

такого института является психоневрологический интернат.

Психоневрологические интернаты входят в систему учреждений психиатрической помощи и одновременно являются учреждениями социальной защиты. В них находятся больные, неспособные жить в семье и обществе в силу утраты либо недоразвития способностей к самообслуживанию и коммуникативной деятельности. Психоневрологические интернаты как психиатрические стационарные учреждения в значительной степени отличаются от психиатрических стационаров системы здравоохранения. Это отличие проявляется в структуре контингента, который характеризуется преобладанием инвалидов с дефицитарной симптоматикой эндогенного и экзогенно-органического генеза. Специфика этих учреждений заключается и в том, что в отличие от специализированных психоневрологических отделений лечебных учреждений, больные находятся в них практически пожизненно. Таким образом, интернат включает в себя элементы больничного учреждения, с одной стороны, и общежития – с другой.

Учреждение такого рода обладает некоторыми признаками «тотального института»: изолированность проживающих от внешнего мира; скученность внутренней жизни; постоянное пребывание человека в публичном пространстве; четкая временная организация; утрата прежней идентификации и получение нового статуса «больной». При этом для обеспечения нужных результатов социализации в интернате созданы эффективные приемы воздействия на массовое сознание, как прогрессивные (воспитание, убеждение, психотерапия и психокоррекция), так и регрессивные, имеющие целью манипулирование поведением проживающих, что во многом определено спецификой данного учреждения.

В этом ключе следует отметить и некоторые особенности воздействия на личность подопечного: постоянная подконтрольность персоналу, ограниченность в личных вещах, система «привилегий и наказаний», положенная в основу функционирования института. Такой институт берет на себя обязательства заботиться о своих подопечных в обмен на соблюдение ими определенных правил поведения и повседневного порядка. Правила воплощают стоящую за устройством этого института логику управления большим числом людей в ограниченном пространстве при минимальной затрате ресурсов.

Следует отметить, что для человека, оказавшегося в ситуации глубокой негативной дезадаптации и отягощенного болезненным состоянием, необходимо создать условия позитивной адаптации. Отвыкание от старых традиций, норм ценностей и ролей должно быть компенсировано новым позитивным жизненным опытом. Таким образом, сегодня одной из сложнейших и важнейших задач для психологов и социальных работников интернатов является создание условий, способствующих прогрессивной социально-психологической адаптации, сохранению и развитию позитивных личностных черт подопечных.

УДК 7.067

СОВЕТСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ 1950–1970-х ГОДОВ И ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

Уткевич О.И., доц., Похомова А., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Кинематограф играет огромную роль в нашей повседневной жизни. Несомненно, каждый фильм несет в себе те или иные идеи, потому что кинематограф – это вид искусства, творческая деятельность. А любая человеческая деятельность направлена на достижение какой-либо цели, в том числе и на утверждение и распространение идей.

После октябрьского переворота 1917 г. на территории Советского союза началась зарождаться новая культура, целью которой стало донести идеологию

коммунизма советскому народу. Толчок в развитии советский кинематограф получил после Второй мировой войны. Именно с этого периода советский кинематограф начинает развиваться по самостоятельному пути. Это связано с изоляцией СССР от западных стран. Советское кино сильно отличалось от западного, ведь оно снималось не просто для развлечения, а для того, чтобы воспитывать в людях дружбу, ответственность, патриотизм и другие советские ценности. Строгая цензура практически не допускала на советские экраны западные фильмы. В советском кино появлялись новые жанры, улучшалось техническое исполнение и накапливался опыт.

После войны возникла необходимость увековечить подвиг советского народа. Для фильмов того времени характерна пафосно-патриотичная атмосфера, демонстрация героизма и самоотверженности советских солдат, при этом фильмы оставались душевными, так как зачастую были основаны на реальных событиях («Баллада о солдате» Г. Чухрая, «Летят журавли» М. Калатозова). Отличительными в 60-е стали фильмы в жанре комедии, в основном это были бытовые комедии. В то время были созданы такие шедевры комедийного жанра, как «Полосатый рейс» В. Фетина, «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика» Л. Гайдая и т. д. Все чаще появляются фильмы, направленные на детскую аудиторию, несущие воспитательный потенциал, экранизируется литературная классика («Война и мир» С. Бондарчука). В 70-х продолжалось самобытное развитие советского кинематографа. Продолжают выходить новые комедии («Ирония судьбы, или С легким паром!» Э. Рязанова), драмы, военные фильмы («Семнадцать мгновений весны» Т. Лиозновой), развивается анимационный жанр. Таким образом, советский кинематограф был направлен на воспитание человека в самом высоком понимании. Стоит отметить, что цензура хоть и ограничивала творческий потенциал кино, но в тоже время отсеивала слабые кинокартины, тем самым повышая общий уровень советского кинематографа.

УДК 7.74.01/09

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА (на региональном материале)

Горегляд Е.Н., к.ф.н., доц., Словак О.Ю., маг.

*Витебский государственный университет им. П.М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Социально-экономическое развитие в Республике Беларусь отразилось на деятельности системы массовых коммуникаций, включающей в себя рекламу. В последнее время реклама заняла достойную нишу в жизни общества и проникает во все большее количество сфер жизнедеятельности человека. В свою очередь общество, осознавшее силу и динамичность рекламы, ставит перед ней задачу не только информировать, но и воспитывать. Потому недооценивать влияние рекламы на нашу жизнь глупо, хотим мы этого или нет, но в конечном итоге каждый член современного общества находится под воздействием рекламы.

Цель исследования – изучить лингвистические особенности рекламных текстов и механизм их воздействия на современного человека.

Материал и методы. При написании статьи применялась комплексная методика исследования, включающая методы компонентного, контекстного анализа и метод наблюдения. Нами произведен критический анализ литературы по теме (работы Б.Ю. Ушакова, Р.Ю. Намитоковой, С.В. Илясовой, И.А. Тропиной и др.). Материалом для исследования послужили рекламные тесты регионального характера.

Результаты и их обсуждение. В настоящее время реклама создает новые потребности в товарах, а также формирует такие сложные психические образования, как мировоззрение, эстетические вкусы, социальные ценности, стиль