




СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ

Часть 1

Материалы II Всероссийской научно-практической конференции
молодых ученых с международным участием
Комсомольск-на-Амуре, 21-23 ноября 2022 г.



Комсомольск-на-Амуре
2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ**

Часть 1

Материалы II Всероссийской научно-практической конференции
молодых ученых с международным участием
Комсомольск-на-Амуре, 21-23 ноября 2022 г.

Комсомольск-на-Амуре
2022

УДК 3:001.12
ББК 95.4
С692

Рецензент – С. Е. Туркулец, доктор философских наук, доцент,
профессор кафедры «Уголовно-правовые дисциплины»
ФГБОУ ВО «ДВГУПС» (г. Хабаровск)

Редакционная коллегия:

И. В. Цевелева – кандидат психологических наук, доцент, отв. ред.;
Н. Э. Ракитина – кандидат социологических наук, науч. ред.;
Н. В. Малышева – кандидат филологических наук, отв. секр.
(г. Комсомольск-на-Амуре, КнАГУ)

**Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов
С692 современности** : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. молодых
ученых с международным участием, Комсомольск-на-Амуре,
21-23 ноября 2022 г. : в 2 частях / редкол. : И. В. Цевелева (отв. ред.),
Н. Э. Ракитина, Н. В. Малышева. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО
«КнАГУ», 2022. – Ч. 1. – 392 с.

ISBN 978-5-7765-1527-9 (Ч. 1)
ISBN 978-5-7765-1526-2

Материалы сборника посвящены изучению исследовательских практик, наиболее актуальных научных решений и методических разработок молодых российских и зарубежных ученых.

Приводимые материалы могут быть полезны преподавателям вузов, руководителям предприятий, а также студентам и аспирантам.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Конференция проведена в рамках гранта в форме субсидий из федерального бюджета образовательным организациям высшего образования на реализацию мероприятий, направленных на поддержку студенческих научных сообществ.

Конференция проведена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Хабаровского края (соглашение №77С/2022 от 28.10.2022).

УДК 3:001.12
ББК 95.4

ISBN 978-5-7765-1527-9 (Ч. 1)
ISBN 978-5-7765-1526-2

© ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2022

РАЗДЕЛ 1

ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 811.161.1'36

Абдугафорова Зарнигор Музафаровна, магистрант Комсомольского-на-Амуре государственного университета

Abdugafforova Zarnigor Muzafarovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Васильева Анна Алексеевна, старший преподаватель кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vasileva Anna Alekseevna, senior lecturer of the Linguistic and Cross-cultural communication department, Komsomolsk-na-Amure State University

ТИПЫ ПОБУЖДЕНИЯ

TYPES OF IMPERATIVENESS

Аннотация. В статье приведен краткий обзор работ лингвистов, исследовавших типы побуждения, типологию коммуникативных действий; даётся характеристика лексем *просьба, мольба, приказ, приглашение, напутствие, совет, пожелание, протест, запрет*.

Abstract. The article considers a brief review of the works of linguists researching types of imperativeness and typical communicative actions; gives definitions of such lexemes as a *request, a prayer, an order, an invitation, parting words, advice, a wish, a protest, a prohibition*.

Ключевые слова: типы побуждения, коммуникативные действия, просьба, мольба, приказ, напутствие, совет, пожелание, протест, запрет.

Key words: types of imperativeness, communicative actions, a request, a prayer, an order, parting words, advice, a wish, a protest, a prohibition.

Коммуникативные действия являются сферой интересов многих ученых. Исследование таких коммуникативных действий, как побуждение, убеждение имеет не только теоретическое, но и прикладное значение. Так, например, в статье Шушариной Г.А. «Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации в деловом общении» рассматриваются тексты, коммуникативная цель которых – «убедить своего делового партнёра в необходимости совершения коммерческой сделки» [1].

В большинстве исследованных нами словарей, лексема «побуждение» трактуется как желание или намерение действовать, сделать что-либо. Также неоднократно приводятся такие примеры, как «патриотические побуждения», «низменные побуждения», «из личных, добрых, злых побуждений делать что-либо», то есть лексема «побуждение» также может иметь значение «мотивация» [2].

Исследование побуждений привлекало ученых в течение долгого времени и все еще остается актуальным. К его анализу обращались многие отечественные и зарубежные лингвисты, такие как И. А. Кудинова [3], Е. В. Лобанова [4], А. Ю. Маслова [5], А. В. Бондарко и многие другие. Так, А. В. Бондарко исследовал понятия функционально-семантического поля императивности и императивной ситуации [6].

Перед множеством исследователей побудительности и побуждения встаёт вопрос о схождении двух данных терминов.

А. Н. Рамазанова в своей кандидатской диссертации, которая посвящена побудительному потенциалу английских пословиц, даёт более ясное определение этим терминам. По ее мнению, побуждение передаёт значение желания говорящего воздействовать на слушающего. Но термин «побудительность» имеет более широкое значение: это свойство людей и других явлений действительности, причина изменения окружающей действительности. Таким образом, А. Н. Рамазанова считает, что эти два понятия взаи-

мосвязаны, но не эквивалентны. Также А. Н. Рамазанова считает, что побуждение можно рассматривать с различных позиций. Одна из точек зрения предполагает выявление типовых коммуникативных действий, которые включают в себя побуждения [7].

Большинство исследователей сходятся во мнении, что существуют несколько видов побуждений. К их числу относятся: просьба, мольба, приказ, пожелание, приглашение, напутствие, совет. Рассмотрим эти виды побуждений более подробно.

Просьба - обращение к кому-либо, призывающее удовлетворить какие-либо нужды, желания. Как правило, просьба сопровождается оборотами речи, подчеркивающими вежливое обращение к адресату. Можно встретить следующие фразы: «будьте добры, ...», «будьте любезны, ...», «не могли бы Вы ...», и так далее. Также вежливых характер данного вида побуждения реализуется через интонацию, тон голоса. Однако, нередко можно встретить и более сдержанные форматы просьб, например: «Просьба не шуметь»; «У меня к вам маленькая просьба».

Мольба - горячая, страстная просьба. Мольба – это разновидность просьбы, отражающая крайнюю нужду, необходимость прошения. Для данного типа побуждения характерны своеобразные интонации, а также специфичные невербальные средства, такие как сложенные перед собой руки, визуальный контакт, взгляд снизу-вверх и другие. Среди вербальных средств можно также отметить следующие обороты: «умоляю Вас», «молю». Для усиления мольбы на первое место часто ставят личное местоимение «Я»: «я Вас умоляю/молю», «я обращаюсь к Вам с мольбой». Еще стоит упомянуть религиозный подтекст данного типа побуждения: обращать свои мольбы к Богу, «Сохрани моих детей и помилуй их грехи!»

Приказ - официальное распоряжение, чаще всего отдаваемое органом власти, руководителем учреждения, человеком, находящимся в более авторитетной позиции по отношению к адресату. Отличительными чертами данного типа побуждения являются использование повелительного наклонения и официальный стиль речи: «провести проверку безопасности», «уведомить ректора о ходе мероприятия», «организовать собрание сотрудников».

Пожелание - высказанное желание об осуществлении чего-либо для кого-либо. Этот тип побуждения чаще всего используется в праздничной атмосфере и реализуется при помощи следующих оборотов: лексема «желаю» - «желаю Вам успехов в Новом Году», лексема «желаю» и местоимение - «я желаю тебе счастья», а также перечисление пожеланий без лексем «желаю» - «счастья, здоровья и удачи вам в новом учебном году!».

Совет - высказанное кому-либо предложение, мнение, как поступить. Этот тип побуждения отличается ненавязчивостью. Очень часто для реализации типа побуждения «совет» используются вопросительные предложения: «может, ты попробуешь позвонить?», «ты не хотел бы попробовать использовать этот метод?»; а также императивные предложения: «попробуй позвонить вместо того, чтобы писать». Также маркером данного типа служит лексема «следует»: «тебе следует проводить больше времени за учебой», «Вам не следует задерживаться на работе допоздна».

Приглашение - просьба, предложение сделать что-либо, принять участие в чём-либо, заняться чем-либо. Данный тип побуждения можно назвать нейтральным по эмоциональной окраске. Часто реализуется через лексему «приглашаем»: «Приглашаем вас на свадьбу наших детей!», «Приглашаю тебя на свидание!», а также через императивное предложение: «Приходите в гости!», «Приезжайте на курорт!».

Протест - решительное возражение против чего-либо, категорическое заявление о несогласии с чем-либо, о нежелании чего-либо; массовое, коллективное возражение против чего-либо, обычно выражающееся в активных действиях.

Запрет - процесс действия «запретить», результат такого действия. Протест – это своего рода запретительная команда. Данный тип побуждения отличается использованием лексем «нельзя» - «Нельзя приносить свои напитки в кинозал», «запрещено» - «Курение запрещено», а также отрицательной частицы «не» - «Не стоять на краю платформы», «Не курить».

Напутствие - наставления, пожелания отправляющемуся в путь: «Внимательно следуйте инструкциям навигатора» [7].

Рассмотрев представленные типы побуждения, можно сделать вывод, что большинство из них реализуется через императивные предложения. Кроме того, часто используются вопросы. Среди типов побуждения можно выделить более жесткие (приказ, запрет, протест, мольба) и более мягкие (просьба, пожелание, приглашение, напутствие) типы.

Стоит отметить, что побудительные высказывания в регулировании общественных и межличностных отношений играют важную роль. Тема побудительности для лингвистов была и остаётся широкой платформой для исследования в изменяющихся условиях действительности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шушарина, Г. А. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации в деловом общении // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2021. № 8 (56). С. 73-78.

2. academic.ru : словари и энциклопедии : сайт. – 2000-2022. (дата обращения: 13.09.2022).

3. Кудинова, И. А. Категория имплицитности в рекламном дискурсе (на материале современного английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2010.

4. Лобанова, Е. В. Базовые параметры категории побудительности в английском языке: когнитивно-онтологический подход // Вестник ЧГПУ. 2011. № 2.

5. Маслова, А. Ю. Коммуникативно-семантическая категория побудительности и ее реализация в славянских языках (на материале сербского и болгарского языков в сопоставлении с русским): автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. СПб., 2009.

6. Бондарко, А. В. Функциональная грамматика. Москва : Наука, 1984. - 134 с.

7. Рамазанова, А. Н. Побудительный потенциал английских пословиц: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2005.

УДК 81.25

Агейкина Александра Владимировна, студент, Российский государственный социальный университет

Ageikina Alexandra Vladimirovna, student of Russian State Social University

Тарарина Лариса Игоревна, кандидат педагогических наук, доцент, Российский государственный социальный университет

Tararina Larisa Igorevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Russian State Social University

ПРОБЛЕМА УПОТРЕБЛЕНИЯ И ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК ИГРОВЫХ ТЕРМИНОВ ИЗ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИГР

THE PROBLEM OF USE AND TRANSLATION OF GAME TERMS FROM MULTPLAYER GAMES INTO RUSSIAN

Аннотация. В данной статье освещается проблема влияния индустрии видеоигр на язык и речь современного человека, а также проблема перевода терминов из многопользовательских онлайн игр на русский язык. В работе исследованы основные свойства игрового сленга, представлена классификация игровых терминов, рассмотрены приемы перевода фраз и выражений игроков в видеоигры. На основе проведенного анализа сделан вывод о распространении гейм-сленга за пределы виртуального мира, а также наличии

ряда способов перевода игровых терминов на русский язык при помощи переводческих трансформаций.

Abstract. This article highlights the problem of the video game industry influence on the language and speech of a modern person and the problem of translating terms from multiplayer games into Russian. The article explores the main features of game slang, presents a classification of game terms, and considers methods for translating phrases and expressions of video games players. According to the analysis, it was concluded that game slang is spreading beyond the virtual world; there is a number of ways to translate game terms into Russian using translation transformations.

Ключевые слова: перевод, переводоведение, видеоигры, игровой сленг, многопользовательские игры, киберспорт, игровые термины.

Key words: translation, translation studies, videogames, game slang, multiplayer games, esports, game terms.

В настоящее время сложно не оценить степень влияния индустрии видеоигр на нашу жизнь. За последние 10 лет видеоигры приобрели практически всеобъемлющий характер, а популярны они уже не только среди подростков, но и среди старшего поколения [4].

Данный феномен оказал значительное влияние на нашу культуру: по видеоиграм пишут книги, рисуют комиксы, слагают стихотворения. И, как следствие массового увлечения видеоиграми, игровая лексика постепенно начала проникать в разговорную речь и, соответственно, в язык.

В лингвистике нет единого мнения о точном определении языка. Его называют совокупностью знаний, системой знаков, инструментом, которым пользуется человек. В статье для того, чтобы раскрыть понятие «язык» мы возьмем за основу определение Безменовой Н. А: «Язык – это одна из самых важных категорий культуры, поскольку именно посредством языка формируется и выражается миропонимание человека» [3:2].

В языке, а впоследствии и в речи, отражаются все значимые события: научные открытия, технический прогресс, культурные мероприятия и громкие происшествя. В нем остаются имена, становящиеся нарицательными, складываются афоризмы и рождается сленг. Индустрия компьютерных игр не стала исключением: виртуальный мир богат терминами и выражениями, которые раньше было сложно встретить где-то кроме онлайн-игр и на посвященных им форумах. Стоит отметить, что подавляющее большинство гейм-сленга пришло из английского языка.

Подобная ситуация создает определенную проблему для переводчиков и лингвистов. Игровые термины необходимо правильно классифицировать для дальнейшего исследования; следует определиться, как переводить данные слова и выражения и нуждаются ли они в переводе в принципе; нужно выяснить, кто и как употребляет игровой сленг вне виртуального мира, как сильно он повлиял на речь современного человека, или же не повлиял вовсе; решить, каким образом вносить сленг геймеров (игроков в видеоигры) в современные словари.

В данной статье мы предложим вариант классификации терминов из многопользовательских онлайн-игр, а также рассмотрим различные переводческие трансформации, благодаря которым смысл и значение терминов можно передать на русский язык.

Игровые сленговые единицы можно разделить на множество групп и классифицировать по-разному. Исследователи предлагают все новые и новые определения, ориентируясь на различные признаки сленгизмов. Самым очевидным для игроков в видеоигры станет разделение игровых терминов на глобальные и локальные [2:2]. Глобальные термины – это те, что будут понятны как игрокам в онлайн-шутер (от англ. a shooter – стрелок), так и тем, кто играет в одиночные бродилки (квест-игры, где главный герой в основном ходит и выполняет различные поручения, от англ. a quest – задание).

Мы назовем их «общие» или «универсальные». Локальные термины – это единицы сленга, которые поймут только члены определенного игрового сообщества [2:2], то есть люди, играющие в определенную игру. Мы назовем их «узконаправленные». Их значение может варьироваться в зависимости от игрового жанра, ситуации и режима видеоигры [8]. Аббревиатура *BG* в общепринятом понимании означает «плохая игра» («*bad game*»), что может быть сказано или написано в командном/общем чате после завершения сессии/матча/раунда), однако, например, для игроков в карточную онлайн игру *Hearthstone* данное выражение, в первую очередь, будет сокращением от *battle-grounds* (один из онлайн-режимов игры [9]) и совсем не будет иметь отрицательной коннотации при употреблении. Далее сленгизмы можно разделить на те, что подлежат полному переводу и имеют полные эквиваленты в русском языке (*deadly shot* – смертельный выстрел), частичному переводу и имеют частичные эквиваленты (транскрипция, транслитерация, калькирование), те, что на языке оригинала и перевода остаются аббревиациями, а также термины тактические (употребляемые конкретно в процессе игры) и описательные, слова, которыми можно охарактеризовать то или иное явление.

Игровой сленг отличается особой краткостью и точностью в своих формулировках. Это можно объяснить тем, что в игровом процессе важна каждая секунда, а потому употребление короткого и емкого выражения сыграет на руку и может перевернуть ход игры. Вместо «*My character has a little amount of health points*» («У моего персонажа мало очков здоровья») мы скажем «*I'm low HP*» («У меня мало ХП»), «*I can't use this ability because it has to reboot*» («Я не могу использовать способность, потому что она на перезарядке») превратится в емкое «*CD*» («Способность в КД», «*Cooldown*» означает, что игрок должен подождать, прежде чем сможет снова использовать определенные способности и предметы).

С течением времени многие игровые термины стали появляться в речи людей и в реальной жизни. Рассмотрим данное явление на примере многопользовательской командной компьютерной игры в жанре *MOBA* (*Multiplayer Online Battle Arena*), *Dota 2*. Эта игра насыщена терминологией, где свои особые названия имеют герои, оружие, способности, артефакты, игровое окружение и ситуации. К примеру, слово *creep* (крип, *пер.англ.* скользкий тип, слизняк) используется для обозначения неигровых союзных юнитов (*NPC, non-player-character*), главная задача которых автоматически атаковать противников. По идее *крипы* выступают в качестве массовки, пушечного мяса. Примером употребления данного термина в реальной жизни может быть простая ситуация: «– Привет, что нового? – Ничего, целыми днями работаю, а потом прихожу домой спать, чувствую себя бесполезным *крипом*».

Еще одно слово, которое часто можно услышать на рабочем месте, это *farm* (фарм, *пер.англ.* обрабатывать землю, разводить скот). В виртуальном мире, а именно в *Dota 2*, так называют процесс заработка золота. Как и в жизни, в игре золото нужно для покупки сопутствующих предметов, оружия, артефактов. Употребляться может так: «Никак не могу *нафармить* себе на новый телевизор».

Термин *harassment* (*от англ.* домогательство, преследование) в реальности зачастую связан с притеснениями на почве расовой или гендерной нетерпимости. Однако в видеоиграх этот посыл сводится к нанесению урона вражескому герою. В зависимости от жанра игры, данная тактика может иметь разную ценность, но для *MOBA*-игр подобная стратегия может легко привести к победе. В жизни, получив моральный или физический ущерб, мы можем сказать: «На сегодня мне хватило *харассмента* со стороны окружающих» или «– Отстань от него. – Да ну, почему бы его и не *похарасить*».

Немаловажным аспектом употребления игровых сленговых терминов является их перевод на русский язык и включение данных слов в речь. Как было ранее приведено в примерах, одним из способов передачи подобных слов является транскрипция. Слово произносится так же, как и на языке оригинала, однако начинает подчиняться

правилам языка перевода. Например, в русском языке к заимствованным глаголам добавляются флексии, существительные могут употребляться в единственном или множественном числе, и т.д. Примерами подобного употребления могут быть слова *nerf* (от англ. Nerf – торговая марка, выпускающая игрушки из пенопласта в виде оружия), что означает снижение характеристик героя и/или оружия, на русский язык передается без перевода как «*нерф*, *нерфить*, *понерфить*». Практически любые глаголы-термины образуют префиксальные словообразовательные парадигмы: *кайтить* (от англ. to kite – парить в воздухе) – *закайтить*, *откайтить*, способ атаки, при котором атакующий постоянно убегает от врагов, не давая им себя задеть. Глагол to deny (от англ. отказывать, не позволять) в Dota 2 приобретает значение «добить союзного героя и/или крипа». Это делается для того, чтобы противники не смогли «*нафармить*» золота от убийства героя. Однако в процессе игры чаще можно услышать фразу «Нужно учиться *денаить крипов*», чем «Надо добивать союзных юнитов».

Еще одним вариантом перевода игровых терминов, который выделяют исследователи (Л.В. Жабина [2], Н.И. Мелконян [1]), является транслитерация. Данный вид заимствования широко распространен среди гейм-выражений, так как они легко переключаются в дословном переводе. Широко распространенный термин *AoE* (*Area of Effect*) буквально означает «воздействие по площади», употребляется как на языке оригинала, так и в его переведенном виде или же аббревиацией АОЕ. Аббревиатура *AFK* (*away from the keyboard*), образованная от полной фразы «*away from the keyboard*», русскоговорящими игроками употребляется по тому же принципу: «*Я АФК*», что означает, что вы отошли от компьютера (*досл.* от клавиатуры) и ваш игровой персонаж остался без вашего управления. В карточной онлайн-игре *Hearthstone* переводчики поступили очень грамотно при локализации имени персонажа А.Ф. Кау [5]. Зная о данном выражении и о его широкой распространенности среди русскоговорящих игроков, локализаторы назвали персонажа «А.Ф. Ка», что не изменило фактического имени героя и смогло сохранить отсылку к гейм-термину (персонаж имеет пассивный эффект в виде пропуска двух ходов в начале сражения, в это время вы фактически за него не играете [6]).

Стоит также отметить, что подобные игровым неологизмы в русском языке имеют тенденцию к новому словообразованию. Так слово *стил* (от англ. to steal – красть, воровать) – кража убийства в компьютерной игре, когда его засчитывают не тому игроку – легко может превратиться в глагол *застилить*, в существительное *стилер*, в причастие *застиленный*. Предмет *Blink Dagger*, часто используемый игроками в Dota 2 [7], русскоязычными игроками именуется или *блинк*, а от него и производные *блинкануться*, вместо длинного «использовать *блинк даггер*». От английского to cast (*пер.англ.* кидать, бросать, метать) в играх могут быть *кастеры* – герои, в основном использующие заклинания. Как правило, они обладают большим запасом *маны* (единица магической силы, от англ. mana), что позволяет им совершать *прокаст* – последовательное использование нескольких или всех своих способностей, или *абиллок* (от англ. an ability – способность, навык).

Анализ вышеуказанных примеров позволяет сделать вывод, что язык геймеров уже давно вышел за рамки существования исключительно в виртуальном мире видеоигр. Индустрия видеоигр влияет не только на наш досуг, но и на наш язык. Игровой сленг начал пользоваться популярностью уже не только у игроков, теперь язык геймеров – это общедоступная совокупность слов и выражений, и многие даже не догадываются о том, что говорят на нем. Данный вид сленга быстро распространяется ввиду его простоты и удобства в использовании. Сленговые единицы имеют разные способы передачи на русский язык: калькирование, транслитерация, полное заимствование и проч. Игровой сленг не стоит на месте, а это значит, что локализаторам и переводчикам будет над чем поработать в будущем.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Мелконян, Н. И. К вопросу о способах образования компьютерного сленга // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. № 1. С. 211-214.
2. Жабина, Л. В. К вопросу об игровом сленге // Университетские чтения 2014. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Часть V. 2014. URL: https://pgu.ru/upload/iblock/6e7/uch_2014_v_35.pdf (дата обращения: 10.10.2022).
3. Безменова Н.А. Теория и практика риторики массовой коммуникации: науч.-аналит. Обзор. Москва : ИНИОН, 1989. – 39 с.
4. Number of video gamers worldwide 2015-2021, with forecasts up until 2024 by J. Clement, Aug 26, 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/748044/number-video-gamers-world/> (дата обращения: 10.10.2022).
5. Kay, A.F. URL: https://hearthstone.fandom.com/wiki/Battlegrounds/A._F._Kay (дата обращения: 10.10.2022).
6. Ка А. Ф. URL: <https://hearthstone.blizzard.com/ru-ru/battlegrounds/57944-a-f-kay> (дата обращения: 10.10.2022).
7. Blink Dagger. URL: https://dota2.fandom.com/ru/wiki/Blink_Dagger (дата обращения: 10.10.2022).
8. Новикова А.П. Специфика сленга субкультуры геймеров // Международный научно-практический и методический журнал "СМАЛЬТА". 2014. № 6. С. 40-42.
9. Поля Сражений. URL: <https://hearthstone.blizzard.com/ru-ru/battlegrounds/> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 81'25

Алексеенко Владислав Николаевич, магистрант, Алтайский государственный педагогический университет

Alekseenko Vladislav Nikolaevich, master student of Altai State Pedagogical University

Заюкова Елена Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой перевода и межкультурной коммуникации, Алтайский государственный педагогический университет

Zayukova Elena Viktorovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Altai State Pedagogical University

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА АКРОНИМОВ И АББРЕВИАТУР С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЙ ВСЕЛЕННОЙ MARVEL)

TRANSLATION OF ACRONYMS AND ABBREVIATIONS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN (CASE STUDY OF THE MARVEL CINEMATIC UNIVERSE)

Аннотация. Целью настоящей статьи является выявление особенностей перевода английских сокращений на русский язык. В качестве объекта исследования выступают англоязычные акронимы и аббревиатуры, предметом исследования является специфика их передачи на русский язык. Материалом исследования послужили 19 контекстов использования акронимов и аббревиатур, отобранных из фильмов и сериалов кинематографической вселенной Marvel, и их русскоязычный перевод.

Abstract. The paper is aimed at identifying the specifics of translating English acronyms and abbreviations into Russian. The subject matter of the research is English acronyms and abbreviations as well as their translation into Russian. The research is based on 19 contexts of ac-

ronyms and abbreviations selected from the Marvel Cinematic Universe movies and TV series and their Russian translation.

Ключевые слова: акроним, аббревиатура, кинематографическая вселенная Marvel, переводческие трансформации, транслитерация, транскрипция, эквивалентное соответствие.

Key words: acronym, abbreviation, Marvel Cinematic Universe, translation transformations, transliteration, transcription, equivalent.

В настоящее время процессы интернационализации и глобализации оказывают значительное влияние на развитие английского языка и служат причиной активного пополнения его словарного запаса за счет появления новых сокращений.

Классификация сокращений достаточно обширна. Согласно И.В. Арнольд, все сокращения можно свести к двум большим группам: графические и лексические [1, с. 189]. В группу лексических сокращений входят слоговые, инициальные и частично сокращенные. Инициальные, или буквенные, сокращения, образуются из начальных букв слов, обозначающих понятие [6, с. 119], что является объектом нашего исследования. В зависимости от особенностей их произношения они подразделяются на акронимы и аббревиатуры. В лингвистике принято разграничивать понятие акронима от других видов сокращений. Так, В.И. Заботкина считает, что аббревиатура и акроним это два разных вида словообразования [3, с. 37-38].

Акроним – сокращение, образованное из начальных букв слов или словосочетаний, произносимое как единое слово [7, с. 657]. Аббревиатуры, как и акронимы, образуются из начальных букв слов и словосочетаний, но произносятся побуквенно [5, с. 87].

