

В американской культуре образу колобка близок пряничный (имбирный) человечек. Несмотря на то, что форма его совсем не круглая, ведет себя пряничный человечек точно так, как и Колобок. В английской же сказке аналогом Колобка выступает Джонни-пончик. Несмотря на небольшое различие главных героев, эти сказки высмеивают тщеславие и прочие человеческие несовершенства и учат добрым поступкам.

В результате исследования были сделаны следующие выводы:

1. Многие русские и английские сказки изобилуют похожими сюжетами и героями. Герои могут видоизменяться в соответствии с особенностями и привычками определенного народа, в котором эта сказка бытует, но схема, по которой герои действуют, те истории, которые с ними случаются, испытания, меняются очень незначительно. Некоторые сюжеты и герои практически идентичны (сказки о трех братьях, о злой мачехе и падчерице, о лисе и волке, о царевне-лягушке, о борьбе со Змеем).

2. Жанровое своеобразие английских народных сказок внешне очень напоминает разновидности русских сказок.

3. В бытовых и волшебных английских народных сказках, в отличие от русских, нет ярко выраженных мотивов.

4. Отличие сказок часто связано с особенностями другой культуры, природы и обычаев страны.

Изучая сказки народов мира, мы видим в них схожее содержание, выраженное в сказочных сюжетах и героях. Сказки позволяют нам познакомиться с культурой и бытом других стран. Сказка – отражение народной жизни, зеркало народного сознания.

УДК 659.126:677(410)

*Студ. Язвинская Е.С.,  
ст. преп. Степанов Д.А.  
УО «ВГТУ»*

## **ТОРГОВЫЕ МАРКИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ**

Проблема разработки, формирования и продвижения товарных марок является актуальной для многих фирм и предприятий. На настоящий момент существует масса примеров удачно разработанных товарных марок как за рубежом, так и в нашей стране. На прилавках магазинов сейчас можно увидеть большое количество товаров разных производителей, из разных стран, в различной упаковке и с разными названиями.

Торговые марки должны быть узнаваемыми и должны обращаться к потенциальному клиенту. Они стали очень важной особенностью судовой торговли и зачастую любопытной художественной продукцией, авторское право которой тщательно охраняли.

Торговцы, как правило, использовали свои местные знания, чтобы продавать продукцию в определённых регионах. С таким количеством торговцев и таким большим рынком, торговые марки стали огромным бизнесом, а создание оригинального и запоминаемого изображения стало невероятно трудным. Большинство покупателей не умели читать и полагались исключительно на иллюстрированную торговую марку. Чем ближе иллюстрация касалась их культуры, тем выше был шанс продажи, таким образом, торговые марки часто изображали индийских богов, китайскую мифологию, африканские пословицы и многое другое. Изображения для экспортной торговли имели фигуративный характер как необходимость, а не как художественное оформление, поскольку большинство клиентов были неграмотными. Чтобы быть успешным на отдалённых рынках, торговец должен был использовать такие изображения на своей ткани, которые были запоминаемы и близки культуре клиента. Важным было не оскорбить клиента, и

торговец не только получал идеи для изображений от его партнеров и клиентов на выбранном рынке, но и собирал этнографические карты области, держал при себе местные путеводители или периодические издания и был в регулярном контакте с консульством соответствующей страны в Манчестере. Некоторые изображения, конечно, вызывают схожие ассоциации во всех культурах, знакомых с ними, такие как слон или лев, но существует также большое количество изображений, которые выглядят столь же причудливыми для нас как, скажем, выглядит изображение шахтёрского фонарика для уроженца островов Южного моря 19 века.

Чтобы дать общее представление о масштабе используемых изображений, нужно отметить, что в 1870-ых годах была введена регистрация торговых марок. Бюро регистрации товарных знаков заметило, что некоторые изображения, такие как львы, орлы, слоны и т. д. так часто использовались, что дать исключительное право на их использование какому-то одному торговцу будет несправедливо. Поэтому, они разбили 44 000 рисунков в 164 группы, классифицировав их в "список Б", который признавал их использование, но отказывался от их исключительности.

Одним из аспектов, который имеет параллели с сегодняшним днём, является использование торговой марки в качестве инструмента, предотвращающего плагиат. У Великобритании, возможно, было огромное технологическое преимущество, но дешевое массовое производство и нехватка законов об авторском праве привели к свободному от всего дизайну. Усовершенствованный закон об авторском праве 1842 года ввёл в обиход маркировку каждого куска ткани с торговыми марками, чтобы торговец или изготовитель могли быть установлены в случае спора. Были основаны художественные школы, чтобы обучать художников по рекламе, а Great Exhibition сделала большой шаг, чтобы рассказать стране о значимости хорошего дизайна. Всё это привело к увеличению продаж, появлению новых дизайнеров, сокращению поддельных тканей.

УДК 543.242.8

*Доц. Степин С.Г.,  
Дядичкина А.Г.,  
студ. Сурков А.В.  
УО «ВГТУ»*

### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ КИСЛОТ В СКВАЖИНАХ ЛОКАЛЬНОГО МОНИТОРИНГА В РАЙОНЕ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»**

ОАО «Гомельский химический завод» функционирует с 1966 года и является сильным источником загрязнения подземных вод. Наиболее опасными являются участки складирования твердых отходов (отвалы фосфогипса) и хранилища жидких отходов (шламонакопители) на Гомельском химическом заводе. Здесь на площади более 10 км<sup>2</sup> подземные воды загрязнены фосфатами (до 7 ПДК), фтором (до 50 ПДК), сульфатами (до 10 ПДК) и другими компонентами.

Для детальной оценки характера миграции кислот особое значение имеет мониторинг подземных вод на участках их интенсивного использования для хозяйственно-питьевого водоснабжения, так как именно здесь чаще всего происходит загрязнение подземных вод. Мониторинг подземных вод на водозаборах и экологически опасных объектах должен являться неотъемлемой частью системы мониторинга окружающей среды.

Целью настоящей работы является определение суммарного содержания кислот в подземных водах на территории промышленной площадки Гомельского химического завода и вблизи промышленной зоны.

Сбор проб воды проведен из скважин локального мониторинга, расположенных