länder, abhängig von ihrer Praxis der Anwendung der Todesstrafe, in drei Gruppen eingeteilt werden:

- 1) Länder, in denen die Todesstrafe für besonders schwere Verbrechen angewendet wird. Die Zahl dieser Länder ist jedoch leicht zurückgegangen;
- 2) Länder, in denen die Todesstrafe in den letzten 12 Jahren nicht angewendet wird;
- 3) Länder, die die Todesstrafe für andere Delikte anwenden.

Zusammenfassend sei es betont, dass die Todesstrafe weltweit zu den ältesten Strafmethoden gehört und bis heute Anwendung findet. Da die Weltgemeinschaft noch keine einheitliche Position zur Zulässigkeit der Todesstrafe hat, geht das internationale Recht in diesem Bereich auf die Annahme von Empfehlungsnormen und internationalen Konventionen zu. Doch gibt es Fortschritte: Immer mehr Staaten schaffen die Todesstrafe ab. Die Normen des internationalen Rechts verpflichten Staaten, die die Todesstrafe immer noch verwenden, strenge Regeln einzuhalten, so dass eine gerichtliche Entscheidung über die Verhängung einer solchen Strafe nicht als willkürlicher Entzug des Lebens betrachtet werden kann. Die internationalen Rechtsakte zielen darauf ab, die Anwendung der Todesstrafe zu reduzieren und in Zukunft vollständig auszuschließen. Doch ist eine Fortführung des Trends hin zur weltweiten Abschaffung der Todesstrafe nicht garantiert [4].

Literaturverzeichnis

1. Kasyanova, A. V. Todesstrafe: der vorsätzliche Mord oder die Gerechtigkeit? in: Die Materialien zur IX internationalen wissenschaftlich-praktischen

- Jugendkonferenz in Fremdsprachen „Die aktuellen globalen Trends der internationalen Zusammenarbeit“. Novosibirsk, 2020. – 193 S. [in Russisch].
2. Pawlak, B. Die Todesstrafe: Gegenwart und Diskussion [Elektronische Ressource] // Helles Köpfchen. – URL: <https://www.helles-koepfchen.de/artikel/2844.html> (Zugangsdatum 15.11.2020). [in Deutsch].
 3. Europäische Menschenrechtskonvention [Elektronische Ressource] // Europäische Menschenrechtskonvention. – URL: <https://www.menschenrechtskonvention.eu/todesstrafe-9382/> (Zugangsdatum 15.11.2020). [in Englisch].
 4. Todesstrafe: der lange Weg zur Ächtung [Elektronische Ressource] // DW. URL: <https://www.dw.com/de/todesstrafe-der-lange-weg-zur-%C3%A4chtung/a-45379620> (Zugangsdatum 15.11.2020). [in Deutsch].

UDK 342

ALTERNATIVE MODELLE IN DER POLITIK DES MULTIKULTURALISMUS

Sofia S. VASILYEVA

asher_1989@mail.ru

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. D. I. Kulikova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel werden verschiedene Modelle der Politik im Bereich der Regulierung von Migrationsprozessen als Alternative zum Multikulturalismus in den Gastländern Europas untersucht.*

Schlüsselwörter: *Multikulturalismus, Omnikulturalismus, Polykulturalismus, Migranten, Gastländer*

In den letzten Jahren wurde in der westlichen Gesellschaft zunehmend Kritik am Multikulturalismus beobachtet. Das Vorhandensein inkongruenter Elemente wie die Wahrung der nationalen Identität und der kulturellen Identität von Migranten weist auf Inkonsistenz und eine schlecht konzipierte Politik hin.

Darüber hinaus nimmt das multikulturelle Paradigma eine spezifische Form an, die von den politischen und soziokulturellen Merkmalen bestimmter

Länder abhängt. Infolgedessen stellt sich die Frage, ob es ein alternatives Modell für den Aufbau einer multikulturellen Gesellschaft in einem Land gibt [2]. Zwecks Organisation interkultureller Beziehungen als des Ersatzes für die Politik des Multikulturalismus werden alternative Modelle wie die Politik der zivilen Integration, des Omnikulturalismus, des Polykulturalismus und des Interkulturalismus vorgeschlagen. Die Politik der zivilen Integration wurde auf der Grundlage der Politik des Multikulturalismus gebildet.