В отличие от аббревиатур акронимы являются, с одной стороны, новым и перспективным и, с другой стороны, наименее изученным способом словообразования, получившим широкое распространение в современном английском языке. В основе образования акронимов и аббревиатур лежит принцип компрессии и языковой экономии.

При выполнении перевода акронимов и аббревиатур переводчику необходимо выполнить два действия:

1) Расшифровать сокращение, т.е. определить исходную англоязычную форму или денотат.

2) Перевести денотат на русский язык, т.е. найти эквивалент в русском языке, который наиболее точно передает смысл.

Перейдем к рассмотрению основных способов перевода акронима и аббревиатуры. Существует три основные тенденции перевода акронима на русский язык: 1) транслитерация; 2) заимствование и сохранение акронима в исходном виде (на иностранном языке); 3) создание адекватной аббревиатуры из русских терминов [4, с. 114].

В свою очередь, Е.Х. Гаевская предлагает следующие способы перевода аббревиатур: 1) эквивалент; 2) заимствование; 3) транслитерация; 4) транскрипция; 5) описательный перевод; 6) создание нового русского сокращения [2].

В ходе исследования нами был проведен анализ способов перевода акронимов и аббревиатур (19 языковых единиц), отобранных методом сплошной и целенаправленной выборки фильмов и сериалов кинематографической вселенной Marvel: *Iron Man* (2008), *Thor* (2011), *Iron Man 3* (2013), *Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013-2020), *Captain America: The Winter Soldier* (2014), *Avengers: Age of Ultron* (2015), *Avengers: Endgame* (2018), *Spider-Man: Far From Home* (2019), *Loki* (2021), *Spider-Man: No Way Home* (2021), *WandaVision* (2021), *She-Hulk: Attorney at Law* (2022).

Исследуемые нами акронимы и аббревиатуры выполняют номинативную функцию и выступают в качестве именованя:

– систем искусственного интеллекта и биокомпьютеров: A.I.D.A., B.A.R.F., E.D.I.T.H., F.R.I.D.A.Y., J.A.R.V.I.S., K.E.V.I.N., M.O.D.O.K.;

– организаций: AIM, A.R.M.O.R., EuroM.I.N.D., F.E.A.S.T., S.H.I.E.L.D., S.T.A.K.E., S.T.R.I.K.E., S.W.O.R.D., TVA, W.A.N.D.;

– секретных проектов: P.E.G.A.S.U.S., T.A.H.I.T.I.

Как видно из приведенных примеров, большое распространение получают так называемые омоакронимы, т. е. акронимы, омонимичные обычным словам.

При переводе сокращения в первую очередь следует обратиться к словарям. Однако акронимы и аббревиатуры, представленные в кинематографической вселенной Marvel, и их переводы не зафиксированы ни в одном русскоязычном лексикографическом источнике. В связи с этим обратимся к официальному дублированному переводу вышеуказанных фильмов и сериалов и рассмотрим способы перевода исследуемых языковых единиц. Ввиду отсутствия перевода некоторых сокращений нами были предложены собственные варианты перевода:

Передача английского сокращения с помощью транслитерации и транскрипции. Данный прием широко используется для воссоздания заимствованных акронимов. Так, примерами перевода посредством транслитерации являются следующие:

– A.I.D.A. (Artificial Intelligent Digital Assistant) – А.И.Д.А. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Цифровой помощник с искусственным интеллектом «АИДА»);

– E.D.I.T.H. (Even Dead I'm The Hero) – Э.Д.И.Т. (Экстра-Долговечные Идеи Тони);

– K.E.V.I.N. (Knowledge Enhanced Visual Interconnectivity Nexus) – К.Е.В.И.Н. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Совершенная система искусственного интеллекта с глобальными знаниями «КЕВИН», которая ведет наблюдения за событиями кинематографической вселенной Marvel на экране, с функцией переписывания сценариев и вызова событий Нексуса);

– M.O.D.O.K. (Mental Organism Designed Only for Killing) – М.О.Д.О.К. (Мобильный организм для организации катастроф);

– W.A.N.D. (Wizards, Alchemy and Necromancy Department) – В.А.Н.Д. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Отделение магии, алхимии и некрומании «ВАНД»);

– Приведем примеры транскрипции:

– J.A.R.V.I.S. (Just A Rather Very Intelligent System) – Д.Ж.А.Р.В.И.С. (Просто вполне очень умная система «ДЖАРВИС»);

– S.T.A.K.E. (Special Threat Assessment for Known Extranormalities) – С.Т.Е.Й.К. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Отдел оценки угроз и расследований сверхъестественных явлений «СТЕЙК»).

• Передача английского сокращения с помощью приема **эквивалентного соответствия**. При этом способе предполагается наличие сокращения в языке перевода:

(1) A.R.M.O.R. (Altered-Reality Monitoring and Operational Response) – Б.Р.О.Н.Я. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Отдел мониторинга и исследования альтернативных реальностей и оперативного реагирования на чрезвычайные ситуации «БРОНЯ»);

(2) F.E.A.S.T. (Food, Emergency Aid, Shelter and Training) – П.И.Р. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Служба помощи нуждающимся «ПИР» (еда, экстренная социальная помощь, жилье, профессиональное обучение и дополнительное образование));

(3) F.R.I.D.A.Y. (Female Replacement Intelligent Digital Assistant Youth) – П.Я.Т.Н.И.Ц.А. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Цифровой помощник с искусственным интеллектом «ПЯТНИЦА»);

(4) P.E.G.A.S.U.S. (Potential Energy Group – Alternate Sources – United States) – П.Е.Г.А.С. (Группа потенциальных источников энергии / Альтернативные источники / США);

(5) S.H.I.E.L.D. (Strategic Homeland Intervention, Enforcement and Logistics Division) – Ш.И.Т. (Стратегическая Интервенционная Тактико-Оперативная Логистическая Служба);

(6) S.T.R.I.K.E. (Special Tactical Reserve for International Key Emergencies) – У.Д.А.Р. (Перевод наш – В.А., Е.З. – Специальный оперативно-тактический резерв для ключевых международных чрезвычайных ситуаций «УДАР»);

(7) *S.W.O.R.D.* (Sentient World Observation and Response Department) – М.Е.Ч. (Департамент Наблюдений и Неотложного Реагирования);

(8) *T.A.H.I.T.I.* (Terrestrialized Alien Host Integrative Tissue I.) – *T.A.H.I.T.I.* (Перевод наш – В.А., Е.З. – Проект по трансплантации тканевых структур от инопланетного индивидуума к человеческому «ТАИТИ»).

Передача английского сокращения (акронима) посредством заимствования в исходном виде:

(9) *EuroM.I.N.D.* (European Monitoring Investigation and Enforcement Division) – (Перевод наш – В.А., Е.З. – Европейский отдел анализа и мониторинга правоприменения «ЕуроМ.И.Н.Д.»).

Наконец, в ходе исследования мы столкнулись с тем, что акроним *B.A.R.F.* и аббревиатуры *AIM* и *TVA* были переведены на русский язык при помощи создания нового сокращения в языке-реципиенте:

(10) *AIM* (Advanced Idea Mechanics) – *АИМ* (Агентство Инновационной Механики);

(11) *B.A.R.F.* (Binarily Augmented Retro-Framing) – *М.О.Р.Г.* (Ментальная Органическая Ретро-Грамма);

(12) *TVA* (Time Variance Authority) – *УВИ* (Управление Временными Изменениями).

Таким образом, как показало исследование, продуктивными способами перевода акронимов в кинопроизведениях студии *Marvel* являются транслитерация/транскрипция и подбор эквивалентного соответствия. Большинство примеров акронимов демонстрирует тенденцию к омонимии. Отметим, что в кинотексте предпочтение отдается именно акронимам, поскольку они благозвучны и воспринимаются на слух лучше, чем аббревиатуры.

Что касается аббревиатур, они, как правило, однозначны, и традиционно переводятся с помощью подбора эквивалента. Однако имеются и другие подходы к их переводу. Проведенный нами анализ аббревиатур показал, что они передаются на русский язык при помощи создания нового сокращения. Данный способ перевода, хоть и менее продуктивен, но представляет собой интересный случай и свидетельствует о гибкости аббревиатур и их способности предопределять нестандартные переводческие стратегии.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка. Москва : Наука, 2012. – 376 с.

2. Гаевская, Е. Х. Перевод терминов и терминологических оборотов // Вопросы методики преподавания иностранных языков. Москва. 2008. – 267 с.

3. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка // Москва : Высшая школа, 1989. – 124 с.

4. Зубова Л.Ю. К вопросу об особенностях и трудностях перевода английских медицинских сокращений // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2005. № 2. С. 121-125.

5. Максимова Т.В. Современные тенденции развития сокращения как способа словообразования в английском языке // Вестник ВолГУ. Серия «Межкультурная коммуникация». 2003. Серия 2. № 3. С. 85-91.

6. Матвеева Н.В. Лексические сокращения в англоязычных текстах интернет-пространства // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Том 7. № 1. С. 116-132.

7. Уарова О. В., Макарова Е. К. Особенности употребления акронимов в английском языке (на примере американской прессы) // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 6 (73). С. 656-659.

Балутина Александра Викторовна, студент, Российский государственный гидрометеорологический университет

Balutina Alexandra Viktorovna, student of Russian State Hydrometeorological University

Варзинова Валентина Витальевна, кандидат филологических наук, доцент, Российский государственный гидрометеорологический университет

Varzinova Valentina Vitalievna, Ph.D. (Philology), Associate Professor, Russian State Hydrometeorological University

КУЛЬТУРНЫЙ КОД ВО ФРАНЦУЗСКИХ, РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ, ВКЛЮЧАЮЩИХ ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ И ДНИ НЕДЕЛИ

CULTURAL CODE IN FRENCH, RUSSIAN AND ENGLISH PHRASEOLOGICAL UNITS THAT INCLUDE NUMERALS AND DAYS OF THE WEEK

Аннотация. Статья посвящена сопоставительному анализу фразеологических единиц (далее – ФЕ) с числовым кодом в русском, французском и английском языках, их лингвистическому и культурологическому анализу. В качестве материала были взяты ФЕ с компонентом дней недели и чисел. При сопоставлении использовались семантический, тематический, структурный и лексический принципы фразеологического анализа. Были выявлены и проанализированы межъязыковые фразеологические варианты, ФЕ с полным совпадением лексической и грамматической структур, фразеологизмы, присутствующие только в одном языке. В анализ также вошли поверья и приметы, связанные с числами и днями недели. Особое внимание уделено культурному коду, заложенному в данных ФЕ.

Abstract. The article is devoted to the comparative analysis of phraseological units (further – PhU), with numeric code in Russian, French and English languages and their linguistic and cultural analysis. The material was taken from phrases with the component of days of the week and numbers. To study PhU semantic, thematic, structural and lexical methods of phraseological analysis were used. Interlingual phraseological variants, phrases with full coincidence of lexical and grammatical structures, phrases present only in one language were identified and analysed. The analysis also includes beliefs and superstitions related to numbers and days of the week. Particular attention is paid to the cultural code embedded in these units.

Ключевые слова: фразеология, фразеологическая единица, сопоставительный аспект, примета; поверье, суеверие, число.

Key words: phraseology, phraseological units, comparative aspect, superstition, belief, superstition, number.

В настоящее время отмечается существенный рост интереса ученых к сопоставительной фразеологии [2, 4, 6, 9]. Современная сопоставительная фразеология уделяет большое внимание изучению лингвокультурологической семантики фразеологизмов. Новизна исследования видится в том, что в ней проводится анализ культурно-языковых особенностей французских, английских и русских ФЕ, основанных на приметах и поверьях. Человечество проходит в своем развитии 3 этапа мышления: мифологическое, религиозное и научное. Кириллова Н. Н. так описывает связь между фразеологией и мышлением, менталитетом этноса: «Фразеология ... произрастает из общественной жизни определенного этноса, следовательно, она содержит в себе характерные черты его менталитета... Стереотипные обороты рассматриваются как устойчивые культурно-языковые штампы» [5]. В связи с преобладанием в современной западной культуре рационалистического мышления, развивается процесс демифологизации, в сознании ев-

ропейцев такие древние пласты культуры, как суеверия, поверья, приметы постепенно уходят из языка, становятся устаревшими или используются только в литературном языке. Однако поверья и суеверия играют важную роль в языковой культуре народа, являясь общенародным достоянием и изобретением, они отражают важнейшие паттерны мышления, поведения, культурное наследие социума, влияют на языковое поведение целого этноса. Рассмотрим некоторые примеры суеверных убеждений французского, русского и английского народов.

Понедельник традиционно связывается в сознании русского человека с неудачей, провалом. «Нельзя начинать новое дело в понедельник, иначе потерпишь крах» – гласит известная русская примета, выражение «понедельник – день тяжелый» также репрезентирует суеверное представление о пагубном влиянии понедельника. Однако в английской и французской культуре понедельник, наоборот, воспринимается как удачный день. «Если к вам придут гости в понедельник, то дом всю неделю будет полон гостей» – так гласит английское поверье. «В понедельник хорошо отправляться в путь. Этот день способствует также прибыли и богатству» – французское поверье [3]. В Северной Ирландии благоприятный день для начала нового дела – именно понедельник. Таким образом, нами выявлено различие в символической оценке понедельника в русской культуре в сравнении с французской и английской.

В русской народной культуре существуют поверья, связанные с воскресным днем: «Если обрезать ногти в воскресенье – счастья и денег не будет», «Нельзя давать деньги в долг в воскресенье – их могут не вернуть», «Чтобы не болеть – не мойтесь по воскресеньям». В Северной Ирландии также существует суеверие, предостерегающее от бритья по воскресеньям, т. к. иначе «зубы будут болеть» [3]. Воскресенье традиционно закреплен в народном сознании как день Господа, день отдыха, день воскресной мессы, день воскресения Христа. В этот день не поощрялось заниматься домашними обязанностями, мирскими делами. Этим объясняется происхождение данных суеверных представлений. Английское поверье говорит о том, что стрижка ногтей в пятницу приносит неудачу. Подобная примета также есть во французском языке – после шести вечера не рекомендуется стричь ногти. Происхождение этого суеверия легко объясняется народным страхом перед темным временем суток, поверьями о сверхъестественных сущностях, «обитателях темноты». Близость, синонимичность приведенных поверий говорят о сходствах между исследуемыми культурами, в то время как различия указывают на уникальность данных культур.

В языке числа являются не только инструментом счета. Федяева Е. В. так описывает влияние чисел на мышление человека и народа: «Являясь архетипом человеческого бессознательного, одним из базовых символов, когнитивных паттернов, присутствующих всему человечеству, образ числа инкорпорирован в сознание человека» [11]. Таким образом, в языковой культуре число заключает в себе символический концепт, несущий архаический образ, закрепленный в народном бессознательном. В современном языке числа служат для формирования выражений, обозначающих время и количество, однако мифологемы, символизм, заложенные в них, продолжают влиять на сознание людей и на формирование фразеологизмов.

Рассмотрим некоторые ФЕ с числовым компонентом.

Число 1 с древних времен и до сих пор передает идею целостности, единства, в некоторых случаях даже бога и космоса [10]. Семантика целостности передается, например, в таких английских ФЕ, как *all in one piece* (все в одном куске) – в целостности и сохранности, *all-in-one // all rolled up in/into one* (все в одном/ все свернуто в одно целое) – в одном лице; всё вместе; в одном флаконе. Известная русская пословица «один в поле не воин» имеет фразеологические варианты как в английском, так и во французском: *the voice of one man is the voice of no one* (голос одного человека – это голос нико-

го), *one man - no man* (один человек - не человек), *one swallow doesn't make a summer* (одна ласточка не делает лета), *homme seul est viande à loup* (человек сам по себе - волчье мясо), *une hirondelle ne fait pas le printemps* (один глоток не делает весну). В русском языке существует тенденция образования ФЕ с компонентом числа 1 по схеме бинарного противопоставления "один – сто": *Один дурак скажет – сто мудрецов не разберут, трус умирает сто раз, а герой – один раз, за одного храбреца сто трусов отдать можно, верный друг лучше сотни слуг*, а также по схеме противопоставления "один – тысяча": *тысяча ударов портного – один удар кузнеца, чем знать только одного, лучше быть знакомым с тысячей, чем тысячу слов, лучше одно, но верное*. В английском и французском языках ФЕ, построенные по данной схеме, не найдены. Данные примеры указывают на сходство восприятия числа 1 и его семантики в данных языковых культурах, однако также показывают отсутствие укоренившейся бинарной оппозиции "один – сто", "один – тысяча" во французском и английском языках.

Число 2 традиционно лежит в основе бинарных противопоставлений, в этом числе заложена как тема парности, связи, схожести, с одной стороны, так и противоположности, полярности, диаметральности, с другой [10]. В языковой культуре число 2 наделено несколькими коннотациями. Оно служит для выражения значения «мало, немного», которое находит свое выражение в таких ФЕ, как *deux coups de cuillère à pot* (два удара ложкой) – в два счета, мигом, *in two shakes* (в два удара) / *deux coups les gros* (два больших удара) – сразу; запросто, *dire {или toucher} deux mots* (сказать или тронуть два слова) – в двух словах, *word or two* (слово или пара слов) – перекинуться словечком, сказать несколько слов, *à deux pas d'ici* – в двух шагах отсюда. Также лексема «deuxième» («второй») во французской языковой культуре несет за собой коннотацию «нового», например, в таких ФЕ, как *deuxième édition* (второе издание) – повторение, новый вариант, новое издание, *deuxième service!* (вторая услуга) – еще раз! по-новому!, *deuxième souffle* – второе дыхание. Семантика противопоставления проявляется во всех трех рассматриваемых языках, например, в межъязыковых фразеологических соответствиях с русским ФЕ "два медведя в одной берлоге не улягутся": *deux hommes de deux métiers ne s'entendent jamais* (люди разных профессий никогда не поладят), *deux moineaux sur un épi ne sont pas longtemps amis* (две кошки в одном мешке дружбы не заведут), *deux patrons font chavirer la barque* (два капитана могут опрокинуть лодку), *two dogs over one bone seldom agree* (две собаки редко договариваются об одной косточке), *deux chiens ne s'accordent point à un os* (две собаки не могут договориться о косточке). Встречается большое количество ФЕ, построенных на противопоставлении «два-один» или «два-ноль», например: *bird in the hand is worth two in the bush* (птица в руке стоит двух в кустах) – лучше синица в руке, чем журавль в небе, *if you run after two hares, you will catch neither* (если побежишь за двумя зайцами, то не поймешь ни одного) – за двумя зайцами погонишься, ни одного не поймешь, *deux yeux valent mieux qu'un* (два глаза лучше, чем один) – одна голова хорошо, а две лучше. Таким образом, наличие такого количества межъязыковых синонимов говорит о близости репрезентации числа 2 в данных языках.

Число 3 считается числом Творца, Вселенной, совершенства и гармонии. Пифагор описывал тройку как символом гармонии и законченности, по причине того, что число 3 содержит начало, середину и конец [10]. Тройка наделена особенным смыслом в христианской культуре, где она представляет Троицу, три лица Бога. Эта коннотация выражается во французском и русском ФЕ "toutes les bonnes choses sont au nombre de trois" (все хорошее – в количестве трех штук) – бог любит троицу. В английском языке наличие фразеологического варианта данных ФЕ не найдено. В основе французского ФЕ *élever jusqu'au troisième ciel* (поднимать до третьего неба) – превозносить до небес лежит образ одного из небес рая – Третьего Неба, описанного в «Божественной коме-

дии» Данте как Небо Венеры. В русском и английском языках этот фразеологизм имеет немного другую форму – «третье» небо изменено на «седьмое», то есть на последнее небо рая: *на седьмом небе от счастья, in the seventh heaven*. Значение «мало, незначительно» число 3 проявляет в нескольких французских и английских фразеологизмах: *trois francs six sous* (три франка шесть су) – жалкие гроши; *il n'y avait que trois pelés et un tondu* (было только три очищенных и один обрезанный) – там было всего никого, да и те не бог весть какие шишки, *play third fiddle* (играть третью скрипку) – играть незначительную роль. В русском же языке, наоборот, числовой компонент тройки несет семантику неопределенного количества «много»: *в три погибели, в три ручья, за три моря, тридевятое/ тридесятое царство* и др. Эти различия во фразеологических системах языков говорят о своеобразии семантики числа 3 в рассматриваемых культурах.

Число 4 является символом статики, целостности, пространства, поэтому число 4 часто используется в мифах о сотворении вселенной и представляет собой суть пространства [10]: 4 стороны света / *quatre points de l'horizon / four corners of the world/earth*, 4 главных направления, 4 времени года, 4 элемента. Во французском и английском языках число 4 имеет коннотацию «много, сильно»: *manger comme quatre* (есть как четверо) – есть за семерых; *faire le diable à quatre* (сделать дьявола на четыре) – производить адский шум, *fire/hit on all four* (стрелять/ бить на все четыре) – на полную катушку, *se mettre [se couper] en quatre* (поставить себя [разрезать себя] на четыре части) – из кожи лезть, расшибаться в лепёшку. В русском языке семантика "много, сильно" скорее характерна для числа 3 (примеры приведены выше), а также для числа 7: *семь раз отмерь – один раз отрежь, семь дел в одни руки не берут, сам не дерусь, а семерых не боюсь, семь бед – один ответ, за семь вёрст киселя хлебать, к милому семь вёрст – не крюк* и др.

Число 7 издавна наделено очень глубокой символикой, наряду с тройкой оно является мистическим образом во многих религиях [10]. Согласно Священному Писанию, 7 – совершенное число. Образ семерки постоянно встречается в европейской и даже азиатской культуре: семь небес рая, семь дней недели, Бог создал мир за семь дней, семь цветов радуги, семь нот, семь чудес света (*seven wonders of the world, les sept Merveilles*), семь смертных грехов (*les sept péchés capitaux, seven deadly sins*). Однако семантика и частотность употребления числа 7 в качестве фразеосемы в рассматриваемых языках разительно отличается. В русской языковой культуре оно сохранило свой символический концепт (как указывалось выше). В английской ФЕ с компонентом семерки крайне малочисленны и в большинстве своем относятся к устойчивым словосочетаниям, не несущим в себе образной семантики: *Seven seas* – Мировой океан, *Seven Sisters* – Плеяды, *Seven Stars* – Большая Медведица и др. Однако, во французской культуре коннотации числа 7 более символичны, чем в английском, и близки к русским. Хотя семантика множества, большого количества, характерная для русских ФЕ с фразеосемой "семь", отсутствует во французском языке, мы находим ФЕ "tourner sept fois sa langue dans sa bouche avant de parler" (семь раз повернуть язык во рту, прежде чем говорить), который является межъязыковым вариантом известной русской пословицы "семь раз отмерь – один раз отрежь". Таким образом, наибольшую мифологическую семантику число 7 сохранило в русской культуре, в английской и французской культурах же оно демифологизировалось.

Однако архаическая, символическая значимость семерки (как и других чисел) все еще сохранилась в фольклоре, а конкретнее в народных сказках, которые в записанной форме не подвержены изменениям. Русские сказки: «Волк и семеро козлят», «Семь Симеонов», «Дочь-семилетка» [1]. Французские сказки: 7 фей в "Спящей красавице" ("La Belle au Bois dormant") Шарля Перро, семеро сыновей дровосека, семимильные сапоги в сказке "Мальчик-с-Пальчик" ("Le petit Poucet ") [12]. Английские сказки: семь миль, семь лет, семь яиц в сказке "Nix nought nothing" («Ничего-Ничего-Ничего»),

7 сыновей в сказке "Earl Mar's daughter" («Дочь графа Мара»), семь коров в сказке "The laidy worm of spindleston heugh" («Уродливый Змей из Спидлстон Хьюф») [13]. При анализе сказок было выявлено, что число 7 употребляется в английских сказках намного реже, чем в русских или французских.

Таким образом, в данной работе проведено исследование устойчивых суеверных представлений и фразеологических единиц, связанных числовым компонентом, а также с компонентом дней недели. Выявлены некоторые сходства, различия и уникальные особенности в языковых культурах рассматриваемых этносов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасьев, А. Н. Народные русские сказки А. Н. Афанасьева : в 5 томах / [сост. А. Буслаев]. Москва : Терра-Кн. клуб. 2008. Т. 3. – 302 с.
2. Варзинова, В. В. Тематическая группа «Холодное оружие» во фразеологии французского, английского и русского языков // Проблемы идиоэтнической фразеологии: доклады международного семинара. СПб. : Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. С. 11-15.
3. Многоязычный словарь суеверий и примет [сост.: В. Виноградова и др.]. Москва : Флинта ; Рим : Итало-славянская культурная ассоц., 2013. - 381 с.
4. Гак, В. Г. Сравнительная типология французского и русского языков : (Учеб. пособие для фак. и ин-тов иностр. яз.). Ленинград : Просвещение. Ленингр. отд-ние, 1977. - 300 с.
5. Кириллова, Н. Н. Фразеология романских языков : этнолингвистический аспект; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена // Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. Ч. 1: Природа и космос. 2003. - 319 с.
6. Махмудов, У. Р. О сопоставительной фразеологии // Молодой ученый. 2015. № 8 (88). С. 1141-1144.
7. Наговицын, А. Е. Древние цивилизации: общая теория мифа. М. : Акад. Проект, 2005 (Киров : ОАО Дом печати - Вятка). - 651 с.
8. Назарян А.Г. Фразеология современного французского языка. Москва : Высш. шк. 1987. - 287 с.
9. Осипова А.А. Семантика и символика лексем со значением числа в русской, английской и французской языковых картинах мира: автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.20. Москва, 2008. - 22 с.
10. Топоров В.Н. «Числа» // Мифы народов мира: Энциклопедия. М. 1980. Т. 2. С. 629-631.
11. Федяева, Е. В. Роль числового символизма в интерпретации свойств и отношений действительности // Научный диалог. 2017. № 5. С. 126-138.
12. Charles Perrault Contes de ma mère l'Oye. La Bibliothèque électronique du Québec/ Collection «À tous les vents» Volume 61 : version 1.02 Joseph Jacobs. 1968. – 135 p. URL: <https://beq.ebooksgratuits.com/vents/Perrault-contes.pdf> (дата обращения: 21.09.2022).
13. English Fairy Tales Collected by Joseph Jacobs / The Pennsylvania State University, A Penn State Electronic Classics Series Publication. 2005. – 169 p. URL: <https://andonovicmilica.files.wordpress.com/2018/10/english-fairy-tales.pdf> (дата обращения: 21.09.2022).

