

белорусов, проживавших на территории России, обеспечение их связи с родиной.

Литература

1. Перадавіца / Наша ніва. - 1914. - 25 снежня.
2. Национальный исторический архив Беларуси (НИАБ). – Ф.295. – Оп.1. - Д. 9032.
3. Шашкевич, Н. С. Приговор революции: Крушение антисоветского движения в Белоруссии: 1917-1925 / Н. С. Шашкевич. - Минск, 1985.
4. Законы и распоряжения о беженцах. – М., 1916. Вып.1.
5. Центральный государственный исторический архив Санкт – Петербурга (ЦГИА СПб). – Ф1935. – Оп.1. – Д.1.
6. Белорусское общество в Петрограде по оказанию помощи пострадавшим от войны. 1916-1918 г. - Минск, 2008.
7. Национальный архив Республики Беларусь (НАРБ). – Ф.325. – Оп.1. – Д.211.
8. ЦГИА СПб. - Ф.1935. – Оп.1. – Д.2.
9. Жылуновіч З. Яшчэ аб Беларускам універсітэце / З. Жылуновіч // Дзянніца. 1916 – 3 снежня.
10. Резолюция, принятая Всероссийским съездом беженцев из Белоруссии, состоявшемся в г. Москве 17-21 июля 1918 г. // Чырвоны шлях . – 1918. - № 3-4.

Глазкова Л. С., Тумаш В. Г., Люткевич А. О., Хомчик В. В., Булыго Е. К. Специфика графического дизайнера в современном мультикультурном пространстве

Графический дизайн во многом подобен национальному языку: он индивидуален, прекрасен и загадочен. Существовая и развиваясь на протяжении длительного периода, графический дизайн преобразуется от эпохи к эпохе под влиянием как собственных культурных традиций, их истории и заданного ими способа жизни, так и под влиянием извне. Точно так же, как в музыке и искусстве в целом, эстетика графического дизайнера связана с основными тенденциями развития культуры. В современном мире такой доминантой становится глобализация, расширяющийся диалог

культур и, прежде всего, художественно-эстетической, который происходит в особом мультикультурном пространстве.

Порождаемая графическим дизайном визуально-коммуникативная среда в любой национальной культуре демонстрирует нам как собственные специфические элементы, выражающие специфику символизации себя и мира, так и те, которые возникают под влиянием иных культур и традиций.

Открытость и диалогичность современной культуры позволяет специалистам-дизайнерам обращаться к уникальному наследию разных стран и традиций, создавая ту особую визуально-коммуникативную среду, которая не только наполнена эстетическим содержанием, но и содержит необходимые для нас коммуникативные ориентиры. Именно поэтому в продукте дизайнерской деятельности белоруса или китайца мы можем видеть влияние эстетики Латинской Америки, Ближнего и Дальнего Востока, северной и центральной Европы.

Китайский графический дизайн сравнительно молодой. Он использует те изобразительные элементы и приемы, которые были сформированы в традиционном китайском искусстве. Иероглифика, эстетические принципы даосизма и буддизма по-прежнему актуальны в искусстве Китая. Кроме того, композиционные, колористические и формальные средства дизайна в Китае могли быть использованы как эффективное средство неофициального политического волеизъявления. В последнее время, китайский графический дизайн испытывает западное влияние, но все еще сохраняет собственную китайскую энергию и душу.

Ближневосточный графический дизайн настолько очарователен, насколько и мистичен. Присутствует сильное влияние старой каллиграфии и арабской вязи, копирование форм и образцов. Ближний Восток медленно открывается для западной культуры "потребительского общества". Арабы любят свое золото – и эту привязанность можно ясно последить в дизайне.

Ближневосточный дизайн богат изощренной колористикой и глубокой символичностью. Подобно другим азиатским странам, Ближний Восток одновременно демонстрирует актуальность традиционных символов и каллиграфии, а также влияние технократического западного мира.

Беларусь – родина универсальных дизайнеров, создающих художественные концепции и технологии, соответствующие им практически в любых сферах. Органичность, соотнесенность с контекстом, культурой и временем. Дизайнеры работают в самых разных стилях – от плакатов до живописи, от промышленного дизайна до боди-арта.

Каждый из нас принадлежит конкретной национальной традиции, формирующей у нас своего рода бессознательные культурные коды, и одновременно неисчерпаемому Космосу мировой культуры. Реализуя свои цели и возможности в практике рекламы, графического дизайна или архитектуры, мы осознанно или бессознательно выбираем определенные темы, формы и приемы, благодаря которым выражаем собственное видение себя и мира. Несмотря на это, одно утверждение остается бесспорным: хороший дизайн всегда будет хорошим дизайном, невзирая на время или традицию, в которой он формируется.

Восприятие искусства существует вне культурных и географических границ; и это больше, чем сумма наших знаний и убеждений. Понимание дизайна – интернациональное и универсальное чувство, которое ощущают все, вне зависимости от цвета кожи или национальности.

Омарова Ф. Т., Аллахвердиева Л. Г. Концепт «еда» как фрагмент национальной культуры в диалоге культур

Еда составляет неотъемлемую часть национальной жизни народов мира. Эту тесную связь мы видим в поговорке «Dis-moi ce que tu manges - je te dirai qui tu es», «Скажи, что ты ешь, и я скажу, кто - ты». Французский лингвист Ж. Лакруа в своей статье, посвященной вопросу восприятия народа через призму его национальной кухни, пишет о том, что французы ассоциируются со словосочетаниями «vin rouge» и «rain blanc». Это является одним из немногих доказательств того, что большую ценность для французов представляют и вино, и хлеб — именно эти два продукта, которые приобрели символическое значение для французской культуры и являются визитными карточками Франции в мире. Речь идет о символизме в материальной культуре, а именно в лингвокультурологическом поле «еда».