In diesem Modell liegt der Schwerpunkt auf der Beschäftigung ankommener Migranten, ihrer Beherrschung der Grundkenntnisse in einer Sprache, der Geschichte des Gastlandes und ihrer Achtung vor den liberal-demokratischen Grundwerten. Die Anwendung von Sanktionen und Zwangsmaßnahmen ist zulässig (Weigerung der Behörden, Verlängerung vorübergehender Aufenthaltserlaubnis, Reduzierung der Zahlungen usw.).

Ein solcher Zwang ist jedoch eine Verletzung demokratischer Prinzipien und eine Unterdrückung des kulturellen Pluralismus. Es trägt dazu bei, den ausländischen kulturellen Marker für die Identität der Gemeinschaften, ihre politische Selbstorganisation nach dem ethnischen Prinzip, hervorzuheben [2]. Daher kann dieses Modell nicht als vollwertige Alternative angesehen werden.

Der iranische Psychologe F. Moghaddam bietet als Alternative das Omnikulturalismus-Modell an [6]. Dieses Modell setzt die Präsenz einer Art Gemeinschaft als Kategorie höherer Ordnung und lokaler kultureller Gruppe voraus. Das Bildungssystem in diesem Modell fungiert als Instrument zur Bildung menschlicher Werte und auch des Werts kultureller Vielfalt.

Der Omnikulturalismus kann jedoch zur Diskriminierung einer anderen Gruppe führen, da die Menschen nicht geneigt sind, ihre Gruppe als lokale wahrzunehmen. Ein alternatives Modell wurde auch von R. Kelly [5] und V. Prashad [7] vorgeschlagen.

Laut der Meinungen dieser Wissenschaftler sollte der Multikulturalismus durch den Polykulturalismus ersetzt werden. Dieses Modell konzentriert sich auf die historischen und zeitgenössischen Wechselbeziehungen von Gruppen, die verschiedenen ethnischen Gruppen, Rassen und Kulturen angehören.

Die Autoren bringen die Argumente vor, dass es keine „reinen“ Kulturen gibt. Darüber hinaus kann die Kultur nicht dazu verwendet werden, Gruppen zu teilen. Anhänger dieses Herangehens glauben, dass die Verbreitung von Ideen des Polykulturalismus durch das Bildungssystem den Menschen helfen kann, die verschiedenen Gruppen angehören, die interkulturellen Beziehungen zu verbessern.

Es ist erwähnenswert, dass der Schwerpunkt auf die negativen Aspekte der Beziehungen gelegt werden kann (Sklaverei, Kolonialisierung, Auferlegung der Kultur der dominanten Gruppe, Unterschätzung durch Vertreter der dominanten Kultur anderer Kulturen usw.).

Daher kann dieses Modell nur unter dem neutralen Gesichtspunkt betrachtet werden, der entweder das Vorhandensein von Beziehungen nicht bewertet oder sowohl positive und als auch negative Aspekte akzeptiert [3].

Die Prinzipien des Interkulturalismus wurden Ende des 20. Jahrhundert in der L. Sandercocks Arbeit formuliert: „Auf dem Weg zur Kosmopolis: Planung multikultureller Städte“ [8]. Dank der Arbeiten von T. Candle „Interkulturalismus: eine neue Ära des Zusammenschlusses und der Vielfalt“ [4] und R. Zapata-Barrero „Interkulturalismus in den postmultikulturellen Debatten: Verteidigung“ [9] wird die Theorie des Interkulturalismus in den 2010er Jahren entwickelt.

Dieses Modell setzt die Entwicklung des kulturellen Pluralismus, die Förderung einer interkulturellen Interaktion zwischen den Menschen auf der Grundlage gemeinsamer Bedürfnisse und Interessen voraus, unabhängig von kulturellen Unterschieden, die unter Bedingungen gegenseitiger Verantwortung und Gleichstellung der Position durchgeführt wird.