Барсукова Елена Дмитриевна, студент, Оренбургский государственный университет,
Barsukova Elena Dmitrievna, student, Orenburg State University

Хрущева Оксана Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет

Khrushcheva Oksana Aleksandrovna, candidate of Philological sciences, docent, associate professor at the department of English philology and English teaching methodology, Orenburg State University

ТЕРМИНОЛОГИЯ: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ И ПЕРЕВОДА

TERMINOLOGY: THE PROBLEM OF DEFINITION AND TRANSLATION

Аннотация. В данной статье проводится исследование особенностей терминологии, а также способов её перевода. Представлены различные определения понятия «термин». Обозначается явление синонимии терминов, и проводится различие между этим понятием и понятием «дуплетности». В конце статьи приводятся способы перевода терминов.

Abstract. This article explores the characteristics of terminology and the way of its translation. Different definitions of «term» are presented. The phenomenon of synonymy of terms is pointed out and the distinction between this concept and the concept of "duplicity" is made. At the end of the article, we describe how to translate the terms.

Ключевые слова: термины, дублетность, способы перевода терминов.

Key words: terms, duplicity, ways of translating terms.

Специалистам сегодня критически необходимо владение иностранными языками для осуществления своей работы. Это осложняется тем, что язык общения работников технической сферы специфичен из-за большого количества терминов. В данной статье будут рассмотрены такие аспекты как: специфика понятия «термин», а также понятия, которые употребляются в связи с ним, синонимия терминов, а также описаны способы перевода терминов.

Следует начать с рассмотрения определения слова «термин», к которому мы будем апеллировать в данной работе. Согласно толковому словарю Д.Н. Ушакова, слово «термин» имеет несколько значений: «ТЕРМИН, термина, муж. (лат. terminus – предел, граница). 1. В формальной логике – понятие, выраженное словом (филос.). Три термина силлогизма. 2. Слово, являющееся названием строго определенного понятия [1, 1935-1940: 276]». В рамках нашего исследования мы оперируем вторым значением этого понятия.

К.Я. Авербух в своём исследовании «Общая теория термина» рассматривает различные дефиниции «термина» и при этом выдвигает теорию о возникновении в языке новых терминов: «Появляется некий научный феномен, обозначают его определённым знаком (словом или словосочетанием), в дальнейшем феномен осмысливается в системе как явление, и тогда знак, служивший обозначением феномена, начинает обозначать понятие, т.е. становится научным термином» [3: 63-64].

Также необходимо рассмотреть понятие, которое широко обсуждается в научном дискурсе – синонимия терминов. Часто можно столкнуться с ситуацией: один и тот же термин встречается в разных научных или практических сферах. Следует отметить, что есть учёные, которые предпочитают говорить о дублетах терминов, а не об их синонимах. К.Я. Авербух говорит о дублетах таким образом: «При изучении сферы функционирования терминологии потребовалось введение нового понятия – дуплетности (абсолютной синонимии) для описания различающихся знаков, выражающих идентич-

ные понятия». Также этот исследователь противопоставляет дуплетность синонимии: «Понятие дуплетности применяется для обозначения терминов, имеющих идентичные значения, в противовес понятию синонимии, которое в традиционной лингвистике обычно связывается с наличием сходных значений у сопоставляемых лексических единиц» [3: 79-81]. Таким образом, встречающиеся в различных сферах термины необходимо обозначать как «термины-дуплеты», чтобы подчеркнуть, что они используются в идентичном значении.

Обозначив понятие «термин» и рассмотрев понятие «дуплетности», следует определить специфику перевода терминов. Поскольку термин является ёмким обозначением уникального предмета или явления, существуют трудности в его переводе.

Исследователь Анисимова А.Г. утверждает: «В западном научном сообществе существуют четыре метода перевода терминов, которым присущи специфические характеристики соответствующего иностранного языка: использование функционального эквивалента, свойственного культурным и языковым традициям страны (cultural / functional equivalent), буквальный перевод каждого слова (translating word by word), заимствование оригинального термина языка-источника (transcribing), создание неологизмов (neologising)» [4: 11].

Отечественные учёные, например, В.Н. Комиссаров [5: 148], выделяют следующие лексические трансформации, которые можно применить при переводе терминов: транскрипция и транслитерация слова, калькирование, подбор семантического эквивалента или функционального аналога, экспликация, сочетание нескольких приемов перевода; исследователь Е.А. Мисуно выделяет также полное копирование англоязычного словосочетания [6: 146].

Рассмотрим приемы перевода на примерах, извлеченных методом сплошной выборки из деловых переписок сотрудников авиационной логистики.

Для начала стоит отметить, что в данной сфере широко распространены аббревиатуры. Они используются для экономии времени и сокращения объёма письма. В частности, аббревиатуру, довольно часто встречающуюся в деловой переписке: «AWB – Air Waybill», можно увидеть в данном контексте: «AWB for domestic flight is attached». Перевести данный термин можно как «грузовая авианакладная»; сокращений в русском языке не найдено. Грузовая авианакладная или чаще просто авианакладная это – «документ, подтверждающий наличие договора между грузоотправителем и перевозчиком о перевозке грузов по авиалиниям перевозчика» [7]. В данном случае способ перевода: подбор функционального аналога.

Каждая накладная имеет индивидуальный номер, по которому её маршрут можно отследить на сайте авиакомпании. В данной сфере распространена аббревиатура «ETA – Estimated Time of Arrival». На русский данный термин переводят как: «ожидаемое время прибытия». Это указание можно найти, например, в таком контексте: «Your freight was booked on flight TK 2506, ETA is 20 Oct, 18.00». То есть он употребляется для обозначения времени прибытия груза. Способ перевода – калькирование.

Также существует термин «ETD – Estimated Time of Departure». При переводе используют формулировку «ожидаемое время отправления», и способом перевода будет также являться калькирование.

Для скорости и удобства в логистике используются внутренние аббревиатуры. Одним из них является «CNEE – consignee». Его можно встретить в следующем контексте: «Please have the shipper contact the CNEE directly as stated in terms and conditions». При переводе на русский язык используют термин «получатель груза», аналогичная аббревиатура на русском языке не найдена. Данный случай следует рассматривать как прямой перевод.

Ещё одной внутренней аббревиатурой можно считать «FF – freight forwarder». Данный термин можно встретить в следующем контексте: «Our FF is CTI. Please let us

know when the package is ready for pick up and I'll notify then». Данную фразу на русский язык переводят как «перевозчик» или «экспедиторская компания». Под данным термином понимает конкретный тип перевозчиков, который осуществляет подбор, таможенное оформление и доставку груза. Способом перевода в данном случае является подбор функционального аналога.

Каждая авиационная запчасть сопровождается сертификатом соответствия. Легитимным являются 4 типа сертификата: *EASA form 1* (European Aviation Safety Agency – Europe), *FAA 8130* (Federal Aviation Administration – US), *COC* (Certificate of Conformity), *ATA 106* (American Transport Association). Первый термин на русский язык переводят как «Европейское агентство по авиационной безопасности» или же *ЕААБ*; второй термин – «Федеральное управление гражданской авиации» или *ФАА*; третий – «Сертификат Соответствия», часто встречается в руководстве по эксплуатации компании Боинг, аббревиатура не отличается от английской – *COC*; четвёртый – «Ассоциация воздушного транспорта Америки», аббревиатура не найдена. В качестве метода перевода во всех случаях используется калькирование.

Также в письмах можно встретить следующую аббревиатуру: «NIS – Non Incident Statement», она встречается, например, в таком контексте: «Please, provide with core unit US/tag and NIS for our records.» Данный термин можно перевести как «заявление о не вовлеченности данной запчасти в авиационные инциденты и происшествия»; сокращений в русском языке не найдено. Подобного рода документ выдаётся на снятую запчасть, которая поступает в ремонт как свидетельство, что запчасть не участвовала в авиационных происшествиях и катастрофах. В случае этого термина наблюдается сочетание нескольких приёмов перевода – экспликации и калькирования.

Этот же термин можно встретить в другом контексте: «The below brake unit is NIS at our store 102», в данном случае эту аббревиатуру следует расшифровывать как «Not-In-Stock». Аналогичной аббревиатуры в русском языке не найдено, в качестве перевода можно привести: «нет в наличии». Данный термин используют, чтобы обозначить отсутствие товара на складе. Способ перевода в данном случае – калькирование.

В указанном выше предложении есть ещё одна аббревиатура – «US/tag – unserviceable/tag». Данный термин переводится как «ярлык о непригодности»; соответствий в русском языке не найдено. Этот ярлык вешается на запчасть, чтобы обозначить, что она больше не годится для использования, чаще всего этот ярлык вешается на уже снятые с самолёта неисправные запчасти». Данный термин переводится на русский язык с помощью калькирования.

Также в этом предложении встречается технический термин «core unit», который на русский язык можно передать как: «подменный агрегат». Термин используется для обозначения, вышедшего из строя агрегата, который снимают с самолёта, устанавливая вместо него работающий. Снятый агрегат отправляют поставщику для ремонта. В качестве метода перевода в данном случае выступает подбор функционального аналога.

В текстах писем встречаются и другие технические термины: «Please find the attached Service Quotations for Brake Assemblies PN 2612312-1». Термин «Brake Assemblies» можно перевести как «тормоз в сборке». Это означает, что данная запасная часть полностью укомплектована и готова к эксплуатации. Здесь применяется метод калькирования.

Интересной чертой данной сферы является наличие экономических терминов, поскольку в обязанности логистов входит установление цены, приемлемой для обеих сторон. В примере, приведённом выше, встречается термин «Service Quotations», который переводится как «предложенная цена на обслуживание». В документе этого вида обговариваются детали поставок и обслуживание запасных частей для самолётов. Для данного термина применяется метод подбора функционального аналога.

В связи с вышеобозначенными обязанностями логиста можно рассмотреть также следующий термин: «GTA – General Terms Agreement». Данную аббревиатуру можно встретить, например, вот в таком предложении: «iaw GTA we arrange repair and shipment». На русский язык её можно перевести как «договор». Данный тип договора заключается не для каждой сделки, чтобы обозначить общие намерения компаний. В нём обговаривается юридическая часть взаимоотношений.

Экономические термины могут встречаться и в контексте нестандартных ситуаций, как например: «We regret to inform you, that freight was shipped to incorrect destination. We apologize for the inconvenience caused, your, so we deliver it to Moscow FOC». В данном предложении мы встречаем аббревиатуру «FOC – Free of charge». На русский язык её можно перевести как: «бесплатно». Данный термин встречается, например, в ситуации, описанной в предложении: груз был ошибочно отправлен в аэропорт другого города. В качестве извинений перевозчик предлагает отправить за свой счёт в правильный пункт назначения. Также этот термин может употребляться при отзыве поставщиком своих изделий ввиду обнаружения брака. Клиенту новые изделия поставляются бесплатно. В данном случае применяется подбор функционального аналога для перевода.

Таким образом, в данной работе были рассмотрены различные определения понятий «термин», была проведена разница между «терминами-синонимами» и «терминами-дуплетами» и рассмотрены способы перевода терминов, выделенные отечественными и зарубежными учёными, а также приведены примеры из переписок работников логистики. На основании примеров сделан следующий вывод: существует множество способов перевода терминов, выделяемых учёными разных стран. Однако, по нашему мнению, наиболее частотным является метод подбора функционального аналога, поскольку в русском языке существует достаточно терминов в сфере авиационной логистики, и для более полного понимания между специалистами необходимо использовать уже существующие термины.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка. В 4 т. Т. 4 / Под ред. Д. Н. Ушакова. М. : Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935-1940. – 345 с.
2. Большой энциклопедический словарь. URL: <https://www.vedu.ru/bigen/cdic/62365/> (дата обращения: 21.09.2022).
3. Авербух, К. Я. Общая теория термина. М. : Издательство МГОУ, 2006. – 252 с.
4. Анисимова, А. Г. Методология перевода англоязычных терминов гуманитарных и общественно-политических наук: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 20.01.09. М. : Изд-во МГУ, 2010.
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для интов и фак. иностр. Яз. М. : Высш. шк. 1990. – 253 с.
6. Мисуно, Е. А. Письменный перевод специальных текстов: учебное пособие. М. : ФЛИНТА : Наука. 2013. – 256 с.
7. Словарь основных таможенных понятий, терминов ВЭД, логистики и сопутствующих областей. URL: <https://www.alta.ru/information/glossarium/> (дата обращения: 10.10.2022).

Бойматов Мухаммад Валиджонович, студент 1 курса, Комсомольский-на-Амуре государственный университет.

Boymatov Muhammad Validzhonovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University
Шимко Анастасия Геннадьевна, преподаватель кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет.

Shimko Anastasia Gennadievna, Teacher of Linguistics and International Communication Department, Komsomolsk-na-Amure State University

ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ, РАЗВИТИЯ И СТРУКТУРА КИТАЙСКИХ ИЕРОГЛИФОВ

THE HISTORY OF THE ORIGIN, DEVELOPMENT AND STRUCTURE OF CHINESE CHARACTERS

Аннотация. Основной целью данной работы является исследование истоков происхождения и этапов развития китайских иероглифов, а также разбор структуры китайских иероглифов. Среди этапов развития иероглифов выделяют самые основные: Цзягувэнь, Цзиньвэнь, Сяочжуань, Лишу и Кайшу. Каждый из этих этапов имеет свою характерную особенность. Данная работа также раскрывает структуру китайских иероглифов и рассматривает такие понятия как иероглиф, черты, графемы, радикалы и фонетики.

Abstract. The main purpose of the work is to study the origin and stages in the development of Chinese characters as well as to analyze the structure of Chinese characters. The principal stages in the development are the following ones: Jiaguwen, Jinwen, Xiaozhuan, Lishu, Kaishu. Each of these stages has its own specific features. This work also reveals the structure of Chinese characters and reviews such concepts as character, traits, graphemes, radicals and phonetic graphemes.

Ключевые слова: иероглифы, Китайский язык, развитие иероглифов, структура языка.

Key words: hieroglyphs, Chinese language, development of hieroglyphs, language structure.

Китайский язык является одним из самых древних из ныне существующих языков. Также он обладает самой древней письменностью из применяемых в настоящее время. Каждый иероглиф имеет сходство с рисунком, который таит в себе мудрость и культуру народа, населяющего поднебесную.

Цель работы – исследовать историю происхождения, развития и структуру китайских иероглифов.

Существует множество легенд, рассказывающих нам о истории происхождения. Одна легенда гласит, что Фуси, первопредок китайского народа и первый император Поднебесной, изобрёл триграммы (символы, которые использовались в древнекитайской гадательной практике), от которых позднее произошли иероглифы. По версии другой легенде Цан Цзе, придворный историограф мифического императора Хуан-ди, изобрел иероглифы, наблюдая за зверями и птицами и рассматривая их следы на снегу.

Самым ранним из сохранившихся систематизированных начертаний китайских иероглифов является письменность **Цзягувэнь** (甲骨文). Первые иероглифы к нам пришли из 16-11 веков до н. э. Их вырезали на черепашьих панцирях и костях крупных животных, таких как быки и олени, а также черепашьих панцирях. В наши дни они носят название Цзягувэнь, или «письмена на черепашьих панцирях и костях». Это были гадательные тексты, в которых люди задавали вопрос о том, какая будет погода, родится ли у правителя наследник в текущем году, одержат ли они победу или потерпят поражение в войне с соседним племенем. Результаты гадания они вырезали на костях жи-

вотных или на панцирях черепах. Вместе с самим вопросом и ответом на него, на костях и панцирях также было принято писать имя гадателя, дату, когда проводилось гадание, а также результат гадания. Эти древние письмена были открыты случайно в 1899 г. ученым Ван Ижун на территории современной провинции Хэнань. С этих пор началось исследование и изучение истории развития китайской письменности.

Вторым этапом в развитии китайской письменности стал этап под названием Цзиньвэнь (金文). Цзиньвэнь – надписи, которые отливались на бронзовых изделиях, поэтому этот этап получил такое название. Эта письменность относится к таким эпохам как Шан и Чжоу (1600-256 гг. до н.э.). Письменность Цзиньвэнь мы можем встретить на различных предметах, таких как кухонная утварь, посуда, сосуды для вина и воды, музыкальные инструменты и оружие. Характерным признаком Цзиньвэнь было то, что черты иероглифов широкие, и надписи в большинстве случаев изображали фамилии и имена предков. Кроме того, Цзиньвэнь по сравнению с цзягувэнями больше приближен к стандартизации, иероглифы выглядят более аккуратными, появляется большая симметрия черт.

К третьему этапу развития иероглифов относят этап Сяочжуань (小篆), что в переводе означает малый устав. Другие его названия - это «проволочное письмо» и «металлическая нить». Это унифицированный стиль, который был принят при династии Цинь. В 221 г. до н.э. великий император Цинь Шихуан объединил царства Ци, Чу, Янь, Хань, Чжао и ввел единую для всех письменность. Это письменность, главным образом, была нужна для чиновников и подходила не только для резьбы, но и для письма. Характерной особенностью этого стиля являлось то, что в этом письме преобладали овалы и ровные симметричные формы, черты в нем были закругленные. Цзягувэнь, цзиньвэнь, сяочжуань носят общее название гувэнь (古文 древние письмена). Современным людям, не обладающим специальными знаниями, сложно прочесть эти иероглифы.

Одновременно с малым уставом появляется стиль Лишу (隶书). Сам иероглиф 隶 означает слуг, которые были вынуждены трудиться, переписывая официальные документы административных органов. Для того чтобы увеличить скорость письма, они изменяли форму штрихов и строение иероглифов. Стиль Лишу стал очень важным этапом в развитии китайской письменности. Иероглифы приобрели прямоугольные очертания, появился строгий порядок начертания черт и стала исчезать пиктографичность письма.

К заключительному этапу развития китайской письменности относят Кайшу (楷书). Иероглиф означает «стандарт, эталон». В стили Кайшу, в отличие от Лишу, форма иероглифов утрачивает овальные очертания становится полностью квадратной. После появления стиля Кайшу, в Китае появляется общая стандартизация письма, которая сохраняется по сей день. Типографские и компьютерные шрифты в наши дни используют иероглифы этого стиля. Стандартность, строгий порядок черт, четкие черты в каждом элементе иероглифа являются характерными признаками Кайшу.

Как можно видеть, китайская письменность пришла из глубокой древности и прошла несколько значимых этапов в своем развитии: Дзягувэнь, Цзиньвэнь, Сяочжуань, Лишу и Кайшу.

Одним из значимых моментов в истории развития китайской письменности является проведение реформы по упрощению написания и сокращению количества черт иероглифов. До середины XX века люди сталкивались с такими трудностями, как создание клише для печати, написание и запоминание самих иероглифов, так как количество самих иероглифов, черт и разнописей стало слишком велико. По этой причине среди общего населения было много безграмотных людей. Процесс упрощения иероглифов включал в себя сокращение количества самих иероглифов, а также сокращения

числа черт в них. После реформы современные иероглифы стали называться Цзяньтицзы (简体字), а иероглифы старого написания носят название Фаньтицзы (繁体字). Главной отправной точкой в процессе создания современной упрощенной письменности стала работа ученых Цзянь Сюаньтуна и Ли Цзиньси в начале XX века. В 1950-х гг., после образования КНР был специально открыт Комитет по исследованию и реформированию китайской письменности. Ключевым пунктом работы этого комитета стало упрощение иероглифов. В 1964 г. Госсовет КНР обнародовал «Сводную таблицу упрощенных иероглифов». Нужно отметить, что упрощение иероглифов сделали жизнь людей, образование и работу в Китае намного удобнее и проще. Хотя в настоящее время на территории Китая используется иероглифический стандарт иероглифов упрощенного написания, традиционные иероглифы старого написания до сих пор используются в Гонконге, Макао и на Тайване.

В современном китайском языке существует несколько десятков тысяч иероглифов; ученые-лингвисты до сих пор не знают их точного количества. Учитывая принцип их образования и написания, то иероглифов может быть бесконечное множество. Однако из этого количества используется 5-8 тыс. и 3 тыс. необходимы для общения в повседневной жизни.

Иероглиф – это знак иероглифической письменности, обозначающий слово, понятие или слог. Сам иероглиф имеет четкую и последовательную структуру написания. Иероглифы состоят из более простых элементов – **черт**. Общее их количество 24. В китайском языке выделяют несколько видов черт: простые черты; черты с крючком; ломаные черты; ломаные черты с крючком.

Наиболее устойчивые сочетания черт образуют **графемы**. **Ключевая графема** (радикал) – это главная графема, которая служит тематическим классификатором иероглифов, указывает на область его применения. При помощи ключей мы можем отыскать иероглиф в словаре. **Фонетик** – это графема, имеющая произношение, но не несущая в себе смыслового значения. Фонетик указывает на произношение всего иероглифа, но не указывает на тон.

Понимание истории развития и структуры иероглифов делает процесс изучения китайского языка более эффективным и увлекательным. Кроме того, знания о китайской письменности дают нам более глубокое понимание культуры, быта, истории и менталитета китайского народа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Основы китайского языка // Брифли. URL: https://briefly.ru/pushkin/evgeny_onegin/ (дата обращения 09.11.2022).

2 Китайский язык / сост. Герасьева Е.Б. Комсомольск-на-Амуре : КНАГУ, URL: https://knastu.ru/media/files/page_files/page_1425/SBORNIK_2021.pdf (дата обращения 09.11.2022).

3 Арсеньев И.Т. Лингвистика в современном мире. Екатеринбург : Книга, 2014. 198 с.

4 Юдин Е. Я. Начальный уровень китайского языка. Хабаровск : Учебник, 2008. 278 с.

5 Ши Динго, Ло Вэйдун Мудрость китайских иероглифов. Москва : Шанс, 2022. – 215 с.

Бондаренко Олеся Николаевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Bondarenko Olesya Nikolaevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Товбаз Елена Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Tovbaz Elena Gennadievna, Candidate of Psychology, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ПОСТРОЕНИЕ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ЛИЧНОСТИ В СУБЪЕКТИВНОМ СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

CONSTRUCTION OF A COMMUNICATIVE-SPEECH PORTRAIT OF A PERSON IN THE SUBJECTIVE SEMANTIC SPACE

Аннотация. Данная публикация посвящена проблематике описания характеристик коммуникативной личности с точки зрения прикладного значения. Целью статьи является обоснование необходимости понимания целостности и вариативности коммуникативно-речевого взаимодействия для достижения нужного коммуникативного результата. В статье приводится алгоритм создания коммуникативно-речевого портрета в связи с определённой коммуникативной ситуацией с опорой на опыт субъекта.

Abstract. This publication is devoted to the problems of describing the characteristics of a communicative personality from the point of view of applied meaning. The purpose of the article is to substantiate the need to understand the integrity and variability of communicative-speech interaction in order to achieve the desired communicative result. The article provides an algorithm for creating a communicative speech portrait in connection with a certain communicative situation based on the experience of the subject.

Ключевые слова: коммуникативный портрет, речевой концепт, семантическое пространство, прикладная коммуникация, психолингвистика, концептосфера, когниции.

Key words: communicative portrait, speech concept, semantic space, applied communication, psycholinguistics, concept sphere, cognitions.

С точки зрения прикладной коммуникации любой процесс передачи информации с помощью языковых средств происходит не сам по себе, а при наличии коммуникативной ситуации. Как правило, это речевое взаимодействие (общение) – реальное или виртуальное. В свою очередь, речевое общение предусматривает определённое семантическое пространство.

Семантическое пространство рассматривают, как разновидность информационного пространства, либо как тождественное ему [10]. В каком-то смысле, с практической точки зрения, это верно.

«Семантическое пространство – термин, используемый метафорически для обозначения мысленного представления значения слова в теориях семантической памяти, где разрабатываются своего рода пространственные модели мнемических форм» [8].

В современной психолингвистике семантическое пространство языка идентично понятию *языковая картина мира*, а описание семантического пространства языка представляет собой отображение её концептуального разнообразия [2].

Постижение лингвистической картины мира в языковедческом смысле, то есть описание языка как системы, в сочетании с комплексной интерпретацией полученных результатов для выявления, обозначенных языком когниций (когнитивных структур сознания), описание языковой картины мира выходит за пределы сугубо лингвистического исследования и становится частью психологического, в том числе и прикладном аспекте коммуникации. Таким образом, в когнитивной психологии лингвистические

структуры используются для создания концептуальной картины мира. В этом случае, слова-понятия служат средством доступа к единой информационной базе человека – концептосфере и способом выявления когнитивных структур носителя языка [1; 2].

Исходя из вышесказанного, концепт, в свою очередь, трактуется как «содержание понятия», смысловая наполненность которого состоит в отвлечении от конкретно-языковой формы его выражения. «Концепт представляет собой единицу речевого высказывания, логически смысловую компонент его семантической структуры; характеризует акт понимания и его результат» [3].

В этой связи, познавательная деятельность человека (когниция) развивает умение ориентироваться в мире, то есть сопряжена с необходимостью отождествлять и различать объекты, а концепты обеспечивают операции такого рода [3; 6].

С одной стороны, концепт представляет собой единицу когнитивной семантики, а с другой, является посредником между словами и действительностью, то есть не возникает непосредственно из значения слова, а является результатом столкновения значения слова с личным и коммуникативным опытом человека в проекции (рисунок 1) [3; 6; 9].



Рисунок 1 – Построение лингвистической картины мира

Таким образом, изучение системных связей в языке, а также исследование его психологического семантического пространства – это моделирование опосредованной языковой картины мира. Практическая интерпретация результатов создания языковой картины мира характеризует особенности познавательной сферы коммуникативного субъекта [10].

