

e independencia, pero quién sabe como se desarrollará la situación después? Qué pasará después?

De tal modo, a mi juicio, con La Unión entre Belarús y Rusia empieza el proceso de la polarización de las relaciones internacionales que tiene el objetivo de oponerse a la expansión de Los Estados Unidos de América para el desarrollo armonioso del mundo y las relaciones políticas, económicas y culturales entre todos los países del mundo.

На пороге третьего тысячелетия перед человечеством встает вопрос глобализации международных отношений и взаимодействия государств в поисках решения обостряющихся проблем. Во многих появившихся в последнее время теоретических исследованиях авторитетных исследовательских центров различных стран обсуждаются самые различные варианты "геометрической конфигурации" мира. Один из самых реалистичных – это возможность существования в будущем многополюсного мира с основными центрами в США, Европе, Китае, Японии, Индии и России. Именно Россия, как наиболее яркий представитель Восточной Европы, должна возродить былое величие славянского мира.

Подписанный 26 января 2000 г. в Кремле договор о Союзе Беларуси и России закладывает краеугольный камень в основу одного из важнейших полюсов мира. Очевидно, что наша страна получит много экономических выгод. Но интеллигенцию Беларуси больше всего беспокоит статус нашего государства в составе России, возможность сохранения его независимости в будущем. Поэтому решение вопроса независимости Республики Беларусь в Союзе является важнейшей задачей наших политиков и экономистов в самом ближайшем будущем.

**О.Б. Зеленская**  
**(O.B. Zelenskaya),**  
студентка БГУ (Минск)

**Глобальные и культурно-специфические направления юмора  
в рекламе**  
**Global and Culture-Specific Dimensions of Humor in  
Advertising**

1. Humor is a communication tool:  
humor is one of the most widely employed message techniques in modern advertising;

potential problems that can appear because of using of humor in advertising.

2. The Advertising Research Stream on Humor is investigated:

a) Domestic Research consists of:  
analysis of humor effects on recall;  
study of mediating factors;  
examination of humor influence;  
overall conclusion;

b) Cross-National Research consists of:  
several cross-national studies of international advertising in general have been undertaken;  
ways in which multinational firms attempt to globally standardize advertising;  
comparing television advertising in the USA and U.K.;  
usefulness of the cognitive structure approach in a domestic consumer behavior;  
help of humorous advertising structural analysis.

3. Psychological and Linguistic Perspectives on Human are being developed:

two groups with different theories;  
the dependence of humorous response on:  
– rapid resolution of the incongruity;  
– a “playful” context, that is, with cues signifying that the information is not to be taken seriously;  
– an appropriate mood for the listener;  
linguistic theory;  
role of contracts and their categories;  
raskin’s basis of humor theory.

4. Application of Humor Theory in a Cross-National Context is a new trend:

importance of humor stream;  
humor is indeed universal;  
joking behavior.

В данном докладе рассматривается возможность использования в рекламе юмора как одного из важнейших ее компонентов. Также рассматривается проблема адаптации рекламы к национальной культуре той страны, на рынок которой данная реклама поступает. В докладе приводятся результаты различных исследований в области рекламной индустрии; анализируется влияние психологических и лингвистических факторов на восприятие рекламы и многое другое.

394

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.