Der Interkulturalismus konzentriert sich auf die Kommunikation zwischen den Einzelpersonen und Gruppen. Das Ergebnis dieses Modells ist ein „interkulturelles System“, das die besten Prinzipien der vorherigen Modelle beinhaltet (Interesse an der Individualität der Persönlichkeit, ihren Rechten und Freiheiten, die Anerkennung der kulturellen Vielfalt). Daher werden im Kontext der politischen Krise des Multikulturalismus die neuen Wege gesucht, die die Vertreter verschiedener Kulturen in den Aufnahmeländern zusammenzubringen.

Es wurden also solche Modelle wie Omnikulturalismus, Polykulturalismus und Interkulturalismus vorgeschlagen. Die Umsetzung von Omnikulturalismus- und Polykulturalismus-Modellen kann jedoch nur eine begrenzte und kontroverse Wirkung haben. Der Interkulturalismus bietet im Gegensatz zu anderen Modellen rationalere theoretische und praktische Lösungen.

Literaturverzeichnis

4. Kozlov, E. V. Al'ternativa mul'tikul'turalizmu [Elektronische Ressource] // Cyberleninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/alternativa-multikulturalizmu> (Zugangsdatum 08.10.2020). [in Russisch].
2. Pestushko, N. A. Sushhestvuet li al'ternativa mul'tikul'turalizmu? [Elektronische Ressource] // Cyberleninka. – URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/suschestvuet-li-alternativa-multikulturalizmu> (Zugangsdatum 08.10.2020). [in Russisch].
3. Capenko, I. P. Poiski novyh podhodov k sociokul'turnoj integracii migrantov [Elektronische Ressource] // Cyberleninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poiski-novyh-podhodov-k-sotsiokulturnoy-integratsii-migrantov> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Russisch].
 4. Cantele, T. Interculturalism: The New Era of Cohesion and Diversity [Elektronische Ressource] // Rahva Raamat. – URL: <https://www.rahvaraamat.ee/p/interculturalism-the-new-era-of-cohesion-and-diversity/1058143/ru?isbn=9781137027467> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Englisch].
 5. Kelley, R. Polycultural Me [Elektronische Ressource] // Utne Reader. – URL: <http://www.utne.com/politics/the-people-in-me.aspx?Pageld=2> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Englisch].
 6. Moghaddam, F. M. The Omnicultural Imperative [Elektronische Ressource] // Culture and Psychology. – URL: <http://dx.doi.org/10.1177/1354067X12446230> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Englisch].
 7. Prashad, V. Bruce Lee and the anti-imperialism of Kung Fu: A Polycultural Adventure // Positions. – 2003. – Vol. 11, iss. 1. – S. 51 - 89. [in Englisch].
 8. Sandercock, L. Towards Cosmopolis: planning for multicultural cities [Elektronische Ressource] // John, Wiley. – URL: <https://plaza.rakuten.co.jp/hajimidameshi/diary/202003260000/> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Englisch].
 9. Zapata-Barrero, R. Interculturalism in the post-multicultural debate: A defense [Elektronische Ressource] // SpringerOpen. Comparative Migration Studies. – URL: <https://comparativemigrationstudies.springeropen.com/articles/10.1186/s40878-017-0057-z> (Zugangsdatum 09.11.2020). [in Englisch].

MANIFESTATION DES NATIONALISMUS IN DER KROATISCHEN BÜHNE

Kirill A. ZLOBIN

Zlobin459@gmail.com

Staatliche Technische Universität Nowosibirsk, Nowosibirsk, Russland

Wissenschaftliche Betreuerin: Kandidatin der Geschichtswissenschaften,

Doz. V. A. Gavrilova

Sprachbetreuerin: Doz. M. A. Morozova

Zusammenfassung. *In dem vorliegenden Artikel werden patriotische Tendenzen der Entwicklung kroatischer Musikindustrie durch den Aufstieg des Nationalismus im unabhängigen Kroatien untersucht. Es wird die Entwicklung der Identität des neu geprägten Landes durch die Musikindustrie analysiert.*