«Субъективное семантическое пространство (от лат. *subjectum* – подлежащее и греч. *semantikos* – обозначающий) – система категорий индивидуального сознания, при помощи которых происходит оценка и классификация различных объектов, понятий» [5]. Размещение в семантическом пространстве множества значений позволяет их анализировать и сравнивать в соответствии с концептами, представленными в сознании и самосознании коммуникативной личности [5;10].

Следовательно, при реализации психолингвистического подхода мы рассматриваем комплекс черт при возможности их интерпретации на основе речевого поведения как результат самонаблюдения и наблюдения одновременно. Наблюдатель в данном случае выступает и как объект, и как субъект внутри и снаружи коммуникативной ситуации, как реальной, так и гипотетической. Происходит совмещение процессов социальной перцепции с отображением в сознании воспринимающего когнитивно-концептуальных образов при переносе в субъективное семантическое пространство. И вот здесь имеет место репрезентация впечатлений «наблюдателя», с точки зрения которого и происходит репрезентация визуальных впечатлений в языке. Когнитивные аспекты воспроизведения некоторого явления окружающей действительности в языке, в частности зрительной или слуховой перцепции, актуализируются через смысловую трактовку семантики слов, описывающих коммуникативные явления в процессе интеракции [4].

Для построения коммуникативного портрета вычленяются не просто индивидуальные характеристики речевого поведения, а успешное или не успешное, адекватное или неадекватное применение их в коммуникативной ситуации и сопоставление с личностными особенностями субъекта или коммуникативными чертами (качествами) (таб-

лица 1). Прежде всего, изучение своих коммуникативных особенностей и способностей наряду с моделированием и прогнозированием коммуникативно-речевых ситуаций. За основу взят приём речевого портретирования как средство изучения языковой личности, часто используемый в современной лингвистике. Некоторые исследователи трактуют «речевой портрет» как воплощенную в речи языковую личность конкретной социальной общности. Другие под речевым портретом подразумевают набор определенных качеств языковой личности, формирующихся на базе её ведущих речевых параметров. Данные качества воплощают в речи психологические свойства говорящего и представлены набором языковых средств с учётом интонации [7; 11].

Таблица 1 – Коммуникативный портрет личности: пример таблицы-схемы

Качества, способствующие успешной коммуникации «+»	Качества, препятствующие успешной коммуникации «-»	Речевые проявления «+ →»	Примеры коммуникативных ситуаций «+ →»
Доброжелательность Отзывчивость Вежливость		«Чем я могу помочь?» «Уделите мне, пожалуйста, минутку Вашего времени»	Просьба о помощи (или предложение) в дружественной коммуникативной среде *В недружественной - может вызвать противоположную реакцию
	Скованность	Сбивчивая, неуверенная речь. Слова «паразиты».	Невнятная подача качественного доклада – незаинтересованность слушателей
	Бесцеремонность, наглость, безапелляционность, категоричность	«Нет, ты послушай!» «Что за ерунду ты сейчас сказал!» «Я лучше знаю!» «Ты!»	Оппонент перебивает собеседника, не даёт ему вставить слово, обесценивает сказанное, резко меняет мнение Нарушение личных границ
Готовность идти на компромисс		«Давайте обсудим все плюсы и минусы, за и против». «Я готов уступить, если и вы тоже».	Обсуждение совместного проекта в организации противоположно настроенными сторонами

Таким образом, создаётся коммуникативный портрет как набор определённых качеств коммуникатора в ситуациях речевого взаимодействия в ходе реализации соответствующих намерений и стратегий воздействия на коммуниканта.

В Таблице 1 схематично отражены коммуникативные качества и речевые проявления (реплики, интонации) субъекта коммуникативной ситуации. Данная конкретная схема имеет смысл только в применении к определённой коммуникативной (реальной или гипотетической) ситуации с опорой на опыт субъекта, ведь то же самое качество в других обстоятельствах может поменять свой полюс на противоположный. Поскольку коммуникативная ситуация – это набор обстоятельств, соотносимых с культурой взаимодействующих сторон и диктующих участникам коммуникации определённый стиль речевого поведения. Ситуации, представленные в Таблице 1, имеют некое прогностическое значение. Если же добавить ещё реакции коммуниканта (реципиента) или аудитории, то на базе такой схемы можно выстроить алгоритм действия для получения желаемого результата, который является индикатором успешности или не успешности коммуникативного процесса. В чём, собственно, и состоит прикладная цель коммуникации – изменение объектов (и субъектов) в нужном для собеседника направлении, эффект коммуникативного воздействия и достижение желаемого результата на практике.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Залевская, А. А. Языковое сознание: вопросы теории // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1. С. 30-35.
2. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография // ВГПУ. М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
3. Куликова Д.М. Принципы и методы современной когнитивной лингвистики // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 125-128.
4. Лось, А. Л. Когнитивная интерпретация значений слов, репрезентирующих визуальную перцепцию // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 134-138.
5. Назаров, А. И. Обобщённая модель познавательной деятельности индивида // Психологическая наука и образование. 2000. № 3. С. 40-60.
6. Никишина, И. Ю. Понятие «концепт» в когнитивной лингвистике // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей. М. : МАКС Пресс, 2002. Вып. 21. С. 5-7.
7. Николаева, Т. М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность: проблемы и перспективы развития русистики: докл. Всесоюзной науч. конф. М. 1991. Ч. 2. С. 73-75.
8. Психологическая энциклопедия: сайт. URL: https://gufo.me/dict/psychology_encyclopedia (дата обращения: 11.11.2022).
9. Суханова, Т. В. Концепт как основное понятие современной когнитивной лингвистики // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета: Лингвистика и межкультурная коммуникация. №4. 2008 С. 107-111.
10. Товбаз, Е. Г. Особенности восприятия и понимания текстовой информации в зависимости от субъективного семантического пространства как показатель образованности личности // Дальневосточная весна – 2014: материалы 12-й Междунар. науч.-практич. конф. по проблемам экологии и безопасности. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ». 2014. С. 93-96.
11. Томберг, О. В. Речевой портрет в сопоставительном описании: лингвокультурологический аспект // Вектор науки ТГУ. 2012. № 3(21). С. 196-200.

УДК 81'255.2

Борщева Анастасия Евгеньевна, студент, Алтайский государственный педагогический университет

Borshcheva Anastasiia Evgenevna, student, Altai State Pedagogical University

Майзенгер Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Английский язык», Алтайский государственный педагогический университет

Maizenger Natalya Vladimirovna, Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer, Altai State Pedagogical University;

БЛЕНДИНГ КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

BLENDING AS A WAY TO REPLENISH THE VOCABULARY OF A LANGUAGE

Аннотация. В статье проводится анализ неологизмов, образованных путём блендинга. Результатом работы является исследование явления блендинга в рамках словообразовательной системы английского языка для выделения блендинга в качестве самостоятель-

ного продуктивного способа словопроизводства. Результаты исследования показывают, что блендинг относится к продуктивному способу словопроизводства, поскольку посредством блендов образуется большое количество новых слов в современном английском языке, значительная часть из которых обозначает новые возникающие явления.

Abstract. The article analyzes the neologisms formed by the result of blending. The result of the research is the study of the phenomena of blending within the word-formation system of the English language in order to highlight blending as an independent productive way of word-building. The results of the study show that blending refers to a productive way of word production because of a large number of new words built with its help, a big part of such words denote new phenomena.

Ключевые слова: словообразование, блендинг, неологизмы, английский язык.

Key words: word-building, blending, neologisms, English language.

Словарный состав английского языка находится в состоянии постоянного изменения по причине появления в языке новых слов. Существует несколько способов словообразования, в данной статье мы рассмотрим способ возникновения слов на базе уже существующих, к которому относится такое явление, как блендинг.

Блендинг как способ словообразования имеет большое количество определений. Современные лингвисты по-разному определяют это явление. В процессе изучения вопроса встречались самые разные варианты его трактовки, в частности, наложение, телескопия, контаминация, словослияние и так далее. Например, А. П. Прокопец, исследуя данное явление, использует термин контаминация, под которым подразумевается соприкосновение, смешение и определяет его как явление в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества [1, с. 107]. О. М. Лашкевич определяет «блендинг» как вариант словообразования, при котором слово возникает из слияния полной основы одного исходного слова с усечённой основой другого или из слияния усечённых основ двух исходных слов. В этом случае «бленды» носят название слова-слитки [2, с. 99]. О. А. Хрущева полагает, что бленды характеризуются семантической целостностью и цельнооформленностью, т. е. наличием объединяющего ударения, а также слитным написанием. В отличие от словосложения для блендинга типичны усечения и комбинации усеченных компонентов; таким образом, наличие «осколочного» элемента, или, согласно другому варианту терминологии, квазиморфа, в структуре бленда отличает блендинг от словосложения [3, с. 97].

Также вопросом исследования занимались и зарубежные исследователи. В частности, А. Энарсон полагает, что блендинг означает комбинацию двух или более форм, как минимум, одно слово было усечено [4]. А. Лерер считает, что бленды являются соединениями, которые состоят из одного слова и части другого или частей двух других слов. При этом сокращенное слово, по мнению А. Лерера, является осколком, который, как отдельные слово, существовать не может [5, с. 116].

Рассмотрим подробнее классификацию блендов. Согласно классификации А. Лерера [5] бленды делятся на следующие типы:

Бленды, образованные путём сложения полного слова и сокращённого элемента. Например, *twindemic* («близнецовая» эпидемия) образовано из слов *twins* (близнецы) + *pandemic* (пандемия); *halfcinated* < *half* + *vaccinated* – вакцинированный наполовину; *safecation* < *safe* + *vacation* – отпуск, проведённый в безопасном месте в связи с развитием коронавирусной эпидемии.

Бленды, образованные путём сложения начала первого слова и второго слова целиком. Например, *flexischooling* (смешанный, гибридный формат обучения школьников) образован в результате слияния начала слова *flexible* (гибкий, смешанный) и слова *schooling* (обучение), которое вошло в новое слово полностью: *flexischooling* < *flexible* + *schooling*; *quarantrends* < *quarantine* + *trends* – увлечения людей в период коронавируса:

Бленды, которые образовались путём наложения друг на друга двух слов. Например, *covidol* (образцовый гражданин, соблюдающих требования в период коронавируса) образовано путём наложения двух слов целиком *covid* (ковид) и *idol* (идол, образец): *covidol* < *covid* + *idol*; *covidivorce* (расставание из-за невозможности нахождения вместе в одном пространстве) также образовано наложением двух исходных слов целиком *covid* (ковид) и *divorce* (развод)., *zoombie* < *zoom* + *zombie* – работник, обессиливший в результате долгой работы за компьютером.

Бленды можно классифицировать по типу связей, существующих между словами. В соответствии с данным принципом, бленды делятся на два типа: аддитивные (*addictive*) и рестриктивные (*restrictive*) [6, с. 141]. Первый тип блендов трансформируется во фразу из соответствующих полных слов, связанных сочинительной связью, которые можно объединить союзом *and*: *smog* < *smoke* + *fog*. Второй тип происходит из атрибутивного словосочетания, где первый элемент служит модификатором второго, то есть наблюдаются отношения подчинения: *medicare* < *medical care*.

Среди неологизмов наибольшую группу представляют аддитивные бленды:

infodemic < *information* + *pandemic* – информационная эпидемия;

quarantrends < *quarantine* + *trends* – занятия, ставшие популярными у людей в период коронавируса;

coronacellations < *coronavirus* + *cancellations* – отмена спортивных мероприятий, театральные представления, выходов на сцену в связи с эпидемией ковида;

cloffice < *closet* + *office* – кладовка, пространство для хранения, переорганизованное под домашний офис;

maskne < *mask* + *acne* – высыпания на лице, возникшие в результате ношения маски;

zoombie < *zoom* + *zombie* – работник, уставший за длительной работы за компьютером;

coronortunity < *coronavirus* + *opportunity* – возможности, возникающие у человека, находящегося дома в период Covid – 19.

Примерами рестриктивных блендов могут послужить следующие неологизмы:

plandemic < *planned* + *pandemic* – спланированная пандемия;

workation < *working* + *vacation* – выходной день, но человек работает.

Таким образом, блендинг является продуктивным способом словообразования, поскольку благодаря этому способу образуется большое количество новых слов, позволяющих отражать изменяющиеся явления современного мира.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Прокопец, А. П. Типология словообразовательных контаминантов // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология». 2005. Т. 18 (57). С. 107-111.

2 Лашкевич, О. М. Семантика слов-слитков в современном английском языке // Вестник Удмуртского университета. Филологические науки. 2005. № 5 (2). С. 99-103.

3 Хрущёва, О. А. К вопросу о переводе блендов // Язык и культура: материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х ч. (г. Борисоглебск, 16-17 ноября 2010 г.) / под ред. Т. А. Благодарной. Борисоглебск : ГОУ ВПО «Борисоглебский государственный педагогический Институт». 2010. Ч. 2. С. 233-236.

4 Enarson, A. New blends in the English Language // Karlstad : Hostterminen, 2006. – 120 p.

5 Lehrer, A. Lexical Creativity, Texts and Contexts // University of Pisa, 2007. URL: <https://ben-jamins.com/catalog/sfsl.58> (дата обращения: 03.11.2022).

6 Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. для интов и фак. иностр. яз. - 3-е изд., перераб. и доп. М. : Высш. шк., 1986. С. 141-142.

Бурико Екатерина Дмитриевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Buriko Ekaterina Dmitrievna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Шушарина Галина Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Shusharina Galina Alekseevna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of Department "Linguistics and intercultural communication", Komsomolsk-na-Amure State University

РОЛЬ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

THE ROLE OF PHRASAL VERBS IN THE SYSTEM OF MODERN ENGLISH LANGUAGE

Аннотация. В условиях современности фразовые глаголы являются неотъемлемым компонентом изучения английского языка и обучения английскому языку. В данной статье авторы дают определение фразовым глаголам как уникальному феномену английского языка, рассматривают их основные классификации и тем самым доказывают их универсальность и ценность.

Abstract. In modern conditions phrasal verbs appear to be a significant component of studying English language and teaching English language. In this article authors give a definition of phrasal verbs as a unique phenomenon of English language, consider their main classifications and in this way prove versatility and value of phrasal verbs.

Ключевые слова: фразовые глаголы, послелог, полисеманτικότητα, идиоматичность, универсальность.

Key words: phrasal verbs, postposition, polysemy, idiomaticity, versatility.

Современный английский язык изобилует различными лексическими приёмами выразительности, такими как ирония, гипербола, эвфемизм, зевгма и другие. Однако многие забывают, что всем известные фразовые глаголы также придают речи особую выразительность и точность. Мы часто используем фразовые глаголы в нашей речи, а в нынешнее время всё чаще и в письменной речи, ведь именно они являются одной из самых известных особенностей английского языка, его уникальным явлением. Именно фразовые глаголы обладают яркой стилистической окраской и лишь они могут выразить мысль так точно, как не может ни один классический глагол или лексический оборот.

Что же представляет из себя фразовый глагол? Фразовый глагол – это очень удачный симбиоз классического глагола и послелога, в результате которого мы фактически получаем новую лексическую единицу с новым значением. При этом возможны несколько вариантов развития значений компонентов, входящих в состав фразового глагола. Чаще всего происходит так, что и смысловой глагол, и послелог в корне меняют свои первоначальные значения, и мы получаем абсолютно новую синтаксическую и семантическую единицу. Однако возможно и частичное переосмысление значения фразового глагола: либо свою семантику не утрачивает смысловой глагол, либо послелог.

При этом послелог также является интересным феноменом, присущим английскому языку. Он представляет собой особый класс постпозитивных наречий или в некоторых случаях предлогов, которые всегда располагаются после слова и отделяют это слово от прямого дополнения. Чаще всего в качестве послелога выступают такие слова, как up, out, off и другие. Можно сказать, что послелоги являются важнейшим мощным словообразовательным средством английского языка, позволяющим основному глаголу приобретать различные, порой даже не связанные друг с другом

значения. Например, глагол *look* при сочетании с различными послелогоми может иметь следующие значения: *look for* со значением искать; *look after* – заботиться; *look up to* – уважать, и это лишь некоторые из них.

У фразовых глаголов, как отдельной лексической группы, есть свои признаки, выделенные Д. Поуви:

1. Фразовый глагол можно заменить классическим простым глаголом.
2. Фразовые глаголы обладают таким свойством как идиоматичность.
3. Фразовые глаголы могут образовывать пассивные конструкции (основное свойство фразовых глаголов).

Интересен тот факт, что фразовые глаголы появились ещё несколько столетий назад. Фигурируют они даже в произведениях Шекспира. Однако определение фразового глагола было официально введено только в 1925 г. Его автором является Л.П. Смит. Кроме того, лишь в 1996 г. определение фразового глагола было зафиксировано в англо-русском словаре.

Ещё несколько лет назад можно было сказать, что фразовые глаголы – это используемая исключительно в разговорном стиле фигура речи. Это связано с историей развития фразовых глаголов и английского языка в целом. В связи с нормандским завоеванием Англии 1066 г. было заимствовано очень много слов из французского языка с целью обогащения обедневшей английской лексики. Более того заимствования были и из латыни и древнегреческого языка. В связи с этим в народной речи абсолютно естественным образом развивались фразовые глаголы. Но в научной речи у фразовых глаголов было много французских, латинских и древнегреческих синонимов – конкурентов. Это так называемое параллельное развитие английского языка существует и по сей день. Приведём синонимы некоторых фразовых глаголов: *blow up* – *explode*; *speed up* – *accelerate*; *give up* – *surrender*; *look forward to* – *anticipate*; *make up* – *fabricate*. Однако сейчас можно с уверенностью сказать, что фразовые глаголы проникли в научный и официально-деловой стили, и довольно плотно там обосновались [2].

Стоит отметить, что фразовые глаголы и послелогои как их основной компонент постепенно развивали свою многозначность. Изначально они использовались в основном лишь для того, чтобы указывать на направление или определять ориентацию объекта в пространстве.

Приведём примеры таких фразовых глаголов. *The woman walked out* (в данном случае фразовый глагол **walk out** используется для указания направления – наружу). *The children stood by* (в этой ситуации фразовый глагол *stand by* используется для указания места). *They held their hands up* (в этом предложении фразовый глагол **hold up** используется для указания ориентации). Предлоги, выполняющие функцию послелога, также могут выражать отношения между объектом и глаголом. *I stood by the university* (указание на место). *His father climbed out of the window* (указание направления). *She hung the coat over the fire* (указание на ориентацию в пространстве).

В дальнейшем в течение тысячелетий фразовые глаголы продолжали приобретать всё новые и новые значения. Например, наречие *out* изначально имело буквальное значение, обозначающее движение наружу, это хорошо просматривается в таких фразовых глаголах как *walk out* и *ride out*. Через пять столетий, в XIV веке наречие приобрело новое значение, означающее произнесение какого-либо звука как в фразовом глаголе *call out*. В следующем столетии появился ещё один оттенок значения – прекратить своё существование – во фразовых глаголах *burn out* и *die out*. Ещё одно значение добавилось в XVI веке – делить поровну (*pass out*, *parcel out*). И еще через три века наречие приобрело значение «освободить от внутреннего содержимого», которое ярко выражено в следующих фразовых глаголах: *rinse out*, *clean out*. Таким образом, через историю развития всего лишь одного послелога мы можем наблюдать насколько многогранными могут быть фразовые глаголы и их составные части.

Так как фразовые глаголы представляют собой практически бесчисленную группу глаголов, существует несколько различных классификаций фразовых глаголов по абсолютно разным основаниям.

Начнём с классической классификации фразовых глаголов согласно учению В. В. Виноградова, согласно которому все фразовые глаголы могут быть разделены на три основные группы:

а) Фразеологические сращения (фактически равносильны идиомам – это семантические единицы, которые не имеют внутренней формы и практически однородны со словом).

б) Фразеологические единства – компоненты таких фразовых глаголов сохраняют свою самостоятельность, иными словами, чтобы понять значение всего фразового глагола, нужно понять значения его компонентов.

в) Фразеологические сочетания – могут быть образованы при сочетании и реализации несвободных значений слов.

Данная классификация сыграла важную роль в исследовании фразеологических единиц и является действительно ценной, однако границы категорий в ней довольно размыты, что часто вызывает затруднения в распределении фразовых глаголов по группам в рамках данной классификации.

Далее рассмотрим общую классификацию фразовых глаголов, в которой существует две группы фразовых глаголов:

1. Переходные фразовые глаголы – требуют после себя прямого дополнения (например, *shut down something* - остановить, отключить).

2. Непереходные фразовые глаголы – не требуют после себя прямого дополнения (например, *break down* – ухудшаться, ломаться).

В свою очередь непереходные фразовые глаголы подразделяются ещё на две категории:

1) Неразделяемые фразовые глаголы – в таких глаголах нельзя между смысловым глаголом и послелогом поставить прямое дополнение: *come across* – наткнуться на; *get rid of* – избавляться от.

2) Разделяемые фразовые глаголы – в таких глаголах прямое дополнение может быть помещено между компонентами фразового глагола: *turn up the music* – *turn the music up*.

Также можно классифицировать фразовые глаголы по способу образования:

А. Фразовые глаголы, которые образованы с помощью наречий: таких фразовых глаголов довольно много – приведём некоторые из них: *find out* (выяснять, узнавать), *give up* (прекращать, сдаваться), *take off* (быстро покидать, взлетать).

В. Фразовые глаголы, которые образованы с помощью предлогов: *go on* (продолжать), *come across* (случайно найти, наткнуться), *look after* (присматривать, заботиться).

С. Фразово-предложные фразовые глаголы – такие фразовые глаголы состоят из трёх элементов (смысловый глагол, наречие, предлог). Таких глаголов в английском языке сравнительно мало по сравнению с двумя предыдущими категориями. Приведём примеры: *come up with* (придумывать), *put up with* (терпеть, мириться с чем-то), *look up to* (уважать, брать пример).

Ещё одна классификация касается количества значений у фразовых глаголов:

а. Моносемантические фразовые глаголы – имеют только одно лексическое значение (*ask for* – требовать, просить).

б. Полисемантические фразовые глаголы – имеют несколько лексических значений, при этом то или иное значение зависит от контекста (*the situation worked out well; we worked out the problem; she worked out in the gym*) [1].

Таким образом, фразовые глаголы в большинстве ситуаций гораздо функциональнее, чем большинство классических глаголов римского, французского и древне-

греческого происхождения. Приведём один из ярких примеров: синонимом фразового глагола *break up* является глагол латинского происхождения *destroy*, однако в то время как глагол *destroy* обладает лишь одним значением (уничтожать, разрушать), фразовый глагол *break up* полисемантивен и благодаря этому более универсален (имеет такие значения как «тщательно анализировать», «разрывать отношения» и др.).

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: фразовые глаголы являются неоспоримо важным компонентом английского языка, они легко образуются и при этом могут быть использованы в бесчисленном количестве различных ситуаций, именно они придают языку стилистическую окраску и помогают нам выражать различные оттенки одного и того же значения, или же абсолютно разные значения, если мы умеем грамотно работать с послелогом как компонентами фразовых глаголов.

Важно уделять большое внимание фразовым глаголам как при изучении английского языка, так и при обучении английскому, поскольку именно фразовые глаголы помогают сделать нашу речь максимально аутентичной и приблизить её к речи носителей английского языка.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Саламатина, Ю. В. Классификация фразовых глаголов // Мир науки, культуры и образования. № 1 (80). 2020. С. 280-282.
2. Сонгорова Ж. Г., Калинина В. В. Образование новых фразовых глаголов в современном английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 4. 2019. С. 51-55.

УДК 811.111 (811.133.1)

Буркова Ксения Павловна, студент, Вятский государственный университет
Burkova Ksenia Pavlovna, student, Vyatka State University

Ситникова Вера Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков и методики обучения иностранным языкам, Вятский государственный университет

Sitnikova Vera Aleksandrovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor in the Department of Foreign Languages and Methods of Teaching Foreign Languages, Vyatka State University

ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ РОДА ОДУШЕВЛЕННЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В ПЕРЕВОДАХ РОМАНА В. ГЮГО «СОБОР ПАРИЖСКОЙ БОГОМАТЕРИ» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

FEATURES OF THE EXPRESSION OF THE CATEGORY OF GENDER OF ANIMATE NOUNS IN THE TRANSLATIONS OF THE NOVEL BY V. HUGO "NOTRE DAME DE PARIS" INTO ENGLISH

Аннотация. В статье рассматриваются особенности категории рода во французском и английском языках. Цель работы – выяснение способов выражения женского рода одушевленных существительных в переводах романа Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери» с французского на английский язык. Результаты исследования показали, что чаще всего французское одушевленное существительное заменяется либо супплетивной формой женского рода (типа *boy-girl*), либо развернутой конструкцией прилагательное + опорное супплетивное существительное женского рода.

Abstract. The article discusses the features of the gender category in French and English. The

aim of the work is to clarify the ways of expressing the feminine of animate nouns in translations of Victor Hugo's novel "Notre Dame de Paris" from French into English. The results of the study showed that most often the French animate noun is replaced either by a suppletive feminine form (such as boy-girl), or by an expanded construction of an adjective + a suppletive feminine noun.

Ключевые слова: категория рода, французский язык, английский язык, перевод, одушевленные существительные, женский род.

Key words: gender category, French, English, translation, animate nouns, feminine gender.

Несмотря на то, что категория рода изучалась лингвистами со времени становления науки о языке, актуальность ее исследования не только не уменьшается, но скорее возрастает в наше время. Это связано, прежде всего, с социальными проблемами, такими, как феминистское движение, которое способствует развитию гендерного направления в языкознании.

В нашем исследовании сопоставляются способы выражения категории рода у одушевленных существительных французского языка и их соответствий в переводе на современный английский язык. Материалом исследования послужил оригинальный текст романа Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери» («Notre-Dame de Paris») и два перевода произведения на английский язык для сравнения: 1) «The Hunchback of Notre-Dame» (2014, translated by P. Matvei); 2) «Notre-Dame de Paris» (2018, translated by Andrew Primas) [1].

