

\$7,5 млрд., Россия – \$3,9 млрд., Италия – \$3,7 млрд. Ожидается, что к 2024 г. сегмент digital займет 70 % всех расходов на рекламу в мире [2]. В 2023 г. самым быстрорастущим станет рынок Индии (+13,7 %), на втором месте – Бразилия (9,7 %), на третьем – Индонезия (8,8 %).

Основанное на опросе белорусских рекламных агентств и крупных рекламодателей исследование показало, что в 2023 г. 37 % крупных белорусских рекламодателей намерены снизить рекламные бюджеты, 19 % увеличить, а остальные 44 % планируют сохранить их на уровне предыдущего года. Субъекты хозяйствования Республики Беларусь, выделяющие серьезный бюджет на продвижение своих товаров и услуг, чаще организуют рекламные кампании с привлечением сторонних организаций. Только 14 % респондентов разрабатывают рекламную кампанию полностью самостоятельно. Подавляющее большинство крупных организаций пользовались в последние 2 года услугами рекламных агентств – 73 % опрошенных заявили, что обращались к рекламным агентствам полного цикла, 59 % респондентов заказывали исследования у маркетинговых агентств [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Заяц, Д. Как бизнес заказывает рекламные кампании / Д. Заяц // Экономическая газета №85(2582) от 11.11.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/kak-biznes-zakazyvaet-reklamnye-kampanii/>.
2. Magna понизила прогноз роста мирового рынка рекламы до 4,8 % в 2023 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gipp.ru/news/reklama-i-pr/magna-ponizila-prognoz-rosta-mirovogo-rynka-reklamy-do-4-8-v-2023-godu/>.
3. Развитие рынка рекламы / Агеев А. В. [и др.] // Индустрия рекламы, 2009-2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindustry.ru/doc/1159>.

УДК 1/14

МЕТАФИЗИКА ЛЮБВИ АРТУРА ШОПЕНГАУЭРА

Кропа Ф. В. – студент

Научный руководитель – **Климентьева И. А.**

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины»

г. Витебск, Республика Беларусь

Любовь – один из сложных и значимых феноменов человеческих отношений. Так тема любви прослеживается в философии разных исторических эпох. Оригинальную концепцию сущности любви создал Артур Шопенгауэр в «Метафизике половой любви». Его размышления пессимистичны, как и вся его философия. Артур Шопенгауэр –

представитель философии иррационализма, где воля – основной принцип действительности. Философ рассматривает её как зло, ответственное за страдания, которые неизбежно сопровождают жизнь человека. Также это понятие прослеживается и в теории половой любви А. Шопенгауэра.

Рассуждая о половой любви, Шопенгауэр приходит к выводам о том, что все любовные волнения и радости, страхи и горести, способные целиком заполнить существование человека, на самом деле имеют смысл не для него самого, а только для продолжения рода. Индивиду только кажется, будто добиться благосклонности от «предмета» его любви важно для его собственной жизни. По сути, любовь ничего не дает ему лично, а чаще всего даже отнимает его жизненные силы и блага. С точки зрения здравого рассудка, любовь – безумство. Если бы индивид слушал только рассудок, никакой любви быть не могло. Мирова воля «изобрела» любовь для того, чтобы обмануть рассудительный эгоизм живых существ. Благодаря этой «хитрости» воли человек, охваченный любовной страстью, воображает, будто он преследует свои эгоистичные интересы, добиваясь близости со своей возлюбленной, но, когда цель оказывается достигнутой, чары вдруг исчезают – иллюзия становится ненужной.

Любовь по Шопенгауэру – это стремление индивида к физическому обладанию другим индивидом ради продолжения рода. Она направлена на конкретную личность, а не просто на представителей противоположного пола. Дело в том, что воля заинтересована в рождении не просто еще одного существа, но как можно более совершенного, гармоничного индивида. Поэтому мужчины и женщины присматриваются друг к другу, ищут соответствия и взаимодополнения своих физических и духовных особенностей. Согласно Шопенгауэру, если мужчина и женщина испытывают друг к другу отвращение, то дитя, которое родилось бы от них, было бы дурно организованным, дисгармоничным, несчастным существом. Избирательность, вдохновенное стремление к конкретному индивиду, а не к любому представителю противоположного пола, как раз и отличают любовь от полового влечения. В связи с этим А. Шопенгауэр вводит понятие «гений рода». Когда молодые люди внимательно рассматривают друг друга – это размышление «гения рода» о том индивидууме, который может родиться от данной четы. Во всех людях, способных к деторождению, «гений рода» размышляет о грядущем поколении. Введение Шопенгауэром понятия «гения рода» приводит все представления о любви в систему.

Моментом зарождения нового индивида следует считать, по

мнению Шопенгауэра, начало увлечения его родителей друг другом. Любовь – это «воля к жизни нового индивидуума». Любовное влечение должно преодолеть все препятствия, пренебречь понятиями чести, долга, верности – ради рождения нового гармоничного индивида. Любящие люди жертвуют своим счастьем ради рода; взамен для себя лично они не получают того блаженства, на какое могли бы рассчитывать. Любовное чувство угасает, когда его цель достигнута, и тогда может обнаружиться, что, кроме слепой страсти, двух людей ничего не связывало. Они больше не нужны друг другу.

Брак по расчету обычно счастливее, чем брак по любви, считает Шопенгауэр, ведь корыстный расчет сохраняет свою силу и тогда, когда иллюзия любви рассеивается; однако брак по любви, даже несчастливый, все-таки возвышеннее – он соответствует природному назначению.

Таким образом, метафизика любви Шопенгауэра тесно связана с его философской концепцией «о мире как воле и представлении» и придает ей дополнительное освещение. Данная теория любви подтверждает ранее высказанные Шопенгауэром утверждения: во-первых, что внутреннего сущность человека является бессмертной и продолжает жить в грядущем поколении; во-вторых, что эта сущность относится больше к роду, чем к индивиду. Любовь имеет над человеком такую большую власть, потому что она является залогом бессмертия, неразрушимости самого существенного ядра человека, считает философ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шопенгауэр, А. Метафизика половой любви / Артур Шопенгауэр; пер. с нем. Ю. Айхенвальда. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2023. – 224 с.

УДК 81'25

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЛОГАНОВ КОМПАНИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, ДЕЙСТВУЮЩИХ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ)

Крот А. В. – студент

Научный руководитель – **Адамович С. В.**

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

г. Гродно, Республика Беларусь

В настоящее время интерес к рекламе растет очень быстрыми темпами. Это происходит по причине развития международных отношений в сфере туризма и торговли. Именно поэтому изучение особенностей и