Schlüsselwörter: *Nationalismus, Jugoslawien, Turbofolk, Balkan*

Während der ethnischen Konflikte der 1990-95er Jahre waren die Medien ein integraler Bestandteil der kroatischen Unabhängigkeitskampagne und der militärischen Bemühungen. Die staatlichen Medien werden oft als Schlüsselakteure angesehen und spielen eine wichtige Rolle bei der Bildung des ethno-nationalen Identitätsmodells. Unter Berücksichtigung des Begriffs „Informationskrieg“ werden jedoch häufig Nachrichtenausgaben gemeint, aber schließlich gibt es Informationswaffen, die mächtiger sind. Populäre Musik als Teil des täglichen Lebens (sie klingt in den Häusern, in den Geschäften, in den Autos und so weiter) kann das Publikum beeinflussen, wo Nachrichtenreportagen machtlos sind. Schon zu Beginn des Krieges war das kroatische Radio und Fernsehen auch in der Plattenindustrie im ehemaligen Jugoslawien sehr stark.

Mit dem Ausbruch des Krieges in Kroatien im Juli 1991 wollte fast jeder professionelle Musiker im Land an der Welle der Entstehung der patriotischen Musik teilnehmen. In den nächsten Monaten versuchte das mächtige staatliche Fernsehsystem, die Musik unter seine Kontrolle zu bringen und sicherzustellen, dass sie die Prinzipien und Prioritäten der Tätigkeit des kroatischen Präsidenten Franjo Tudjman widerspiegeln wurde. Als sich der politische Imperativ in den nächsten Jahren (von der Sicherung des nationalen Überlebens bis zur Konsolidierung einer homogenen nationalen Gemeinschaft) entwickelte, reagierte die Musikindustrie mit mehreren Vorschlägen für die „kroatische“ Basis der

nationalen Populärmusik. So wurde die populäre Musik durch die Kontroverse über die Herkunft der Volksmusik als wichtige Informationsquelle über die kroatische Nation [2].

Die kroatische Musik der 90er Jahre wurde durch die nationalistische Politik des Staates angetrieben, die die Kultur als das wichtigste Element des Aufbaus des Staates hervorhob. Wenn man diese Tatsache akzeptiert, so könnte man behaupten, dass die Musik der Balkanländer sehr paradox ist. Trotz aller Ablehnungen der nationalen und kulturellen Verbindung mit Serbien (bis hin zur absurden Veränderung der kroatischen Sprache, wenn sie a priori identisch ist), wurde die Popmusik Kroatiens von Serbien geliehen, und genauer gesagt handelt es sich um das populäre Genre Turbofolk.

Der Begriff „Turbo-Folk“ wurde von dem im ehemaligen Jugoslawien bekannten serbischen Künstler Rambo Amadeus eingeführt. Die Musik im Turbo-Folk-Stil erschien in Jugoslawien in den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts. Es ist eine Mischung aus serbischer Volksmusik, Folk, Disco sowie den Rhythmen griechischer, bulgarischer und türkischer Musik [5].

Man kann sagen, dass die Nationalisten der Balkanländer eine grundlegende Ähnlichkeit im Musikgeschmack haben. Da gibt es unzählige Beispiele in der Musikindustrie, die das bestätigen. Dies stellt eine wichtige Frage über den Prozess der nationalen Identifizierung. Beispielsweise hörten kroatische Soldaten die Lieder der serbischen Pop-Diva Ceca (eine serbische Popsängerin, die früher in den Genres Turbo-Folk und pop-Folk sang). Sie ist eine der bekanntesten und bestbezahlten Sängerinnen Serbiens). Und die Serben hörten Thompson zu und lobten ihn als einen großartigen Künstler trotz seines Lobes in seinen Werken von Heldentaten der Ustascha (*kroat.* Ustaša), um ihren Kampfgeist zu erhöhen [4].

Der enorme Erfolg von Thompson brachte sein kriegerisches Image eines echten Patrioten, der sein Haus vor den Eindringlingen schützt, was mit dem Interesse des Präsidenten Franjo Tudjman zusammenfiel. Solch einen Adepten brauchte der Präsident, um seine eigene Interpretation des Unabhängigkeitskrieges darzustellen. Gleichzeitig sang Ceca ihre Lieder in einer für die Balkanländer verständlichen Art Narration, die sich von den Narrationsarten der sozialistischen Periode Jugoslawiens nicht unterschied [6].