Категория рода в современном французском языке является значимой грамматической категорией для одушевленных существительных, отражающей различие по полу. Она имеет регулярное выражение одним из следующих способов: 1) агглютинацией (добавление окончания -e): étudiante, amie (ведущий способ); 2) флексией (изменение формы слова или формы основы): acteur – actrice; 3) аналитическим приемом – неизменяемость существительного: un élève - une élève (род передается в форме связанных детерминативов); 4) супплетивизмом (использование существительных с разными основами): père – mère, boeuf – vache.

В современном английском языке категория рода является содержательной, так как отражает реальные родовые признаки обозначаемого референта (или их отсутствие).

Женский род одушевленных существительных в английском языке выражается следующими способами: 1) добавлением флексии: mister – mistress, lion – lioness, astronaut – astronette, hero – heroine; 2) добавлением специальных лексем: he-cousin – she-cousin; male thief – female thief, doctor – woman doctor; 3) супплетивными формами: boy – girl, bull – cow, husband – wife; 4) заменой существительного на местоимение he/she: dancer (he/she), singer (he/she), teacher (he/she).

Нами были проанализированы 159 французских одушевленных существительных женского рода в романе Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери» и их переводы на английский язык.

Анализ показал, что женский род находит выражение в подавляющем большинстве существительных. Так, в переводе P. Matvei всего у 22 существительных не выражена категория рода, тогда как в переводе A. Primas – 32 существительных не имеют показателей женского рода. Такие расхождения могут быть вызваны индивидуальными переводческими решениями. Большая часть существительных в английском переводе – существительные обоюдного рода (épicènes), то есть их содержание подразумевает и мужской, и женский род. Тогда как во французском языке у данных существительных проявляется оппозиция (voisin – voisine, danseur – danseuse, bohémien – bohémienne, chanteur – chanteuse). (Примеры в таблице 1).

Таблица 1 – Варианты перевода

Французский язык	Перевод Р. Matvei	Перевод А. Primas
Taisez-vous donc, ma chère Liénarde, dit sa voisine.	Be quiet, my dear Liénarde," said her neighbor.	Hold your tongue, my dear Liénarde," said her neighbor.
Djali, dit la danseuse, à votre tour.	"Djali," said the dancer, "it's your turn now."	"Djali!" said the dancer, "it is your turn."
La bohémienne se retourna encore une fois.	The gipsy turned again.	The gypsy turned round once more.
...comme le sein de la jeune chanteuse.	...like the bosom of the youthful singer.	...like the bosom of the young singer.

Наиболее многочисленным в количественном отношении способом выражения женского рода является аналитическое развертывание в сочетании прилагательное + существительное. Данную группу составили 46 примеров в переводе Р. Matvei и 42 – в переводе А. Primas. Во французском языке это простые слова, тогда как в английском – сложные слова, состоящие из двух основ (female thieves, country-women, old women), а также словосочетания прилагательное+существительное (a little girl, Parisian women). Самые распространённые опорные лексемы: girl, woman, wench, female. Часто такому развертыванию в переводе подвергаются субстантивированные прилагательные французского языка. При этом в английском переводе семантику французского существительного передает прилагательное, а опорное существительное несет грамматическую нагрузку - указывает на женский род: *une bohémienne* → a gipsy girl, *la provinciale* → the country-woman, *la petite* → a little wench, a little girl. Кроме нейтральных women, girl могут встретиться стилистически окрашенные существительные: *croque* (literary) – “an offensive word for an old woman” [3] (оскорбительное слово для пожилой женщины (книжное)). Во французском языке слово *vieille* – “une vieille femme” [2] (пожилая, старая женщина) является нейтральным. А. Primas в своем варианте перевода добавил существительному отрицательную коннотацию (примеры в таблице 2).

Таблица 2

Французский язык	Перевод Р. Matvei	Перевод А. Primas
...de larrons et de larronnesses à la Justice de Paris.	...of thieves of either sex at the Palace of Justice.	...of male and female thieves by the courts of Paris.
C'était en effet tout bonnement une bohémienne.	She was indeed but a gipsy girl.	–
La provinciale tenait à sa main un gros garçon qui tenait à la sienne une grosse galette.	The country-woman held by the hand a big boy, who grasped in his hand a large wheaten cake.	–
Quelquefois un groupe squalide de vieilles...	Sometimes a squalid group of old women...	Sometimes a group of squalid old crones...
Les deux premières marchaient de ce pas particulier aux Parisiennes...	The first two walked with the gait peculiar to Parisian women...	The two first walked with that step peculiar to Parisian ladies...
La petite qui a une chèvre.	"That little wench with the goat."	"The little girl with the goat."
La malheureuse frémit de tout son corps.	The wretched girl shuddered.	The unhappy girl quivered in every limb.

В таблице 3 представлены примеры супплетивного выражения женского рода, то есть и во французском, и в английском языках слово, обозначающее лицо мужского пола, имеет форму, обозначающую лицо женского пола. При этом оба слова образованы от разных основ (garçon – fille; boy - girl). В данную группу вошли 45 существительных в переводе Р. Matvei и 40 – в переводе А. Primas.

В некоторых случаях, как и в предыдущих примерах, наблюдаются различия в выборе лексических единиц. Ср: *girl* – *damsel*. *Girl* – “a young woman”; *damsel* – “a young woman who is not married (old used)” [3] (молодая незамужняя женщина, устаревшее).

Таблица 3

Французский язык	Перевод Р. Matvei	Перевод А. Primas
On eût dit tantôt une folle, tantôt <i>une reine</i> .	She seemed a mad woman, at the next <i>a queen</i> .	One would have pronounced her now a mad creature, now <i>a queen</i> .
... <i>une fille</i> naïve et passionnée, ignorante de tout, et enthousiaste de tout;	...a simple, affectionate <i>girl</i> , ignorant of all evil, and enthusiastic about everything;	...a naïve and passionate <i>damsel</i> , ignorant of everything and enthusiastic about everything;
...mais, à leur grand regret, la pieuse <i>fille</i> n'avait pu être canonisée sainte, faute de protections.	but, to their great regret, the pious <i>dame</i> could not be canonized a saint, for lack of patronage.	...but, to their great regret, the pious <i>maid</i> had not been canonized, for lack of influence.
Ils parlaient duels, <i>filles</i> , cruches, folies.	They talked of duels, <i>women</i> , drinking, and riots.	They talked of duels, <i>wenches</i> , wine pots, and folly.

Группа существительных, женский род которых в переводе на английский язык передан при помощи суффиксов оказалась малочисленной: 5 примеров в переводе Р. Matvei и 6 примеров в переводе А. Primas.

Таблица 4

Французский язык	Перевод Р. Matvei	Перевод А. Primas
Messieurs les bourgeois, dit-il, et <i>mesdemoiselles les bourgeoises</i> ...	Sir citizens said he, and fair <i>citizenesses</i> ...	–
...y a-t-il parmi vous, depuis <i>la sorcière</i> jusqu'à sa chatte?	...is there among you, from the <i>sorceress</i> to her cat?	...is there among you, from the <i>sorceress</i> to her cat?
...que je fasse appréhender <i>la petite magicienne</i> ?	–	...that I shall apprehend <i>the little sorceress</i> ?
«C'est <i>une sorcière</i> qui a poignardé un capitaine.»	“She is <i>a sorceress</i> who has stabbed a captain.”	“’Tis <i>a sorceress</i> who has stabbed a captain.”
L'égyptienne ! <i>la sorcière</i> !	“The gipsy! <i>The sorceress</i> !	The gipsy! <i>the sorceress</i> !

Единичными оказались случаи существительных в переводе, род которых выражен через местоимения she/her/herself (2 – перевод А. Primas, 4 – перевод Р. Matvei).

Таким образом, на основании проведенного сопоставительного анализа особенностей выражения женского рода одушевленных существительных во французском и английском языках можно утверждать, что в английском языке род выражается достаточно регулярно. Однако по сравнению с соответствующей грамматической категорией во французском языке (100 %-ая маркированность) в английском языке род эксплицитно представлен примерно в 75 % случаев от числа всех проанализированных примеров.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Free ELibrary Original. URL: <http://originalbook.ru> (дата обращения: 10.10.2022).
2. Le Robert Dico en ligne. URL: <https://dictionnaire.lerobert.com/> (дата обращения: 10.10.2022).
3. Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 10.10.2022).

Бучинская Дарья Александровна, студент Комсомольского-на-Амуре государственного университета

Buchinskaya Darya Alexandrovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Васильченко Александра Владимировна, кандидат культурологии, доцент кафедры «История и культурология», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vasilchenko Alexandra Vladimirovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-na-Amure State University

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

REFLECTION OF NATIONAL MENTALITY IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Аннотация. Данная работа посвящена изучению особенностей русского языка, в которых отражена национальная ментальность русской культуры. Выявлены следующие ментальные особенности русского языка: эмоциональность, экспрессивность, образность, преобладание существительных женского рода. Отмечено, что процесс взаимодействия языка и национальной ментальности является двусторонним и взаимосвязанным между собой. С одной стороны, особенности национальной ментальности влияют на язык и отражаются в нем. С другой стороны, язык влияет на характер народа, формирует его национальное сознание.

Abstract. Russian is a study of the peculiarities of the Russian language, which reflects the national mentality of Russian culture. The following mental peculiarities of the Russian language are revealed: emotionality, expressiveness, imagery, and the predominance of feminine nouns. It is noted that the process of interaction of language and national mentality is two-sided and interconnected. On the one hand, the peculiarities of the national mentality affect the language and are reflected in it. On the other hand, language influences the character of the people, forms their national consciousness.

Ключевые слова: язык, культура, ментальность, эмоциональная окрашенность, слово, жаргон, сленг.

Key words: language, culture, mentality, emotional coloring, word, jargon, slang.

В настоящее время в Российской культуре особенно значимыми стали проблемы, связанные с исследованием особенностей национального менталитета и языка, с определением национальной идентичности. Актуальность этих проблем обусловлены процессами глобализации, кросс-культурными взаимовлияниями и стремлением народа к сохранению уникальности и самобытности национальной культуры.

Уже на протяжении длительного периода времени и в лингвистике, и в культурологии большую важность имеет проблема взаимосвязи и взаимовлияния **языка и культуры**, представляющие собой диалектическое единство [8]. Как богата и многогранна Русская культура, так богат и многообразен русский язык.

Целью работы является исследование особенностей русского языка, в которых нашла свое отражение национальная ментальность.

Одной из ярких особенностей русской ментальности является эмоциональность и чувственность национального сознания народа. Данную особенность отмечали многие русские философы, например, такие как И. А. Ильин, Н. А. Бердяев, Ф. М. Достоевский, В. В. Розанов и др. [1; 3; 4; 5]. И. А. Ильин отмечал, что национальное сознание русских людей характеризуется ярко выраженной эмоциональной окрашенностью, у русского человека чувства и эмоции всегда господствуют над разумом. Иррациональное, чувственное в русской душе преобладает над рациональным началом [4].

Данная особенность русской ментальности находит свое отражение и выражение в языке. Русский язык характеризуется высокой эмоциональностью, экспрессивностью и образностью.

В русском языке существует огромное количество разговорных эмоционально-окрашенных слов (*шлепнуться, улепетывать, бутуз, пялиться, золотце, чепуха, шарашаться, смотаться, болтать* и т.п.), а также слов, имеющих сниженную пренебрежительную, уничижительную или ироническую стилистическую окрашенность: *лодырь, бестолочь, морда, харя, выродок, долговязый, безмозглый, ботанка или ботаник, заучка, зубрилка, неряха, плакса, подлиза, подхалим, хапуга, хлюпик, клянчить* и т.п.

В русском языке также имеется большое количество суффиксов. И часто именно благодаря им люди выражают всевозможные чувства и эмоции, например, неодобрения, пренебрежения, неуважения, осуждения, и особенно часто это касается женского пола: *врачиха, повариха, класнуха, училка, доктриша, секретарша, генеральша, дворничиха, прапорщица, тренриша* и т.п. Или, наоборот, использование суффиксов дает возможность говорящим передавать эмоции ласки, любви, нежности: *миленький, любименький, хорошенький, умничка, мамочка, папуля, бабуля, дедушка, сыночек, сынок, доченька, дочурка, куколка, котик, песик, зайчик, березонька, солнышко, картошечка, хлебушек, огурчик, молочко, деревце, вкусняшка* т.д.

Ласкательные суффиксы особенно часто употребляются в именах собственных и помогают выразить доброту, любовь, симпатию: *Оленька, Машенька, Ванек, Танек, Ленуша, Настюша, Андрюшенька, Катюшенька, Ванюшенька* и т.п.

В русском языке существуют сленговые слова, дающие оценку человеку, которые имеют сниженную стилистическую окрашенность и часто выражают чувства неодобрения, пренебрежения, цинизма, иногда – иронии и шутливости: *лох, чел, чувак, перец, чебурек, авторитет, крутой, кекс, тормоз, фрукт, мажор, чмырь др.*

Активно в разговорной речи используются сленговые фразеологизмы, устойчивые выражения и фразы, которые характеризуются эмоциональностью, образностью и экспрессией. Приведем несколько примеров.

- *выпасть в осадок* (испытать потрясение),
- *пудрить мозги* (вводить в заблуждение),
- *съехать с катушек* (потерять контроль над собой),
- *ласты склеить* или *коньки откинуть* (умереть),
- *поехала крыша* или *крышу снесло* (сойти с ума),
- *свои тараканы в голове* (у любого человека есть свои недостатки),
- *все кучеряво* (все отлично, на высшем уровне),
- *мне фиолетово* (мне безразлично),
- *за базар ответишь* (будешь отвечать за свои слова),
- *глаза шесть на девять* (человек от изумления вытаращил глаза).

Необходимо отметить, что жаргонизмы, а также сленговые слова и выражения могут передавать разнообразную палитру чувств, эмоций, настроений, внутренних переживаний. Диалог подростков с элементами **жаргонных** и **сленговых** вкраплений представил Александр Торик в своем произведении «Димон» [6]. Приведем в качестве примера отрывок из этого произведения и выделим эмоционально окрашенные разговорные, жаргонные и сленговые слова.

Вопреки расчету Димки очутиться в классе первым, разве что Галка-ботанка, как всегда, раньше всех припрётся, весь его одиннадцатый «В» уже был в классе и, разбившись на группы, оживлённо и тревожно гудел. (Слово «ботанка» употреблено в значении человека, который много и хорошо учится. Слово «припрётся» употреблено в значении придет, явится).

– Димон! – подскочил к Димке Славка по кличке Перитонит. – У тебя че, блин, труба что ли сдохла? Тебе с утра народ дозвониться, блин, не может! (Слово «тру-

ба» употреблено в значении *мобильный телефон*. Слово «народ» употреблено в значении *одноклассники*).

Димка сунул руку в карман, его труба и в правду не подавала никаких признаков жизни.

– *Разрядился!* – ответил Димон. – *А че за пыль такая?* (Слово «пыль» употреблено в значении *суета, волнение*).

– *Маринка разбилась, блин, ночью!*

– *Чего гонишь, Перитонит?* (Слово «гонишь» употреблено в значении *говоришь не правду*).

– *Че слышал! Разбилась в хлам, блин! С дискотеки с каким-то перцем на Майбахе шарахались по Волгоградке и на перекрёстке в фуру зафигачились, а у фуры той аж задний мост нафиг выбило!* (Выражение «разбилась в хлам» употреблено в значении *очень сильно пострадала*. Слово «перец» употреблено в значении *успешный, состоятельный молодой человек*. Слово «шарахались» употреблено в значении *ездил, катался на машине*. Слово «зафигачились» употреблено в значении *врезались*).

– *А Маринка-то хоть живая?* – *холодея от ужаса пролепетал Димон.*

– *Да Маринка-то коме! А перец тот вообще ласты склеил, ему какая-то хрень чайник пробила, блин!* (Выражение «ласты склеил» употреблено в значении *разбился, умер, погиб*. Слово «хрень» употреблено в значении *непонятная вещь*. Слово «чайник» употреблено в значении *человеческая голова*).

– *А где она сейчас?* – *мёртвым от страха голосом спросил Димка, оседая на парту.*

– *В Институте травматологии, блин. Туда всех с аварий отвозят!*

– *Понял, блин...* – *ошарашенно прошептал Димон.* Слово «ошарашенно» употреблено в значении *ошеломленно*).

Жизнь его рухнула в одночасье [6, с. 20].

Таким образом, данный отрывок, благодаря своей лексики характеризуется эмоциональностью, образностью, экспрессивностью.

С чувственно-эмоциональной особенностью связана еще одна характерная особенность ментальности русской культуры – «женственность». Эту особенность отмечали как русские философы, так и современные исследователи: Н. А. Бердяев, И. А. Ильин, Г. Д. Гачев, В. К. Трофимов и др. По их мнению, русская культура является женским типом культуры [1; 2; 4; 7].

Н.А. Бердяев так характеризовал Россию: «Россия – земля покорная, женственная» [1]. В национальном сознании русского народа женское начало (созерцательность, чувственность и эмоциональность) преобладает над мужским началом (рациональностью, активностью, индивидуализмом). По мнению Г. Д. Гачева, русский дух является «бабой» [2]. Данная ментальная особенность также отражена в русском языке, в котором существительные женского рода преобладают по своему количеству над существительными мужского рода [9]. Само название страны – Россия имеет женский род и осмысливается именно как мать, а не как отец, например, *Россия-матушка, Россия – мать родная, Матушка Русь* и др.

В русском языке есть слова существительные мужского рода, которые имеют окончание -а-, -я-, как и существительные женского рода, например, *юноша, воевода, старшина, батюшка, папа, дедушка, братишка, мальчишка, дядя* и др. Также в русском языке многие мужские имена в уменьшительно-ласкательной форме имеют окончание -а-, -я-, также, как и женские имена, например, *Андрюша, Дениска, Алеша, Сережа, Ванюша, Павлуша, Данилка, Миша, Гриша, Виталя, Коля, Петя* и др.

В заключение следует отметить, что особенности русской культуры и ментальности, такие как эмоциональность, чувственность, женственность отражаются в русском языке. Многие исследователи отмечали, что русские люди очень эмоциональны,

потому что эмоционален их язык. Исходя из рассмотренных и проанализированных эмоционально-окрашенных слов русского языка, мы можем согласиться с этим утверждением и отметить, что процесс взаимодействия языка и национальной ментальности является двусторонним. С одной стороны, особенности национальной ментальности и культуры влияют на язык и отражаются в нем. С другой стороны, язык впитывает в себя метальные особенности культуры и влияет на характер народа, формирует его национальное сознание. Необходимо также отметить, что язык постоянно развивается и изменяется, пополняется новыми словами и выражениями. Но, несмотря на это, национальная ментальности и культурная память народа сохраняются в языке.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бердяев, Н. А. Судьба России. М. : Философское общество СССР, 1990. 207 с.
2. Гачев, Г. Национальные образы мира: курс лекций. М. : Раритет, 1998. – 432 с.
3. Достоевский, Ф. М. Дневник писателя: избранные страницы. М.: Современник, 1989. – 557 с.
4. Ильин, И. А. О России. М. : Современник, 1991.– 23 с.
5. Розанов, В. В. Уединенное. М. : Политиздат, 1990. – 543 с.
6. Торик, А. Димон. Сказка для детей от 14 до 114 лет. М. : Флавиан-Пресс, 2012. - 256 с.
7. Трофимов, В. К. Истоки и сущности русского национального менталитета (социально-философский аспект). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук. Екатеринбург, 2001. – 43 с.
8. Чугунова, О. Л. Карикатура как вид искусства: проблема интерпретации // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. 2021. № VI-2 (54). С 54-59.
9. 50 любопытных фактов о русском языке. URL: <https://fishki.net/photo/3522395-50-ljubopytnyh-faktov-o-russkom-jazyke.html> (дата обращения: 26.11.2022).

УДК 81.116

Ван Цзыной, студентка Комсомольского-на-Амуре государственного университета

Van Tszy, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Малышева Наталья Васильевна, кандидат филологических наук, доцент; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Malysheva Natalia Vasilievna, PhD in Philology, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗДЕЛА САЙТА «ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ»

GENRE AND STYLISTIC CHARACTERISTICS OF THE SECTION OF THE SITE «EDUCATIONAL INSTITUTION HEAD’S ADDRESSING SPEECH»

Аннотация. Официальный сайт университета обладает авторитетной и исчерпывающей информацией и является важным рекламным окном между университетом и внешним миром. Он не только показывает философию и дух университета, но и содержит множество образовательных ценностей, что является важной основой для студентов при выборе учебного заведения. В данной работе мы используем метод, предложенный Джоном М. Свейлзом (1990) и В.К. Бхатиа (1993), для анализа жанровой структуры и дискурсивной функции раздела «обращение руководителя учебного учреждения» на официальном сайте Комсомольского-на-Амуре государственного университета.

Abstract. The official website of the university has authoritative and comprehensive information and is an important publicity window between the university and the outside world. It does not only show the philosophy and spirit of the university, but also contains a range of educational values, which is an important basis for students when choosing an educational institution. In this paper, we use the method proposed by John M. Swales (1990) and V. K. Bhatia (1993) to analyze the genre structure and discourse function of the "Educational Institution Head's Addressing Speech" at the official website of Komsomolsk-na-Amure State University.

Ключевые слова: жанр; жанровый анализ; дискурс; обращение.

Key words: genre; genre analysis; discourse; address.

Официальный сайт университета считается одним из важных показателей для студентов при выборе университета, так как он является информационно авторитетным и всеобъемлющим, а его целью является привлечение выдающихся талантов в стране и за рубежом и продвижение международных академических обменов и сотрудничества между университетами. Официальный сайт университета является носителем университетской публичности, и его профиль привлекает все большее внимание ученых как окно для понимания университета студентами и учеными [1].

В связи с этим раздел "Обращение руководителя учебного заведения" не только показывает философию и дух университета, но и содержит богатство образовательных ценностей, что является важной основой для абитуриентов при выборе учебного заведения.

Речь – это выступление человека определенного статуса по важному поводу. Текст, используемый в речи представителя какой-либо организации, является речью. Это тщательно проработанный и продуманный текст. Иногда его также называют "подготовленным заявлением". Его риторическая структура и функция уникальны. Поэтому необходимо изучить риторическую структуру и функцию речи руководителя учебного заведения.

В данной работе целью является рассмотрение обращения ректора Комсомольского-на-Амуре государственного университета, размещенного на официальном сайте университета, с точки зрения его жанровой структуры и функции дискурса.

В соответствии с целью ставятся следующие задачи:

- 1) представить краткий обзор ключевых для данного исследования понятий: дискурс и жанр;
- 2) описать метод жанрово-стилистического анализа, предложенного представителями американской школы ESP Джоном Свейлсом и Бхатиа;
- 3) выявить жанрово-стилистическую специфику обращения руководителя учебного заведения на примере приветственной речи ректора КнАГУ Дмитриева Эдуарда Анатольевича.

Объектом исследования является приветственная речь ректора университета; предметом – жанрово-стилистическая характеристика речи обращения.

Методологической базой послужил метод, предложенный американскими лингвистами Джоном Свейлсом и Бхатиа.

Понимание и изучение жанра в дискурсе зародилось в анализе литературных произведений, а в последние годы переросло в анализ жанра в нелитературных областях. Жанровый анализ идет дальше других аналитических методов в описании функциональных характеристик различных языковых форм. В ходе его развития сформировались три школы мысли. Swales и Bhatia как специализированная школа английского языка (English for Specific Purpose, ESP). Системные функционалисты, представленные Halliday, Martin (Systemic-functional Linguistics School, SFL) и Новая североамериканская школа риторики (North Rhetori), представленная Miller, Berkenkotter и Huckin (1993). Они называются школой ESP, школой SFL и школой NR [2].

John M. Swales из школы ESP впервые дал определение жанра, утверждая, что жанр - это классификация коммуникативных событий, которая "включает группу коммуникативных событий, имеющих общую коммуникативную цель" [3]. Это определение было более подробно разработано Vijay K. Bhatia (1993). Его можно разделить на четыре пункта.

(1) Жанр – это узнаваемое коммуникативное событие.

(2) Жанр – это не общее коммуникативное событие, а коммуникативное событие с отличительными внутренними структурными особенностями и высокой степенью согласования.

(3) При построении дискурса мы должны следовать конвенциям, требуемым определенным жанром.

(4) Несмотря на конвенции и ограничения жанра, инсайдер может передавать личные намерения или коммуникативные цели в рамках, установленных жанром [4].

Жанровый анализ впервые был использован в литературоведении, а затем был введен в область лингвистики. В области лингвистики жанровый анализ можно разделить на два подхода: первый – это систематический функциональный лингвистический подход. Второй - специализированный исследовательский подход, представленный John M. Swales (1990) и V.K. Bhatia (1993) [5]. Используя "этапы разговора (move) - шаги (step)" в качестве отправной точки для анализа дискурса, они обобщают основные этапы и шаги данного жанра и лингвистические стратегии, используемые на каждом этапе для достижения коммуникативных целей. Поскольку определение жанра дискурса не является четким в системном функционально-лингвистическом подходе [6]. Поэтому в данной работе будет проведен анализ речи ректора на официальном сайте Комсомольского-на-Амуре государственного университета с помощью подхода (этапы разговора (moves) - шаги (step)), представленного John M. Swales (1990) [5] и V. K. Bhatia (1993) [3].

Исходя из содержания речи директора обращение руководителя образовательного учреждения, жанр анализируется следующим образом.

Этапы разговора (move) 1: Приветствие

"Уважаемые коллеги, дорогие друзья! "

Этапы разговора (move) 2: Представление темы

Шаг (step) 1: Что такое Комсомольский национальный университет

"Комсомольский-на-Амуре государственный университет является одним из ведущих вузов Дальнего Востока, известных не только в нашей стране, но и за ее пределами."

Шаг (step) 2: Знакомство с университетом

"в университете реализуются все ступени высшего образования".

Цель данного этапа - познакомить читателей с Комсомольским-на-Амуре государственным университетом и дать им первоначальное представление об университете.

Этапы разговора (move) 3: Расширение темы

Шаг (step) 1: Знакомство с образовательной средой университета

"В вузе создана среда, в которой каждый студент и аспирант может рассчитывать на содействие в развитии своих научных, творческих и спортивных инициатив, а также получить всестороннюю поддержку самым смелым инновационным проектам."

Шаг (step) 2: Знакомство с преимуществами обучения

"КнАГУ входит в число опорных вузов для Объединенной авиастроительной корпорации".

Всестороннее представление сильных сторон и особенностей университета позволяет читателям понять специфику университета.

Этапы разговора (move) 4: Заключение

Шаг (step) 1: Завершить тему и представить стратегические цели

"Наша стратегическая цель: развитие КнАГУ как крупного научного и инновационного центра..."

Завершение темы целью является более перспективным и дает читателю интуитивное ощущение развития организации.

Итак, понятие жанра поначалу кажется искусственной классификацией, однако с постоянным совершенствованием методологии жанровый анализ выходит за рамки простого описания поверхностных характеристик дискурса и стремится объяснить дискурс на более глубоком уровне, исследуя социальные и психокогнитивные факторы, лежащие в основе его структуры [8].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. 陆伊芳, 姜王孟 中英高校官网简介修辞结构关系及功能对比分析—以校长致辞为例/ 陆伊芳, 姜王孟// 北京工业大学 4.26.2022. URL: https://image.hanspub.org/Html/34-2911326_50747.html (дата обращения: 22.10.2022).
2. Ken, H. Genre and Second Language Writing: Framing the Issue // The TESOL Encyclopaedia of English Language Teaching. URL: https://scholar.google.ru/scholar_url?url=https://www.melta.org.my/journals/TET/downloads/tet33_01_02.pdf&hl=zh-CN&sa=X&ei=2-FwY7HzGIWTy9YP6dCR8AM&scisig=AAGBfm0-uGLZyxq3g5C4JIRfK-Tv9-z2sA&oi=scholar (дата обращения: 22.10.2022).
3. Bhatia, V.K. Analyzing Genre : Language Use in Professional Settings // London : Longman, 1993.
4. 秦秀白, 体裁教学法述评[J] / 秦秀白// 外语教学与研究. 2000. 1. Pp. 42-46. URL: <https://www.doc88.com/p-9012096693390.html> (дата обращения: 22.10.2022).
5. Swales John M. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings // Cambridge : Cambridge University Press, 1990.
6. 龚长华. 系统功能语言学语篇体裁研究 / 龚长华 // [文章编号]1008—2689(2011)03-0006-07. URL: <https://m.doc88.com/p-1008989508967.html> (дата обращения: 22.10.2022).
7. 丁建新. 体裁分析的传统与前沿[J]./ 丁建新// 外语研究, 2007. 106. Pp. 13-18. URL: https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=6bf44c548b6a778e06952707ac27864f&site=xueshu_se (дата обращения: 22.10.2022).
8. 曹敏 对年度报告中董事长致辞的体裁分析/ 曹敏// 北京林业大学 URL: <https://wap.cnki.net/touch/web/Dissertation/Article/10022-2009161614.nh.html> (дата обращения: 22.10.2022).

УДК 81.373.231

Гейбатова Алёна Валерьевна, преподаватель английского языка на кафедре “Литература и языки”, Губинский филиал Азербайджанского Государственного Педагогического Университета

Heybatova Alyona Valeryevna, the English language teacher at the Department of “Literature and languages”, the Guba branch of the Azerbaijan State Pedagogical University

ОНОМАСТИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АНТРОПОНИМОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

ONOMASTIC REALIAS FROM THE POINT OF NEW OF LINGUISTIC ANALYSIS AND CULTURAL SIGNIFICANCE (ON THE EXAMPLE OF ANTHRONYMS OF THE ENGLISH LANGUAGE)

Аннотация. Статья посвящена изучению ономастических реалий с точки зрения лингвистического анализа и культурологической значимости. Исследование научной литературы показало, что ономастические реалии, в частности антропонимы, обладают культурологическим материалом, представляющим значимость для лингвистического анализа. В статье приведены примеры анализа определённых антропонимов английского языка.

Abstract. The article deals with the study of onomastic realia from the point of view of linguistic analysis and cultural significance. The review of the academic literature shows that onomastic realia, especially anthroponyms, have valuable cultural material which is important for linguistic analysis. There are appropriate examples of anthroponyms on the base of the English language in the article.

Ключевые слова: ономастика, реалия, антропоним, лингвистика, культурологическая значимость, лингвистический анализ.

Key words: onomastics, realia, anthroponym, linguistics, cultural significance, linguistic analysis.

Дихотомия язык-культура, взявшая начало несколько столетий назад, привлекает внимание языковедов и сегодня. В каждом языке есть понятия, не имеющие тождеств в других языках. Данные понятия также известны под названием «реалии». Одним из основных факторов, обеспечивающих существование таких понятий, является культура. В современной лингвистике продолжает набирать популярность изучение языкового и культурологического аспекта реалий. Среди подобных феноменов особое место занимают ономастические реалии, чем и обусловлена актуальность нашей статьи.

Ранее ономастические реалии были рассмотрены в трудах таких лингвистов, как Г. Д. Томахин, Е. М. Верещагин, И. В. Супрун, М. В. Голомидова, Л. С. Головина и другие. Новизна текущего исследования заключается в раскрытии ценнейшего культурологического потенциала, который присущ ономастическим реалиям в целом и антропонимам в частности. Предметом данного исследования послужили антропонимы как один из основных классов ономастических реалий. Доказать культурологическую значимость ономастических реалий на примере английских антропонимов является целью нашей статьи.

Основная часть

Подавляющая часть учёных склонна утверждать, что взаимосвязь языка и культуры неоспорима. Безусловно, язык подвержен мощному давлению со стороны культуры, но в тоже время сам воздействует на неё. Иными словами, язык часть культуры, а культура часть языка.

Отдельно взятый язык несёт в себе отпечаток культуры, выражаемый в понятиях, присущих только ему, и отсутствующих в других языках. Этот факт обусловлен тем, что каждый язык отражает культурный аспект того или иного общества людей, использующих данный язык. По словам Э. Сепира, «язык – это ориентир социальной реальности». [5, 162] Это означает, что язык представляет собой неотъемлемую часть социальной жизни людей. На этой основе формируется национально-культурная база народа. Различия между культурами способствуют возникновению особых национальных понятий, которые находят отражение в языке.

Под данными «национальными понятиями» Ч. Гарашарлы подразумевает слова и выражения, отражающие жизнь конкретных людей, и являющиеся лингвистическими единицами, которые характеризуются отсутствием лексических эквивалентов в других языках. [2, 6] Схожая мысль была высказана и Г. Д. Томахиным: «Непереводимыми являются слова, служащие для выражения понятий, которые отсутствуют в иной культуре и, как правило, не переводятся на другой язык одним словом; не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат» [13, 5]. Лексические единицы подобного типа также известны под названием «реалии».

Слово «реалия» произошло от латинского «realis», что в переводе означает «истинный», «действительный», «вещественный». В «Webster's New World College Dictionary» реалии определены как действительные предметы; объекты культуры, которые ассоциируются с повседневной жизнью [3].

Р. Гусейнова утверждает, что термин «реалия» употребляется в двух значениях:

1) понятия, предметы и события, отражающие историю, культуру, быт, уклад определённого народа и отсутствующие у других народов;

2) слова и фразеологические единицы, называющие данные понятия, предметы и события [4, 33].

Среди реалий лингвисты выделяют:

1) ономастические реалии (топонимы, антропонимы, названия литературных произведений, исторических событий и т. д.);

2) директивные реалии (слова, характеризующие политическую систему, государственные законы, жизнь, быт, традиции определённого народа и т. д.);

3) реалии афористического характера (цитаты, крылатые выражения и т. д.)

Из классификации ясно, что под ономастическими реалиями подразумеваются имена собственные, присущие конкретной культуре.

Л. С. Головина считает, что, выполняя свою кумулятивную функцию, ономастические единицы отражают не только нынешнее состояние культуры, но и предшествующее, и тем самым, служат «связующим звеном между поколениями, хранилищем и средством передачи внеязыкового коллективного опыта. Кумулятивной функцией обладают все единицы языка, но в наибольшей степени она выражена во фразеологии и ономастике» [9, 30].

Ономастическим единицам присуще некое дополнительное содержание, отражающее культурные особенности народа, употребляющего данные единицы. Эта важная составляющая семантики имён собственных также известна под названием «национально-культурный компонент». Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров полагают, что данный компонент обусловлен фоновыми знаниями. Фоновые знания, в свою очередь, «представляют собой информацию, общую для всех членов социума» [7, 73].

Под лексическим фоном ономастических реалий Г. Д. Томахин подразумевает добавочную информацию и ассоциации, необходимые для реализации имён собственных в речи [13, 197-198].

«Имя собственное обладает лексическим фоном. Оно, может быть, действительно, лишено лексического понятия, но его лексический фон оказывается обширным и качественно сложным» [8, 170].

Схожие мысли были выражены многими учёными. Например, В. И. Супрун писал о наличии у имён собственных ассоциативного и этимологического компонента, который формируется в сознании людей, использующих определённый язык [12, 20-24].

М. В. Голомидова применяет термин «фрейм»: «не собственно языковые знания, отражающие существующие у языкового коллектива фоновые знания о специфике применения ономастических единиц и знания о свойствах денотата» [10, 27]. По мнению учёной, языковые и неязыковые знания формируют некое бесконечное единство, необходимое для корректности номинации и для её восприятия [10, 28].

Е. Л. Березович подтверждает наличие фрейма и выделяет его из совокупности компонента, связанного с эмоциями, ассоциативного фона и коннотаций в значении ономастических единиц [6, 52].

Представив национально-культурную окрашенность имён собственных, в общем, перейдём к лингвистическому анализу антропонимических реалий с учётом их культурологического аспекта.

С первого взгляда может показаться, что антропоним - всего лишь имя, лично присвоенное человеку или, как пишет Д. И. Ермолович, «его опознавательный знак» [11, 38] (*Sammy, John, Dolly, Jenny*). Однако, проследив функционирование имён в речи, можно заметить, что их семантика предполагает не только указание на объект. Следует отметить, что антропонимы обладают понятийным значением, которое характеризуется следующими признаками:

1) указание на то, что носитель имени человек: *Tom, Jack*, но не *Manchester, Liverpool*;

2) указание на национальную принадлежность: *Mary, Oliver*, но не *Celine, Rene*;

3) указание на пол: *Robin, William*, но не *Kate, Ann*.

Для нашего исследования особое значение представляет второй признак, предусматривающий указание на национальную принадлежность человека.

Рассматривая антропоним как национальный знак, мы имеем в виду его принадлежность к определённому народу, обладающему определённой культурой. Если учесть тот факт, что ономастические реалии являются носителями национально-культурного колорита, то можно смело утверждать, что, будучи классом ономастических реалий, антропонимы также обладают большим культурологическим потенциалом.

В связи с этим вернёмся к примерам английских имён, указанных выше (*Sammy, John, Dolly, Jenny*), и рассмотрим их с учётом их национально-культурной окраски:

Sammy – мужское имя, популяризированное в период первой мировой войны, обозначающее американского солдата;

John – мужское имя, которое используется для обозначения среднестатистического мужчины;

Dolly – женское имя, употребляющееся в значениях «любимая», «крошка»;

Jenny – женское имя, которое называет деревенскую девушку.

В. В. Катермина верно заметила, что, будучи своеобразными «культурными доминантами» и элементами номинации, антропонимы характеризуются национально-культурной основой, вследствие чего, «помогают выявить особенности, характерные черты той или иной нации, того или иного типа языковой личности» [1]. Например, у англичан:

Johnny Newcome – служит для обозначения новорожденного у англичан;

Tom Thumb – называет человека слишком маленького роста;

Peeping Tom – обозначает чересчур любопытного человека;

John Trot – употребляется для называния бестактного мужчины.

Заключение

Таким образом, ономастические реалии являются элементами национально-культурной жизни народа, и культурологическая значимость имени собственного как особой составляющей национальной культуры не должна вызывать ни малейших сомнений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Катермина В. В., Зиньковская А. В. Лексические новации русского языка как отражение ценностей общества // *Успехи гуманитарных наук*. 2021. № 1. С. 210-215.
2. Garasharli Ch. *Language and culture (English-speaking Counties)* // Baku, «Elm və təhsil», 2014. - 152 səh.
3. *Realis* : словарь. URL: www.collinsdictionary.com/dictionary/english/realia (дата обращения: 10.10.2022).
4. Hüseynova R.H. *İngilis və Azərbaycan dillərində reali və fon sözləri*. Filol. elm. namiz. alimlik dərəcəsi almaq üçün dissert. Bakı 2003.
5. Sapir E. *Selected Writings in Language, Culture and Personality* // University of California Press, First Paperback Edition. 1985. – 617 p.
6. Березович, Е. Л. *Язык и традиционная культура: Этнолингвистические исследования* / Отв. ред. С.М. Толстая. М. : «Индрик», 2007. - 600 с.
7. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. *Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы* / Под редакцией и с послесловием академика Ю. С. Степанова. М. : «Индрик», 2005. - 1040 с.
8. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. *Лингвострановедческая теория слова*. М. : Русский язык, 1980. - 320 с.

9. Головина, Л. С. Русская ономастика в лингвокультурологической репрезентации для иноязычного адресата: монография // Псков: Псковский государственный университет, 2012. 222 с.
10. Голомидова, М. В. Искусственная номинация в русской ономастике: монография / Урал. гос. пед. ун-т. // Екатеринбург, 1998. – 232 с.
11. Ермолович, Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М. : Р.Валент, 2001. - 200 с.
12. Супрун, В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: дисс. ... доктора филологических наук. Волгоград, 2000. - 76 с.
13. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высш. шк., 1988. – 239 с.

УДК 811.111-26

Грибовский Евгений Владимирович, студент, Владивостокский государственный университет

Gribovsky Evgenii Vladimirovich, student of Vladivostok State University

Данилина Екатерина Константиновна, старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций и переводоведения, Владивостокский государственный университет

Danilina Ekaterina Konstantinovna, Senior Lecturer of the Department of “Intercultural Communications and Translation Studies”, Vladivostok State University

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ АНТИУТОПИЙ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ПРОЗЫ

LEXICO – STYLISTIC PECULIARITIES OF PERCEPTION OF DYSTOPIAS IN ENGLISH AND AMERICAN PROSE

Аннотация. В данной работе основное внимание было уделено изучению терминологии и лексики текстов в жанре антиутопии. Целью является анализ лексики антиутопии на основе произведений британских авторов-классиков и американского автора-современника. Приводятся примеры из произведений Дж. Оруэлла, Э. Бёрджесса и Дж. Дэшнера. Работа способствует дальнейшему изучению особенностей функционирования вымышленных языков в рамках жанра антиутопии.

Abstract. In this paper the emphasis was aimed to the study of terminology and vocabulary of texts of the dystopia's genre. The principal aim is to analyze the vocabulary of dystopia on the basis of the works of the British classic authors and an American contemporary author. The examples are given from the works of G. Orwell, A. Burgess and J. Dashner. The work contributes to the further study of the peculiarities of the functioning of fictional languages within the genre of dystopia.

Ключевые слова: окказионализмы, антиутопия, американская и британская литература, лексика, стилистика.

Key words: occasionalisms, dystopia, American and British literature, vocabulary, stylistics.

Введение

Антиутопия – образ социальной системы или сообщества, который автор считает нежелательным, отталкивающим или пугающим. Антиутопия как жанр часто используется для привлечения внимания к различным проблемам в реальном мире.

Едва ли можно не согласиться в том, что такой термин как языковая игра не получил более широкого применения. Вкратце, данный термин можно охарактеризовать как намеренное искажение нормы в угоду авторского видения сюжета. Однако в то же самое время нельзя жертвовать грамотностью в угоду красочности. Можно сделать вывод, что языковая игра – это осознанное создание неканонических грамматических и

лексических единиц [1]. Окказионализмы являются частным случаем языковой игры. Нередко авторы внедряют окказионализмы, чтобы внести больше эмоций в свои произведения. Вне зависимости от того, вносят эти окказионализмы позитивную или негативную окраску [1].

Необходимо отметить, что как Джордж Оруэлл, так и Энтони Бёрджесс прибегли в своих работах к вымышленному языку. Е.А. Орлова в своей работе о функционировании вымышленных языков пишет, что вымышленный язык является продуктом лингвоконструирования [2]. Показалось интересным сравнить лексику, присутствующую в произведениях различных авторов для того, чтобы попытаться найти некие закономерности. Ведь, с точки зрения писательского искусства создание новых языков не является чем-то новым и необычным. В литературе можно найти множество примеров: Синдарин британского писателя Джона Р. Р. Толкина, Дотракийский язык Джорджа Мартина и даже в кинематографе использование вымышленного языка считается вполне обыденной вещью (язык на’ви из фильма “Аватар”).

Таблица 1 - Примеры новообразований в произведениях авторов социальной фантастики

Типы новообразований	Джордж Оруэлл	Энтони Бёрджесс	Джеймс Дэшнер
Неологизмы	✓		
Потенциальные слова для вхождения в речевой оборот			✓
Окказионализмы		✓	

Джордж Оруэлл

Роман “1984” был написан в 1948 г. Впоследствии его название стало именем нарицательным для обозначения жестокого тоталитарного режима без какого-либо намёка на процветание, благополучие и базовые права человека.

Обращаясь к роману, хочется обратить особое внимание на следующие слова, показавшиеся наиболее выразительными и подходящими для данной работы: 1. *Controlled* – эффекты манипуляции, надуманный. “Это была одна из тех картин, которые настолько надуманны, что глаза следуют за вами, когда вы двигаетесь” [Книга 1, Глава 1]. 2. *Dissemble* – вести себя неестественно или наигранно (притворяться). “Скрывать свои чувства, контролировать свое лицо, делать то, что делали все остальные, было инстинктивной реакцией” [Книга 1, Глава 1].

Более того, есть несколько слов, которые были созданы Джорджем Оруэллом специально для произведения “1984”. Один из них – это так называемый “новояз”, вымышленный язык тоталитарного общества. Главная цель использования такого языка – это скрыть и растворить все человеческое такое как: чувства, эмоции, страхи и даже безобидные, будние мысли. Примеры: 1. *Airstripone* – официальное название государства Великобритания, 2. *Blackwhite* – Дж. Оруэлл описывал это как – “...лояльную готовность сказать, что черное - это белое, когда этого требует партийная дисциплина”, 3. *Doubleplus* – приставка, используемая для создания превосходной степени прилагательного или наречия (т.е. - плюсколд и даблплюсколд означали, соответственно, «очень холодный» и «самый холодный»).

Стоит также отметить ещё несколько примеров “Новояза” (“*Newspeak*”), предложенных литературным экспертом Джеффри Сомерсом [3].

1. *Unperson* – обезличенный. Definition: A person about whom all evidence of their existence is erased, typically after they are convicted of a crime and executed. Example: Withers, however, was already an UNPERSON. He did not exist: he had never existed [3]. Было важно обратиться за сравнительным анализом непосредственно к англоязычному сайту [3].

Лексика «новояза» сильно влияет на атмосферу романа, его лексическую структуру, сюжетно-композиционную организацию и придает оригинальность стилю текста.

Джордж Оруэлл, с присущим писателю умением ярко описывать атмосферу в книге и переносить её на читателя, заставляет его переживать и волноваться от осознания того, насколько искусственен и мрачен такой мир [4, с. 13].

Энтони Бёрджесс

Немалый интерес к исследованию заслуживает роман Э. Бёрджесса “Заводной апельсин”. В книге присутствует существенное количество жаргонизмов, происхождение которых явственно отсылает к русскому языку. При переводе романа на русский переводчики столкнулись с проблемой адекватности передачи слов для носителей русского языка. Проблема состояла в том, что слова так называемого “надсата” (вымышленного языка в романе) выглядели для русского читателя также необычно, как и для носителя английского [4, с. 14].

Название “надсат” отсылает русскоязычных читателей к суффиксу числительного. В английском данный суффикс звучит как “teen”. Очевидно, что название языка должно ассоциироваться с молодостью и эпохой юности, так как главные герои в романе - подростки.

Один из вариантов перевода вымышленного языка принадлежит В. Бошняку, который предложил выделять жаргонные слова латиницей. Например, в переведенном Е. Синельниковым романе герои используют русские слова как жаргонные, что обычно свойственно молодым людям: “лицо” (litso), “мальчик” (mallshik). Вот ещё несколько примеров подобной смеси русского и английского языков: 1. When we got outside of the Duke of New York we *viddied* (to see) by the main bar’s long lighted window, an old *pyahnitsa* (drunk man) or *drunkie*... [Часть I, с. 31]. 2. My gorlo was real dry (горло) [Часть II, стр. 164], [5]. Как упоминалось выше практически на каждой странице можно найти примеры: *horrorshow malchicks* [Часть I, с. 102] means good boys, а не наводящие ужас, ужасающие мальчики, как можно подумать, если разложить слово на два корня – *horror* and *show*, ужас и шоу, представление соответственно.

Несмотря на то что Э. Бёрджесс использовал в романе обширное количество слов, этимология которых относится к русскому языку, автор сохранял грамматические конструкции свойственные английскому. Например, если это глагол в прошедшем времени, то добавлялось окончание –ed, или если это существительное во множественном числе, то использовались окончания –s/es [6]. Опять же использование определённого окончания подбиралось в соответствии с грамматикой английского языка.

Довольно очевидно, что основой для образования окказионализмов для Э. Бёрджесса послужил русский язык. При одном взгляде на такие слова как (*dorogou, droog, grahzny, itty, kashl, merzky*) без большого труда видны корни исходного языка. Важно обратить внимание на то, что лингвостилистический аспект играет немаловажную роль в понимании окказионализмов. Требуется большое умение, чтобы при переводе не потерять смысл, который автор вкладывал в слова и выражения [7, с. 246].

Джеймс Дэшнер

Теперь необходимо обратиться к современному представителю, работающему в данном жанре. Трилогия, написанная американским писателем Джеймсом Дэшнером, называется “Бегущий в лабиринте”. Писатели, пишущие в таком жанре, как антиутопия, как правило, используют специальные слова, называемые неологизмами.

Неологизм – слово или словосочетание, сравнительно недавно появившееся в языке. Необычность такого слова или выражения может быть определена носителем языка без особых трудностей [8].

В романе – трилогии “Бегущий в лабиринте” можно отметить несколько групп, различающихся по семантическому принципу. 1. Топонимы, 2. Классы и профессии, 3. Слова, используемые для повседневного общения, и лексика, описывающая реалии мира [9].

Группа, описывающая реалии окружающего мира: 1. *Griever* – опасное существо, живущее в Лабиринте, 2. *Digs* – одежда или вещи, 3. *Beetle blade* – существо, вы-

полняющее роль наблюдателя [9]. Некоторые из этих слов присутствуют и в английском литературном языке, тем не менее, в сюжете романа эти слова окрашиваются и приобретают добавочное значение. Все они обозначают различные участки “Поляны”, которые специализируются на определенных видах деятельности [9].

Следующая группа представляет собой профессии и должности: 1. Gladers – жители Лабиринта, 2. Bricknicks – строители, 3. Newbie – новичок, недавно попавший в Лабиринт [9]. Присутствуют ещё некоторое количество слов, спектр которых немного варьируется, тем не менее, когерентность данных слов с общепринятой, широко употребляемой лексикой вполне определённа. Роман является любопытным примером для анализа с точки зрения молодёжного сленга. Ведь основная аудитория трилогии – это подростки.

Заключение

Безусловно, стилистические приемы, форма письма и словарный запас классических авторов и современных авторов различны. Тем не менее, они используют специальные слова, уникальные для каждого автора, для одних и тех же целей. Первое: для того чтобы привлечь внимание читателя к проблемам, которые уже существуют в реальном мире, не только с помощью острых сюжетных поворотов, наличием ассоциаций с политическим прошлым человечества, но и с помощью лексики, потому что именно язык в основном влияет на наше восприятие.

Однозначно сказать, что со временем неологизмы и окказионализмы упрощаются или усложняются невозможно. Утверждать обратное было бы неверно, так как каждое художественно-литературное произведение уникально. У каждого автора свои предпочтения, относительно которых и выбираются соответствующие слова.

Исследовав антиутопические романы Дж. Оруэлла, Э. Бёрджесса и Дж. Дэшнера, можно сделать вывод, что цели и приёмы у всех вышеупомянутых писателей симметричны. Невозможно точно определить весь спектр языковой игры, однако отслеживаются определённые черты, помогающие читателям лучше понять задумку автора.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Высоцкая В.А. Отражение языковой игры в переводах романа Дж. Оруэлла “1984” // Молодой ученый. 2019. № 20 (258). С. 543-546. URL: <https://moluch.ru/archive/258/59228/> (дата обращения: 09.10.2022).
2. Орлова Е.А. Функционирование вымышленных языков в романах – антиутопиях (на примере романа Дж. Оруэлла “1984”) // Белгород : 2016. С. 6-8.
3. Jeffrey Somers '1984' Vocabulary // ThoughtCo. : сайт. URL: <https://www.thoughtco.com/1984-vocabulary-4685440> (дата обращения: 09.10.2022).
4. Белозерцев В.В. Лингвистические особенности жанра антиутопии // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее // Наука и Просвещение. 2017. С. 12-14.
5. A. Burgess A CLOCKWORK ORANGE // Санкт-Петербург : ООО "Издательство Антология", 2018. – 256 с.
6. Родионова А. М. Проблемы перевода новообразований и их решения в романе Э. Бёрджесс "Заводной апельсин" // Молодой учёный. 2020. № 9 (54). С. 35-36.
7. Петров Д. В. Лингвистический аспект перевода окказионализмов на примере романа Э. Бёрджесса “Заводной апельсин” // Научный альманах. 2019. № 11-2 (61). С. 242-247.
8. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. . М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы.
9. Голомысова Д. А. Лексико-семантические характеристики молодёжного сленга в романе-антиутопии (на примере произведения Дж. Дэшнера "Бегущий в лабиринте") // Вестник магистратуры. 2016. № 6-2 (57). С. 93-95.
10. Джеймс Дэшнер., Бегущий в лабиринте. Москва : Издательство АСТ, 2019. – 798 с.