Thompson ist in meisten Fällen eine Art Reversion von Ceca, beide enthalten besondere ähnliche kulturelle Interpretationen und Geschichten über die „Nation“, erfüllen jedoch eine völlig unterschiedliche symbolische Funktion und haben ein unterschiedliches Image.

Die Marke von Ceca (serbischer Nationalismus) wird von den Kroaten genauso wie das Produkt des aggressiven Thompson verbraucht, dessen patriotischer Geist bei den Serben besonders beliebt ist. In Serbien konnte man ein solches Bild beobachten, wenn serbische Nationalisten mit Thompson mitsangen und sich beschwerten, dass die Serben so einen mutigen patriotischen Sänger kaum hatten [1].

Daher sollte das populäre Turbo-Folk von der nationalistischen Musik getrennt werden, die (wie auch überall) existierte und in den 90er Jahren in Serbien und Kroatien zugänglich war. Diese Art Musik (Thompson in Kroatien und Ceca in Serbien) wurde oft entlehnt. Dies waren die gesungenen kommunistischen Lieder Jugoslawiens, in deren Worten einige Schlüsselwörter ersetzt wurden (zum Beispiel Serbien statt Kroatien und umgekehrt).

Aus dieser Tatsache ergibt sich, dass keine offizielle nationalistische „Säuberungs“-Politik oder Medienzensur die grundlegenden kulturellen Ähnlichkeiten zwischen Serbien und Kroatien auslöschen konnte, und dies wird durch zahlreiche Beweise bestätigt. Es ist nicht verwunderlich, dass die derzeitige Position Kroatiens in Bezug auf dieses Genre den Charakter der Entwicklung einer nationalen Identität mit Entfremdung von der Balkanidentität angenommen hat, das auf dem ewigen Postulat der rechten Nationalisten in dieser Region basiert: „Wir sind zivilisiert, sie sind dagegen nicht“ [3].

Literaturverzeichnis

1. Franjo Tuđman — ojciec Chorwacji czy autokrata? Czytaj więcej: <https://histmag.org/Franjo-Tudman-ojciec-Chorwacji-czy-autokrata-805> [Elektronische Ressource] // Pierwszy polski portal historyczny. – URL: <https://histmag.org/Franjo-Tudman-ojciec-Chorwacji-czy-autokrata-805> (Zugangsdatum 06.12.2020). [in Polnisch].
2. Legendary Croatian song 'Moja domovina' to get remake [Elektronische Ressource] // Croatia Week. – URL: <https://www.croatiaweek.com/legendary-croatian-song-moja-domovina-to-get-remake/> (Zugangsdatum 07.12.2020). [in Kroatisch].
3. The Sound of Turbo-Folk Still Frightens Croatia [Elektronische Ressource] // Balkan Insight. – URL: <https://balkaninsight.com/2018/05/10/the-sound-of-turbo-folk-still-frightens-croatia-05-09-2018/> (Zugangsdatum 04.12.2020). [in Englisch].

4. The Victimhood of Ceca Raznatovic [Elektronische Ressource] // Scalar. – URL: <https://scalar.usc.edu/works/turbofolk/ceca-yet-another-victim-of-serbian-ethnonationalism> (Zugangsdatum 03.12.2020). [in Englisch].
5. Yugoslavia: Torture and deliberate and arbitrary killings in war zones [Elektronische Ressource] // Amnesty International. – URL: <https://www.amnesty.org/en/documents/eur48/026/1991/en/> (Zugangsdatum 07.12.2020). [in Englisch].
6. Zvezda ustaških poskočica [Elektronische Ressource] // VREME. – URL: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1614100> (Zugangsdatum 04.12.2020). [in Serbisch].

Sprache und Gesellschaft: Interkulturelle Perspektiven

Сборник материалов II международной студенческой научно-практической видеоконференции

В авторской редакции

Выпускающий редактор И.П. Брованова
Дизайн обложки М.А. Морозова
Компьютерная верстка М.А. Морозова

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
Издание соответствует коду 95 3000 ОК 005-93 (ОКП)

Подписано в печать 20.12.2021. Формат 60 x 84 1/16. Бумага офсетная. Тираж 16 экз.
Уч.-изд. л. 8,37. Печ. л. 9,0. Заказ № 69. Цена договорная

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20