Долгова Мария Сергеевна, студент, Московский педагогический государственный университет

Dolgova Maria Sergeevna, student, Moscow Pedagogical State University

Зуева Виктория Сергеевна, студент-магистрант, Московский педагогический государственный университет

Zueva Victoria Sergeevna, student, Moscow Pedagogical State University

Стрелкова Ольга Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, Московский педагогический государственный университет

Strelkova Olga Aleksandrovna, PhD, Associate Professor, Moscow Pedagogical State University

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ КОММУНИКАТИВНОГО ЧТЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНФОГРАФИКИ

DEVELOPMENT OF COMMUNICATIVE READING SKILLS WITH THE HELP OF INFOGRAPHICS

Аннотация. В статье исследуется инфографика как метод развития навыков коммуникативного чтения и ее роль в образовательном процессе. Научная новизна данной статьи заключается в том, что в ней впервые рассматривается инфографика в качестве учебного текста. Рассмотрены современные определения понятия «инфографика», ее специфика. Особое внимание уделяется созданию вариантов учебных заданий с использованием инфографики на занятиях по английскому языку с целью активизации умений коммуникативного чтения. В статье рассматривается дидактический и функциональный потенциал использования инфографики. Инфографика сравнительно недавно стала использоваться в практике преподавания, но очевидно, что она обладает рядом неоспоримых преимуществ в обучении.

Abstract. The article examines infographics as a method of developing communicative reading skills and its role in the educational process. The scientific novelty of this article lies in the fact that it considers infographics as an educational text for the first time. Modern definitions of the concept of "infographics" and its specifics are considered. Special attention is paid to the creation of variants of educational tasks using infographics in English classes in order to activate the skills of communicative reading. The article discusses the didactic and functional potential of using infographics. Infographics have been used relatively recently in teaching practice, but it is obvious that it has a number of undeniable advantages in teaching.

Ключевые слова: коммуникативное чтение, инфографика, навыки, образование, учащиеся.

Key words: communicative reading, infographics, skills, education, students.

В данном исследовании изучалось использование обучающих методик пересказывания текста с использованием инфографики в виде графических схем-изображений. Уроки, посвящённые развитию рецептивного навыка - чтения, должны предусматривать коммуникативные упражнения, подразумевающие устное и письменное общение.

Чтение является одним из самых важных средств передачи информации и является важнейшим средством для жизни современного сформированного человека. В настоящей жизни оно выступает в качестве отдельного, самостоятельного вида коммуникативной деятельности, мотив которой заключается в удовлетворении потребности, содержащейся в тексте информации.

Под термином «коммуникативное чтение» мы понимаем сформированное чтение, которое характеризуется автоматизированной техникой чтения, высокой степенью развития рецептивной лексики и грамматики, рецептивной способностью извле-

катель содержимое и смысловую информацию, что позволяет обратить внимание на получение информации из иноязычного текста [7, с. 91].

Коммуникативный подход создает условия для развития речевых способностей в целом, что обеспечивается мотивами и задачами опосредованной коммуникации: учащиеся понимают, что за цель и для чего им мотив, что они читают. Применение оригинальных текстов, комплектов иллюстраций позволяет создать на уроках действительно коммуникативную обстановку, моделировать реальную ситуацию опосредованной коммуникации.

Отметим, что развивать коммуникативные умения чтения – одна из основных целей подготовки по иностранному языку, обращенная на его практическое использование. В своих работах Долгина О.А. пишет: «этот вид чтения предполагает такой подход к письменному тексту, когда читатель ясно видит результат будущей деятельности. Такое чтение отличается автоматической техникой чтения, высокой степенью развития рецептивной лексики и грамматики, что позволяет ориентироваться на содержание прочитанного, гибкую комбинацию приемов, соответствующих конкретным задачам чтения».

Для достижения успеха в учебе по чтению с помощью коммуникативного метода необходимо целенаправленным образом отрабатывать навыки и умения учащихся, чтобы получить соответствующие знания:

- понимание коммуникативной цели чтения (слушания) текста и в соответствии с этим организация процесса чтения;
- осознание содержания текста;
- определение основной мысли текста, стиля и типа речи;
- прогнозирование содержания текста по заголовку, по этому началу [11, с. 17].

Пересказ, как одна из форм монологической речи, даёт возможность развивать коммуникативные навыки учащихся средней школы. При пересказе текста в отсутствие любой формы наглядной опоры, учащиеся средней школы сталкиваются со следующими трудностями: структурирование информации, последовательность и логичность изложения материала, использование необходимых лексико-грамматических единиц, передача основной мысли. Очень важно научить их правильно выражать свои мысли после прочтения текста. В процессе подготовки к пересказу у учащихся расширяется словарный запас; улучшается память, внимание, восприятие; идет работа над произношением и интонацией; развиваются причинно-следственные связи, умение анализировать информацию, а также критическое мышление.

Таким образом, пересказ является комплексным многогранным способом развития коммуникативной компетенции. Пересказ текста с множеством пояснений требует самостоятельно сформулированных суждений, обобщений, выводов. Как показывает практика, лучшими пересказами являются эмоционально образные тексты. Особенность пересказа по сравнению с другими формами обучения в формировании связного логического языка заключается, прежде всего, в том, что качество пересказа оценивается степенью близости к первоисточнику.

Наглядный план позволяет визуализировать последовательность событий и выделять важные и ключевые моменты в тексте. Кроме того, обучающиеся учатся излагать содержание текста. Схематизация в данном случае служит еще одним способом взаимодействия учащихся с текстом, а опорный план помогает наглядно представить содержание текста в доступном и понятном виде.

Учитывая то, что большую часть информации человек воспринимает визуально, инфографика является одним из видов наглядной опоры и обеспечивает логичность и структурированность высказывания.

Инфографика представляет собой графическое представление свойств объектов, предметов, процессов или явлений и демонстрирует связь между этими свойствами.

Это сочетание графики, лаконичности и статистики. Используется в тех случаях, когда нужно ясно и структурировано представить информацию большого объема.

Применять инфографику можно в различных формах: уроки, проекты, исследования, самообучение. Содержательная, яркая, тематическая инфографика обязательно проводит ученика к исследованию. Задания с применением инфографики могут быть использованы для любых предметов: истории, иностранных языков и т.д.

Инфографика как современный инструмент визуальной коммуникации на уроке может осуществлять ряд функций: способствует стремительному усвоению и запоминанию информации, акцентируя внимание на главном; усиливает эффективность в получении знаний; является средством для формирования исследовательских, дизайнерских и креативных навыков и навыков критического мышления. Учащийся средней школы, прочитав главу или раздел в книге, с помощью инфографики может выделить взаимосвязи и взаимозависимости смысловых частей текста; обобщить основные мысли в том порядке, в котором они появляются в тексте; распределить записи на смысловые блоки на листе бумаги или на онлайн-платформах. Инфографика позволяет учащимся демонстрировать связи с помощью стрелок и других визуальных указателей.

В. Ф. Шаталов писал, что иногда приходится делать 3-4 зарисовки, чтобы найти наилучший графический способ подачи информации. Ключевыми принципами оформления инфографики являются: преобразование записей в графические (пиктограммы, условные обозначения, фото, рисунки, схемы), алфавитные (включая аббревиатуры), знаковые сигналы (собственные символы, которые необходимо объяснить учащимся); выделение крупных смысловых блоков контурами и графическое изображение связей между ними. Уроки с использованием инфографики получаются интересными: она упрощает процесс восприятия ученика благодаря особенностям подачи информационной составляющей. Обучающиеся слушают друг друга, с интересом рассматривают визуализацию, предложенную одноклассником, соотносят монологическое высказывание с визуальным оформлением текста.

Кроме того, создание инфографики имеет ряд преимуществ:

1. Поощряет дебаты: учащиеся не только усваивают информацию, но и учатся сравнивать факты и убедительно доказывать свою точку зрения.

2. Развивает разговорные навыки: заменяет сочинения, так как учащиеся сдают наглядные тексты и рассказывают материал на основе собственной графики. В качестве примера можно привести следующее задание: учащимся нужно на линии времени проследить последовательность исторических событий.

3. Развивает цифровую грамотность. Учащиеся осваивают новые интерактивные платформы, которые позволяют им визуализировать текстовый материал. Этот навык также пригодится им в будущем.

4. Учит рассуждать. Важно научить не только составлять инфографику, но и читать её (критически анализировать диаграммы и таблицы, делать правильные выводы), извлекать как можно больше полезной информации и делать это обязательно вслух.

5. Помогает интерпретировать информацию, понимать порядок аргументированных мыслей, развивать внимание, память и ораторские способности. В этом случае активно задействованы образное мышление, память, дизайнерские способности.

ФГОС предполагает овладение следующими умениями: сравнением, систематизацией, анализом, обобщением и интерпретацией информации, умением выделять главную или лишнюю информацию, представить информацию сжатой словесно-наглядной и символической формой, дополнить схемы, табличные и текстовые таблицы; научиться представить информацию через инфографику. В процессе подготовки нужно постоянно вести контроль над информационными навыками; проверять умение работать поэтапно с графическими данными, их интерпретацию в письменной форме и различия в восприятии информации у учащихся. Работа с инфографикой должна оцениваться в нескольких направлениях: самостоятельно формулировать цели и задачи

учебной литературы, анализировать поиск необходимой информации для выполнения задач, обосновывать выбранное решение, правильно оценить собственную работу.

Учащиеся средней школы лучше запоминают информацию, создавая визуализацию, в отличие от традиционного запоминания большого количества текстов, внешне не связанных друг с другом. Таким образом, можно сделать вывод, что использование инфографики желательно и даже необходимо на уроках английского языка учащихся средней школы.

Для создания вариантов учебных заданий с использованием инфографики с целью развития навыка коммуникативного чтения за основу был взят учебник 6-го класса «Звёздный английский». Можно предложить учащимся выполнить следующее:

В рамках работы с текстом про Санкт-Петербург предлагается составить инфографику, содержащую основные достопримечательности города и краткий рассказ о них.

В рамках изучения темы «Еда» учащимся предлагается составить инфографику на основе текста про пельмени, уделяя внимание истории возникновения и способам приготовления.

В разделе «Citizenship» предлагается составить инфографику к тексту «Как быть хорошим туристом?». Учащиеся структурируют и визуализируют информацию, составляя правила поведения на природе, и пересказывают текст на основе своей инфографики.

Используя методы инфографики, были получены следующие основательные результаты:

1. Систематическое использование комбинации инфографики и пересказа текста помогает учащимся более эффективно подготовиться к государственной итоговой аттестации по английскому языку.

2. Умение читать карты, схемы, графики и диаграммы - востребованный и актуальный навык, необходимый современному человеку, позволяющий критически анализировать информацию, делать выводы на основе увиденного.

3. Инфографика оказывает непосредственное влияние на развитие навыка коммуникативного чтения: уже в процессе составления инфографики обучающиеся выделяют ключевую информацию, структурируют её, разделяя на смысловые блоки. Использование визуальной опоры способствует развитию монологической речи, делает пересказ текста более осмысленным и логичным.

4. Учащиеся заинтересованы в создании инфографики как визуальной опоры для своего монологического высказывания, видят в этом возможность раскрыть свой творческий потенциал. В рамках подготовки выступлений на научно-практических конференциях учащимся уже начата работа над проектами по созданию инфографики [5, с. 29]. Таким образом, инфографика поспособствовала заинтересованности учащихся в проектно-исследовательской деятельности.

Важно объяснять учащимся необходимость эмоциональной передачи основного смысла прочитанного текста, а также умения слушать и слышать точку зрения и аргументацию друг друга. Учащиеся постепенно развивают коллективную оценку, происходят постепенные изменения в развитии познавательного процесса, формируется логическое мышление, а также развиваются коммуникативные навыки, которые решают многие адаптационные функции в социуме.

В глубоком изучении многообразных аспектов исследований было показано, что большинство ученых таких как А.Е. Басырова, Ж.Е. Ермолаева, Я.В. Лайкова и др., особенно уделяют внимание интеграции знаков в инфографике семиотических систем. Например, Ж.Е. Ермолаева и О.В. Лапухова отмечают, что «инфографика является синтетической формой организации информационного содержимого, включающей в себя, прежде визуальную часть, и в первую очередь текст, поясняющий всю визуальную часть» [7, с. 58].

Из всего вышперечисленного можно сказать, что коммуникативное чтение является фундаментом развития умения учащихся выразить мысли в устной и письменной форме. Учащиеся не только отвечают на вопросы после текста, но и комментируют его

содержание, выражают свое мнение о полученной информации, сокращают текст, выделяя основную мысль. Эффективность использования инфографики при пересказе объясняется тем, что ее содержание, логика, структура, компактность, живность, образность и привлекательность позволяют быстро, просто и легко представлять сложные данные.

В образовательном процессе инфографика не является новым явлением. Педагоги достаточно внимательно относились к визуализации образовательной информации в советские годы. Наблюдения показывают, что инфографику можно использовать на уроках иностранного языка как для репродуктивных, так и для производственных задач. Результаты работы позволяют определить инфографику как модель языковых символов и вербальных и невербальных символов. Инфографика обладает богатым информационно-дидактическим потенциалом. Среди преимуществ - аутентичность и возможность использовать готовые материалы без предварительного адаптирования, а также это важное средство повышения мотивации для изучения английского языка.

Инфографика может использоваться не только в процессе обучения иностранному языку, но и в самостоятельной форме, в рамках автономно изучаемой дисциплины. Как явление инфографика способствует легкому и быстрому созданию учебных материалов, облегчает поисковую деятельность, помогает организовать увлекательную командную работу в группах. Инфографика по праву должна находиться в центре внимания современных лингвистов, поскольку она играет важную роль в трансформации цифровых технологий. Дальнейшее исследование представляет собой перспективное изучение ментальных карт как разновидности инфографики.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Авдиенко, А. В. Инфографика как альтернативный способ подачи информации // Университетские чтения Пятигорского гос. ун-та. 2016. С. 58-62.
2. Беликов, В. А. Образование. Деятельность. Личность: монография. М. : Академия Естествознания. 2010. – 310 с.
3. Борисова, И. О. Инфографика как самостоятельный жанр // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2012. № 5. С. 186-194.
4. Ден, А. Формирование учебно-познавательной компетенции при обучении чтению на иностранном языке. автореф. дис. ... научная библиотека диссертаций. Москва, 2012. С. 1-6.
5. Ермолаева Ж.Е. Инфографика как способ визуализации учебной информации // Концепт. 2014. № 11. С. 26-30.
6. Исламшин Р.А. Теория и практика формирования коммуникативной культуры в школе // Педагогика. 2001. № 6. С. 18-24.
7. Кротова А.Г. Инфографика как особый вид креолизованных текстов (лингвистический аспект) // И. А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика: труды и материалы Международной конференции (V Бодуэновские чтения). Казань : Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2015. – 126 с.
8. Лайкова Я.В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник МГУ. 2016. № 4. С. 41-52.
9. Лаптев В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику. М. : Эйдос, 2012. – 180 с.
10. Лозован Л.Я. Формирование коммуникативных умений младших школьников. Москва : ИСМО РАО; Новокузнецк : КузГПА, 2010. - 141 с.
11. Тихонова Т.Е. Формирование коммуникативной культуры младших школьников в условиях полиязыкового образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук // Сочинский государственный университет. Сочи. 2011. - 23 с.
12. Хузеева Г.Р., Быковская Е.В., Трошина А.А. Диагностика и развитие коммуникативной компетентности детей младшего школьного возраста. М. : ВЛАДОС. 2014. - 80 с.

Дьяченко Кирилл Витальевич, студент; Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева

Dyachenko Kirill Vitalyevich, student; Kazan National Research Technical University named after A.N.Tupolev-KAI, KNITU-KAI

Шарафутдинов Эмиль Эльвирович, студент; Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ, КНИТУ-КАИ.

Sharafutdinov Emil Elvirovich, student; Kazan National Research Technical University named after A.N.Tupolev-KAI, KNITU-KAI

Буланова Лейсан Наилевна, кандидат филологических наук, доцент; Казанский национальный исследовательский технический университет им.А.Н.Туполева-КАИ, КНИТУ-КАИ

Bulanova Leisan Nailevna, PhD in Philology, Associate Professor; Kazan National Research Technical University named after A.N.Tupolev-KAI, KNITU-KAI

РУССКОЯЗЫЧНОЕ ИГРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО И АНГЛИЙСКИЙ СЛЕНГ

RUSSIAN-LANGUAGE GAME SPACE AND ENGLISH SLANG

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования английского сленга в русскоязычном компьютерно-игровом дискурсе. Вынужденная изоляция и карантин в период пандемии вызвал громадный рост игровой индустрии, который в свою очередь значительно ускорил процесс заимствования языком новой специальной лексики сферы игровой индустрии. Значимое присутствие игр в социальной жизни непременно диктует и их осязаемое влияние на процесс коммуникации как в процессе игры, так и за пределами смоделированной виртуальной реальности. Отличительной особенностью современного «игрового» русского языка является активное заимствование сленговых выражений. Ежегодно появляется до сотни новых слов и выражений, при этом лишь некоторая часть из них остается в глобальном или локальном компьютерно-игровом дискурсе надолго.

Abstract. The article deals with the peculiarities of English slang functioning in Russian computer games discourse. A forced isolation and quarantine in pandemic caused a huge growth of gaming industry, which in its turn considerably accelerated the process of language borrowings of new special lexicon from gaming industry. The significant presence of games in social life inevitably dictates their tangible impact on the process of communication both within the game and beyond the simulated virtual reality. A distinctive feature of modern «gaming» Russian language is active borrowing of slang expressions. As many as a hundred new words and expressions appear each year, with only a certain number of them remaining in global or local computer gaming discourse for a long time.

Ключевые слова: язык геймеров, игровая индустрия, игровой сленг, игровой дискурс, заимствования.

Key words: gamers' language, gaming industry, gaming slang, gaming discourse, borrowing.

В условиях современной виртуализации жизнедеятельности человека, актуальным становится изучение процессов взаимодействия и особенностей организации речевого пространства участников виртуального игрового общения. Так воздействие компьютерных игр на поведение и общение становится объектом исследования психологов, маркетологов, специалистов медицинских учреждений в то время, как компьютерно-игровой дискурс вызывает интерес филологов в точки зрения их влияния на речевую деятельность геймеров.

В своей работе Северин Д.Е. [7] определяет компьютерно-игровой дискурс как способ речевого взаимодействия через интернет посредством компьютеров. Нас же в данной работе интересует лишь часть виртуального общения, а именно компьютерно-игровой сленг. О языке геймеров как игровом сленге говорят в своих трудах Л.В. Меркулова [5], О.В. Булочова [1], В.Е. Щербина [9] и другие. Игровую лексику в качестве терминов, терминоидов и профессионализмов предлагает рассматривать Горностаев С.В. [2] Исследование частотности использования лексики игрового сленга ставит во главу угла в своей работе Селютин А.А. [8] Однако все исследователи едины во мнении, что игровой сленг позволяет выразить мысль кратко, емко и понятно для узкой группы людей, а самым продуктивным источником русскоязычного игрового сленга становятся англицизмы.

Н.И. Мелконян [4] и И.О. Морозова [6] в своих исследованиях предлагают детальный анализ способов словообразования сленговых выражений. Наиболее частотными вариантами являются *калька*, т.е. заимствование и грамматическое и фонетическое преобразование слова (как правило это транскрипция или транслитерация), например: *stack* – стак (максимальное количество предметов в одной ячейке), *healer* – хилер (медбрат, медсестра), *noob* – нуб (новичок, плохой игрок, из-за которого можно проиграть); *полукалька*, при которой можно наблюдать фонетические и грамматические изменения заимствованной лексической единицы по словообразовательным моделям русского языка, например, при помощи аффиксации: *farm* – (за)фармить (накапливать что-либо, повторяя определенные действия), *feed* – фидить (подаваться, чтобы своим проигрышем помочь противнику быстрее получить следующий уровень), *kick* – кикнуть (выкинуть игрока из чата, сообщества), *leave* – ливнуть (выйти, слиться из игры), *kill* – кильнуть (лишить противника жизни), *damage* – задамажить (нанести урон, ущерб, повреждение), *scam* – заскамить (украсть чьи-либо предметы), *mute* – замутить (забанить игрока, лишив его возможности общаться в чате) и др.; *перевод*, под которым подразумевается традиционный перевод игровых терминов на русский язык, например: *deathmatch* – игра на смерть, *headshot* – выстрел в голову, *one shot one kill* – один выстрел, один труп и др; *усечение*, в результате которого новое слово появляется путем отсечения его части, например: *имба* (от англ. *imbalance* – неоправданно сильный, нарушающий игровой баланс, офигенный, классный); *сокращения*, которые представляют собой начальные буквы английского словосочетания, нередко видоизмененные согласно нормам словообразования в русском языке, например: *эл эсный* (от словосочетания *low skills*) – с плохими навыками, без опыта и др.

Рассмотрим несколько сленговых выражений с примерами общения игроков в чате:

Ultimate ability (в русском ульт, ультануть) переводится на русский язык, как «предельная способность», «максимальная способность», «ультимативное умение», «применять самую мощную атаку» (рисунок 1)

Cheater (в русском читер) образовано от слова *to cheat* «облапошить, надуть кого-либо, ловчить». Например, когда игрок может стрелять без промахов, видеть сквозь стены и иметь неиссякаемый запас ресурсов. (рисунок 1)

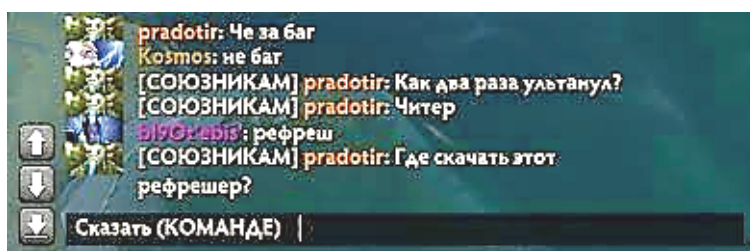


Рисунок 1 – Чат игры

GG представляет собой сокращение от Good Game – хорошая игра. GG в чатах используется в качестве комментария к интересной, увлекательной игре и заслуженной победе. (см. рис. 2)

GG WP используется в качестве общепринятого сокращения в киберспорте, которое стало популярным среди геймеров в разных играх. Дословный перевод термина - «хорошая игра, прекрасно сыграно» в полном варианте «Good Game, Well Played» (рисунок 2).

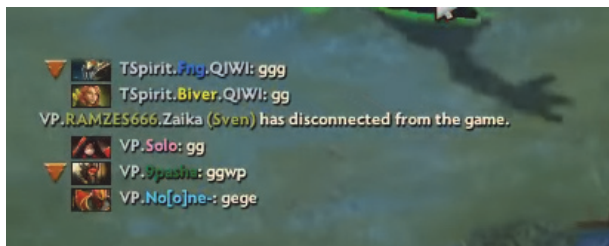


Рисунок 2 – Чат игры

Рамки данной статьи не дают нам возможности продемонстрировать случаи употребления всех рассмотренных 54 сленговых слова, взятых из чатов 11 компьютерных игр. Важно отметить, что выборку материала для исследования можно разделить на глобальный (используемый во всех играх, независимо от стран) и локальный игровой сленг, который присущ только определенному игровому сообществу. Но в связи с популяризацией игр, на сегодняшний день мы наблюдаем переход локальных фраз из одной игры в другую и активное их использование в тематических пабликах и чатах.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Булочова, О. В. Язык геймеров как вид современного молодежного сленга // Проблемы формирования единого научного пространства: сб. ст. междунар. научно-практ. конф в 4 ч. Ч. 3. Уфа : АЭТЕРНА. 2017. С. 20-22.
2. Горностаев, С. В. Специальная лексика сферы игровой индустрии // Вестник Нижегородского университета им.Н.И. Лобачевского. 2016. № 6. С. 189-196.
3. Жабина, Л. В. К вопросу об игровом сленге (на материале английского и русского языков). URL: https://pgu.ru/upload/iblock/6e7/uch_2014_v_35.pdf (дата обращения: 10.10.2022).
4. Мелконян, Н. И. К вопросу о способах образования компьютерного сленга // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. № 1. С. 211-214.
5. Меркулова, Л. В. Сленг геймеров как универсальное средство межкультурной коммуникации // Проблемы современного педагогического образования. 2015. № 47-1. С. 164-167.
6. Морозова, И. О. Словообразовательные особенности английских заимствований в современном русском студенческом сленге // Разноуровневые черты языковых и речевых явлений: Межвузовский сборник научных трудов. Выпуск XIII. Пятигорск : ПГЛУ. 2006. С. 67–76.
7. Северин Д.Е. Способы передачи английской безэквивалентной лексики в процессе перевода компьютерного дискурса // Молодой ученый. 2017. № 28. С. 109-113.
8. Селютин А.А. Игровой сленг и трансмедийность // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 7. Филологические науки. Вып. 125. С. 131-137.
9. Щербина В.Е. Язык геймеров как компонента молодежного сленга // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2018. №3(81). Ч.2. С. 395-398.
10. Что значит GLHF и другие фразы геймеров? URL: <https://imgame.kz/spets/chto-znachit-gl-hf-i-dругие-frazy-gejmerov/> (дата обращения: 10.10.2022).

Ещеркина Людмила Владимировна, старший преподаватель кафедры «Лингвистика и гуманитарные дисциплины», ОУ ВО Южно-Уральский технологический университет
Eshcherkina Lyudmila Vladimirovna, Senior Lecturer of the Department of Linguistics and Humanitarian Disciplines, Educational Institution of Higher Education «The South Ural University of Technology»

Скачкова Екатерина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Лингвистика и гуманитарные дисциплины», заведующая кафедрой «Лингвистика и гуманитарные дисциплины», ОУ ВО Южно-Уральский технологический университет
Skachkova Ekaterina Anatolevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Linguistics and Humanitarian Disciplines, Educational Institution of Higher Education «The South Ural University of Technology»

АСПЕКТЫ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ И АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫХ СЛОВ И ЛОЖНЫХ ДРУЗЕЙ ПЕРЕВОДЧИКА

ASPECTS OF THE EQUIVALENCE AND ADEQUACY OF THE TRANSLATION OF INTERNATIONAL WORDS AND FALSE FRIENDS OF THE TRANSLATOR

Аннотация. Статья посвящена вопросам достижения эквивалентности и адекватности перевода интернациональных слов и ложных друзей переводчика как актуальной составляющей межкультурной коммуникации. Целью является выявление отличительных особенностей данной лексики и способов ее перевода. Полученные результаты в виде определенных способов перевода могут найти широкое применение в процессах межнационального общения.

Abstract. The article is devoted to the issues of achieving the equivalence and adequacy of the translation of international words and false friends of the translator as an actual component of intercultural communication. The goal is to identify the distinctive features of this vocabulary and ways to translate it. The results obtained in the form of certain methods of translation can be widely used in the processes of interethnic communication.

Ключевые слова: эквивалентность, адекватность, интернациональные слова, ложные друзья переводчика, перевод.

Key words: equivalence, adequacy, international words, translator's false friends, translation.

В наши дни перевод является важной составляющей межкультурной коммуникации. Процесс перевода является сложным и требует решения множества вопросов. Одним из спорных явлений в переводческой практике является достижение эквивалентности и адекватности при переводе интернациональных слов и ложных друзей переводчика.

В некоторых работах термины «адекватность» и «эквивалентность» трактуются как взаимозаменяемые. Этой точки зрения придерживается Дж. Кэтфорд, который определяет термин «переводческая эквивалентность» как адекватность перевода [5, 24]. Существует также точка зрения, согласно которой понятия адекватности и эквивалентности разграничиваются, но в то же время рассматриваются как тесно взаимосвязанные характеристики перевода. Данной точки зрения придерживается В.Н. Комиссаров, который трактует адекватность перевода более широко и использует данное понятие как качественную и грамотную интерпретацию текста исходного языка для получения адекватной передачи смысла высказывания. Качественный перевод служит для осуществления полноценного межкультурного общения в рамках современных условий глобализации. В этой связи понятие адекватности считается ключевым фактором в процессе передачи содержания, грамотного перевода языковых и речевых единиц [3, 15].

Под эквивалентностью перевода следует понимать равенство главным образом внутреннего содержания текста оригинала и текста перевода. В данном случае точка зрения В.Н. Комиссарова в отношении эквивалентности перевода является точной [3, 16].

По В.Н. Комиссарову, при переводе текста с английского языка на русский переводчик должен стремиться достижения адекватности и эквивалентности перевода на различных уровнях: на уровне языковых знаков (лексические, грамматические единицы языка), на уровне предложения и сообщения, на уровне высказывания; на уровне ситуации общения и на уровне коммуникативной цели текста [4, 76]. Большой интерес представляет достижение эквивалентности и адекватности перевода текстов на уровне языковых знаков, а конкретнее: на уровне лексических единиц и лексико-семантических связей.

На современном этапе в языковых исследованиях большое внимание оказывается аспектам перевода интернациональных слов. Такая актуальность связана с постоянно растущим значением интернациональных лексики и понятий во многих сферах функционирования языков. Это обусловлено актуальными контактно-противоположными процессами в языках [1, с. 69]. Необходимо изучать лексико-семантические особенности данной лексики, так как от правильного перевода будет зависеть смысл текста в переводящем языке.

Под интернациональной лексикой понимаются слова, пришедшие в переводящий язык из других языков, в основном, это латынь и древнегреческий язык. Встречаются интернациональные слова, заимствованные и из современных языков. В этом случае это преимущественно термины из разных областей знания, например, термины из области инфокоммуникационных и компьютерных технологий пришли из английского языка, музыкальная терминология происходит от итальянского языка, понятия из области театра и балета произошли от французского языка. Эта лексика похожа фонетически, графически и семантически, например, заимствования из английского языка: browser – браузер, driver – драйвер, processor – процессор, monitor – монитор; заимствования из итальянского языка: bel canto – бельканто, aria – ария, soprano – сопрано, contralto – контральто; заимствования из французского языка: plier – плие, pas de deux – па-де-де, fouetté – фуэте.

Следует отметить, что интернациональные слова зачастую представляют разницу в семантике. Так заимствованное значение может трансформироваться из-за воздействия принимающей языковой системы. Также встречаются случаи, когда слова, имеющие много значений в исходном языке, переходят в переводящем языке лишь в одном смысле. Встречаются и повторные заимствования одного и того же слова, но в таком случае у него могут быть разные смыслы. Поскольку само заимствование и дальнейшая ассимиляция понятия в переводящем языке может длиться долгое время, в ряде ситуаций лексическая единица в исходном языке может изменить свои значения. В этой связи в обоих языках могут сосуществовать похожие по структуре лексические единицы, но у них могут быть различные значения. Такой дуализм обусловлен долгим историческим развитием обоих языков [2, с. 53].

Большую популярность заслужили вопросы перевода «ложных друзей переводчика». Это понятие восходит к французскому выражению *faux amis du traducteur*. У данных слов имеется графическое, грамматическое и семантическое сходство. Данная лексика представляет собой межъязыковые синонимы, омонимы и паронимы. Это название данной категории слов обусловлено тем, что в силу их схожести, в процессе перевода возникают разночтения, и искажается смысл высказываний. Это ведет к ошибкам перевода, что может оказаться серьезным нарушением, например, в научно-технических текстах. Поэтому необходимо уметь разграничивать данную лексику, знать ее особенности и способы перевода [2, с. 33].

Рассмотрим так называемых «ложных родственников». К примеру, слово “sensible”, которое в английском языке означает «разумный», в испанском и французском имеет значение «чувствительный». В русском и в английском языках таких слов очень много. Они представляют определенную проблему в современном переводе. Поэтому нужно обращать особое внимание на них в процессе перевода.

При сравнении значений слов *critical* и *критический* в русском и английском языках можно проследить существенные расхождения в их семантике. По сути, слово *critical* переводится как *основной, главный*. Данные значения отсутствуют у русского аналога. Слова *критический* или *критичный* не являются синонимами к слову *основной, важный*. Так, может полностью нарушиться логико-семантическая связь, значительно изменится смысл высказывания по сравнению с первоначальным вариантом в исходном языке.

Необходимо отметить, что большое значение в процессе перевода имеют явления межъязычной паронимии и омонимии [1, с. 69]. Данные явления существуют в обоих языках. Паронимы воспринимаются как ложные друзья переводчика, когда внутри одного языка существуют разные значения одного и того же слова.

Явление межъязычной паронимии свойственно для обоих языков. Для нее характерна так называемая билатеральность. Это обусловлено внутренней паронимией. Это значит, что в одном языке могут существовать слова-синонимы или паронимы, у которых есть общее значение, а также оттенки значений. В английском языке примером внутренней паронимии может служить языковая пара слов: *specially* (*специально*) и *especially* (*особенно*). При переводе на русский язык в большинстве случаев будет использован вариант «*специально*». Даже носители языка могут склоняться к этому варианту. Однако чаще явление межъязычной паронимии является односторонним. Например, может происходить интерференция понятий *mayor-major*.

Если сравнить слова “*absolute*” и «*абсолютный*», то можно заметить у них много совпадений в значениях. Однако стоит отметить, что однокоренные наречия будут сильно отличаться и представлять собой явление ложных друзей переводчика. Так, понятие «*абсолютно*» в русском языке имеет перевод на английский язык с помощью понятий *totally, entirely, utterly, quite, at all*, а вовсе не с помощью слова *absolutely*.

Также явление межъязыковой паронимии может встречаться и в виде несовпадений и интерференции на уровне стилистики. Возможности сочетания отдельных понятий в разных языках могут отличаться существенным образом. Это может быть обусловлено принадлежностью к разным стилям речи в разных языках. Такие противопоставления можно проследить на таких примерах как «*встреча специалистов*» и “*consultation*”. Понятие «консультация» на русском языке не отражает значение в полном объеме и не является адекватным, что можно объяснить тем, что данные выражения являются разными по стилю [2, с. 72].

«Ложные друзья переводчика» иногда могут создавать сложности как для обучающихся, так и для опытных переводчиков. Следует принимать во внимание эффект межъязыкового перекрещивания. Данные ассоциации могут переходить на слова из разных языков. В этой связи при переводе бывают несоответствия, по содержанию, по стилю, окраске, по сочетаемости лексических единиц.

Таким образом, важными характеристиками перевода, которые определяют его качество, являются эквивалентность и адекватность перевода. Именно к их достижению должен стремиться переводчик текста в своей профессиональной деятельности. Большое число ошибок возникает при переводе интернациональной лексики и ложных друзей переводчика. Поэтому процесс перевода интернациональных слов и ложных друзей переводчика требует особого изучения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алексеева, Л. М. Идентичность в переводе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. Вып. 2(22). 2013. С. 69-74. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-v-perevode> (дата обращения: 10.10.2022).
- 2 Борисова, Л. И. Ложные друзья переводчика. М. : НВИ-Тезаурус, 2005. -211 с.
- 3 Комиссаров В.Н. «Ложные друзья» переводчика в структуре английского высказывания // Журнал переводчиков «Мосты». 2005. № 2. С. 15-17.
- 4 Комиссаров В.Н. Общая теория перевода: проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых. М. : ЧеРо, 1990. – 136 с.
- 5 Кэтфорд Дж. К. Лингвистическая теория перевода: Об одном аспекте прикладной лингвистики. М. : УРСС Эдиториал, 2004. 208 с.

УДК 811.161.1

Зюкова Елизавета Евгеньевна, студентка, Алтайский государственный педагогический университет

Zykova Elizaveta Evgenievna, student of Altai State Pedagogical University

Курбатова Людмила Петровна, кандидат педагогических наук, доцент, Алтайский государственный педагогический университет

Kurbatova Lyudmila Petrovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Altai State Pedagogical University

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАЦИИ В ЖЕНСКИХ БЛОГАХ ФРАНЦУЗСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА

GENDER ASPECT OF COMMUNICATION IN WOMEN'S BLOGS OF THE FRENCH INTERNET SPACE

Аннотация. Данное исследование посвящено гендерному аспекту коммуникации в женских Интернет-блогах. Цель настоящей работы – всесторонний анализ гендерного аспекта коммуникации и выявление способов конструирования гендерной идентичности в франкоязычных Интернет-блогах. Рассмотрена сущность понятий коммуникация и интернет-коммуникация. Проанализировано влияние гендерной принадлежности коммуникантов на выбор языковых средств в письменной речи франкоязычного Интернет-пространства.

Abstract. This study is devoted to the gender aspect of communication in women's Internet blogs. The purpose of this work is a comprehensive analysis of the gender aspect of communication and identification of ways to construct gender identity in French-language Internet blogs. The essence of the concepts of communication and Internet communication is considered. The influence of the gender of the communicants on the choice of language means in the written speech of the French-speaking Internet space is analyzed.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, блоги, гендерные нормы и особенности речевого общения.

Key words: internet communication, blogs, gender norms and features of verbal communication.

Данное исследование посвящено гендерному аспекту коммуникации в женских франкоязычных Интернет-блогах. Интернет и виртуальная коммуникация являются не только неотъемлемой частью современной жизни, но и объектом научного и исследовательского интереса. Гендерный аспект процесса коммуникации еще недостаточно изучен и представляет большой интерес для исследователей, именно этим объясняется

актуальность данной работы. Цель настоящей работы – всесторонний анализ гендерного аспекта коммуникации и выявление способов конструирования гендерной идентичности в франкоязычных Интернет-блогах на основе материалов, размещенные на платформе Твиттер (социальной сети, запрещенной на территории Российской Федерации).

Понятие «коммуникация» имеет различное трактование, также как и представление о взаимосвязи между понятиями «общение» и «коммуникация». Объектом нашего исследования является социальная коммуникация, что определяет близость этого термина к термину «общение» в целом, который представляет собой форму данного типа коммуникации и направлен на реализацию трех целей: познавательной, побудительной и экспрессивной [1, с. 210]. Вслед за Морозовой О.Н. и Базылевой О.А., в дальнейшем мы будем использовать термины «общение» и «коммуникация» как синонимы.

Под интернет-коммуникацией А.Л. Холод понимает «опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах коммуникантов» [3, с. 1].

В настоящее время гендерная проблематика уже является значимой сферой для множества наук, изучающих человека и личность (например, социальная психология гендера, как часть социальной психологии), и продолжает расширять свое влияние на все сферы общественной жизни. Современной тенденцией в подходе к гендерной проблематике является разделение пола как биологического статуса человека и гендера как социально-психологической характеристики, на что мы и будем опираться в нашей работе. Как социальные существа, люди действуют через усвоенное поведение. То, как мы говорим, наши манеры, вещи, которые мы используем, и наше поведение – все это сигнализирует о том, кто мы есть, и устанавливает правила взаимодействия. Гендер – это один из таких организационных принципов, которые структурируют поведение, отношения, внешний вид и привычки. Гендерные нормы разрабатываются через социальные институты, социальные взаимодействия и более широкие культурные продукты. Они относятся к социальным и культурным установкам и ожиданиям в отношении того, какое поведение, предпочтения, продукты, профессии, знания подходят женщинам или мужчинам.

А. Першай констатирует, что «гендер как часть социальной структуры общества – неотъемлемый компонент речевого поведения. Гендерные отношения не только отражаются и используются в языке в виде кодов, но и обуславливают тематику и характер речевых актов. Более того, гендерное самоопределение индивида должно подтверждаться языковыми средствами и в какой-то степени речь идет о представлении себя окружающим как мужчины или как женщины» [2].

В рамках данной исследовательской работы нами был проведен анализ аутентичных франкоязычных микроблогов, основным критерием отбора материала для примеров являлось наличие информации о гендере автора блога (указание личных местоимений), сферы деятельности пользовательницы с использованием женской формы существительных или других характеристик, указывающих на гендерную принадлежность коммуникантов, например:

(1) Sandrine Rousseau
Femme politique écoféministe [4].

(2) Mathilde Tournesol
24 | **she/her** | FR/EN | breton / celtic artist [5].

Как известно, основными средствами выражения эмоций в Интернете являются междометия, разнообразные знаки препинания, смайлики, изменение количества букв в слове или размера шрифта. В ходе исследования нами было выявлено, что женщины

предпочитают выражать свои эмоции при помощи междометий, прилагательных, таких, в частности, как *charmant*, *adorable*, или цепочки прилагательных, а также знаков препинания, эмодзи и gif. Нами также было отмечено, что изменение количества букв в слове, капитализация целого предложения или его части чаще используются женщинами, нежели мужчинами.

(3) Ce n'est absolument pas nouveau, **hélas**. Vécu dès 2017 en établissement pour ma part [6].

(4) SI VOUS POUVEZ ÉCOUTER
IL EST FORMIDABLE [7].

(5) Péta un moustique avec le canard enchaîné oui, mais en décembre ?! [8].

(6) L'équipe s'aggrandit♥ [9].

(7) **Ouiiiii ! Janvier !** [10].

Также в процессе интернет-общения женщины чаще проявляют свои положительные эмоции, делают комплименты другим пользователям, выражают печаль или тревогу за собеседника.

Также в ходе нашего исследования было выявлено, что женщины менее категоричны в интернет-общении и неохотно навязывают свои взгляды собеседнику. Для снижения категоричности высказывания они используют следующие языковые средства: наречия разной степени уверенности, в том числе в связке с прилагательными, предикаты мнения, модальные и безличные глаголы, экстра-вежливые формы.

(8) **Il me semble** que si nous étions VRAIMENT en pandémie, je connaîtrais au moins une personne qui a dû être hospitalisé ! Et je connais beaucoup de personnes... [11].

(9) Mr @ZemmourEric **pourriez-vous** faire quelque chose, **SVP** ? [12].

Более того, женщины чаще упоминают личную информацию в профилях своих блогов и текстах постов, делятся ссылками на другие социальные сети. Мужчины и женщины в равной степени делятся ссылками на сторонние ресурсы, но женщины чаще сопровождают их комментариями со своими впечатлениями, а также цитируют других блогеров, задают риторические вопросы, упоминают социальные контакты, чаще ссылаются на психологические процессы, свои переживания и общее эмоциональное состояние.

Проанализировав женские франкоязычные блоги, мы пришли к выводу, что женщины склонны к употреблению большого количества средств выражения экспрессивности речи, снижения категоричности высказывания, они более открыты не только в эмоциональном плане, но и в сфере обмена личной информацией.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Морозова, О. Н. Определение понятия коммуникации в современной лингвистике // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2011. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiya-kommunikatsii-v-sovremennoy-lingvistike-1> (дата обращения: 12.12.2021).

2. Першай, А. Гендерные аспекты речевого поведения // Иной взгляд. 1999. № 2. - 32 с.

3. Холод, А. Л. Понятие интернет-коммуникации. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/179884> (дата обращения: 14.12.2021).

4. Sandrousseau : форум. URL: <https://twitter.com/sandrousseau> (дата обращения: 18.12.2021).

5. orkazh_arts : форум. - URL: https://twitter.com/orkazh_arts (дата обращения: 17.12.2021).

6. Firmicus : форум. URL: <https://twitter.com/Firmicus/status/1472464635957813251?s=20> (дата обращения: 17.12.2021).

7. marie_demare : форум. URL: https://twitter.com/marie_demare/status/1473290262105542660?s=20 (дата обращения: 18.12.2021).

8. EbibiGlass : форум. URL: <https://twitter.com/EbibiGlass/status/1472201443931308038?s=20> (дата обращения: 19.12.2021).
9. ManonBrilCUAH : форум. URL: <https://twitter.com/ManonBrilCUAH/status/1453254413842370568?s=20> (дата обращения: 19.12.2021).
10. Johannamoomin : форум. URL: <https://twitter.com/johannamoomin/status/1473336725317558283?s=20> (дата обращения: 16.12.2021).
11. LiliDelaine : форум. URL: <https://twitter.com/LiliDelaine/status/1473431087485493252?s=20> (дата обращения: 18.12.2021).
12. JulianaMDF86 : форум. URL: <https://twitter.com/JulianaMDF86/status/1472825468390977536?s=20> (дата обращения: 17.12.2021).

УДК 821.111, 82-313.3

Карпицкая Елизавета Руслановна, студентка, Гродненский государственный университет им. Я. Купалы

Karpitskaya Lizaveta Ruslanovna, student of Yanka Kupala State University of Grodno

Дудько Анастасия Дмитриевна, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии, Гродненский государственный университет им. Я. Купалы

Dudzko Anastasia Dmitrievna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the English Philology Department, Yanka Kupala State University of Grodno

НЕОЛОГИЗМЫ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА ИДИОСТИЛЯ Н. ГЕЙМАНА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «НИКОГДЕ»)

NEOLOGISMS AS A CHARACTERISTIC FEATURE OF N. GEIMAN'S IDIOSTYLE (BASED ON THE NOVEL "NEVERWHERE")

Аннотация. В статье рассматриваются особенности идиостиля американского писателя-фантаста Нила Геймана, раскрывается жанрово-стилистическая специфика его романа «Никогда». Обосновывается тезис о том, что авторские неологизмы играют важную роль в творчестве писателя. На основе отобранных методом случайной выборки и проанализированных примеров неологизмов из данного произведения делается вывод о своеобразии ономастического пространства романа и его функций.

Abstract. The article examines the idiosyle of the American science fiction writer Neil Geiman, reveals the genre-stylistic specifics of his novel "Neverwhere". The thesis is substantiated that the author's neologisms play an important role in the writer's work. Based on the randomly selected sampling and analyzed examples of neologisms from this work a conclusion is made about the uniqueness of the onomastic space of the novel and its functions.

Ключевые слова: идиостиль, Нил Гейман, фэнтези, неологизм, ономастика.

Key words: idiosyle, Neil Geiman, fantasy, neologism, onomastics.

Введение

Стиль писателя – это, в первую очередь, отражение его личности, уникального голоса и способа обращения к читательской аудитории. Каждый известный писатель имеет собственные методы и подходы к процессу порождения текста, которые отличают его творчество от других.

В лингвистике большинство исследователей придерживается определения понятия идиостиль, предложенного В. В. Виноградовым, согласно которому идиостиль – это «структурно единая и внутренне связанная система средств и форм словесного выражения» [1, с. 105]. По мнению В. В. Леденевой, идиостиль обнаруживает себя в ре-

зультате текстопорождающей и эстетической деятельности языковой личности, поэтому он, прежде всего, отражается в интеграции предпочтительных тем, жанрово-стилистических средств и приемов, необходимых для построения текста и передачи как информативных, так и эмотивно-экспрессивных компонентов [2, с. 39].

Основная часть

В нашем исследовании рассматривается индивидуальный авторский стиль Нила Геймана – английского сценариста, писателя-фантаста. Н. Гейман заслуженно считается одним из лучших сказочников современности. Он написал ряд популярных фэнтезийных романов, многие из которых были экранизированы. Нил Гейман – один из тех авторов, чей яркий индивидуальный стиль является предметом изучения литературоведов. Однако на сегодняшний момент все еще отсутствуют работы, посвященные комплексному исследованию авторских неологизмов в романе «Никогде», что и обуславливает актуальность предпринятого нами исследования.

Мы выделили концептуальную идею, которой придерживается Нил Гейман в большинстве своих работ. Жанр фэнтези имеет два направления: один – это подход Дж. Толкина: авторы создают совершенно новый мир, в котором существуют их главные герои («Властелин колец», «Возвращение государя»). Другой – подход К. С. Льюиса, в котором люди из нашего мира попадают в царство фантазий («Хроники Нарнии», «Покоритель зари»). Оба направления следуют строгому правилу: мир фантазий расположен отдельно от реального мира.

Для создания особой атмосферы в каждой книге Н. Гейман использует уникальные концепции, образы и юмор. «История с кладбищем» кажется детской и ностальгической, в то время как «Никогде» кажется волшебной и необычной историей. Стиль письма Н. Геймана постоянно меняется, чтобы соответствовать той сказочно-фантастической атмосфере, которую он создает.

Отличительной чертой идиостиля Нила Геймана является использование значительного количества авторских неологизмов, что обусловлено преимущественно жанровой спецификой его произведений – фэнтези.

Неологизмы (греч. *neos* – ‘новый’ и *logos* – ‘слово’) – слова, созданные для обозначения новых предметов, признаков, действий. По источнику происхождения различают: языковые и индивидуально-авторские неологизмы [3, с. 300].

Языковые неологизмы создаются для наименования новых предметов либо понятий, еще не имеющих названий в языке; они входят в пассивный словарный запас и отмечаются в словарях. Языковые неологизмы известны, понятны и употребляются в повседневной речи носителями языка.

Индивидуально-авторские неологизмы имеют авторство, могут образовываться продуктивными и непродуктивными способами; они не образуют лексических системных организаций, индивидуальны в употреблении, фиксируются словарями языка автора и остаются в пассивном запасе языка [3, с. 301].

Материалом нашего исследования послужил популярный фэнтезийный роман Н. Геймана «Никогде» [6]. Существует несколько официальных версий перевода данного произведения на русский язык – переводы А.А. Комаринец («Задверье», 2005 г.) [5] и М. Мельниченко совместно с Н. Конча («Никогде», 2016 г.) [6]. В данной статье рассматриваются примеры перевода М. Мельниченко и Н. Конча.

«Никогде» – роман в жанре городского фэнтези. В центре сюжета – офисный работник Ричард Оливер Мэйхью (Richard Oliver Mayhew), который при странных обстоятельствах попадает в Нижний Лондон (London Below), став «невидимкой» для жителей Верхнего Лондона (London Above). В надежде вернуться к прежней жизни, Ричард должен помочь незнакомке по имени Дверь (Door) раскрыть тайну гибели своей семьи и отомстить за смерть близких.

Среди лексических особенностей романа исследовательского внимания заслуживают неологизмы, которые используются писателем для создания особой атмосферы своих необычных произведений, наделения персонажей говорящими именами и запоминающимися образами. Ярким примером словотворчества Н. Геймана является название самого романа – «Neverwhere». В данной статье представлены результаты начального этапа нашего исследования. Методом случайной выборки были отобраны и проанализированы 66 неологизмов. Использовались также такие методы, как сопоставительный, контекстуальный, метод текстового анализа.

Среди авторских неологизмов выделяется в количественном отношении группа топонимов – 23 %. Е. А. Луговая определяет топонимы как главную составную часть пространства несуществующего мира, т. к. они устанавливают «местонахождение предметов по отношению друг к другу и ... определяют свое место и назначение среди окружающих пространственных феноменов» [4, с. 35]. Уже на первых страницах романа мы встречаем ряд названий станций лондонского метро, а также других значимых мест, описанных в книге. Топонимы можно разделить на две категории. Первые остаются реальными, в то время как другие используются в следующих целях:

1) для обозначения личных имен. Например, The Angel Islington – Ангел Ислингтон: имя состоит из сочетания слов – названий двух станций лондонского метро «Энджел» и «Ислингтон». В романе – падший Ангел, который в наказание был отправлен в Нижний мир на неопределенный срок; Old Bailey – персонаж Старина Бейли, имя которого происходит от названия центрального уголовного суда в Лондоне, житель Нижнего Лондона, торговал птицами и информацией; представляет своеобразную пародию на судебную власть.

2) автор вводит в текст топонимы для номинации несуществующих мест. Например, станция метро Underside Line – линия Андерсайд; the Floating Market – Плавающий рынок – место, где жители Нижнего Лондона могли купить либо продать вещи. Плавающий рынок всегда перемещался, и, чтобы добраться до него, нужно было пройти через разного рода опасности.

3) для обозначения скрытого смысла в реальном мире: Earl's Court – Эрлс-Корт (досл. Двор Эрла), Barons Court – Баронс-Корт (досл. Двор Барона), Рейвенс-Корт – (досл. Вороний Двор). С одной стороны, отмечается сходство между двумя мирами, но, с другой, указывается на то, что без магии иной мир ничем не будет отличаться от реального. Для примеров были взяты названия станций метро, которые в Нижнем мире имеют еще одно значение. Так, например, в одном из вагонов метро на станции Эрлс-Корт живет Граф. Таким образом, суть авторского неологизма состоит в данном случае в приобретении выражением дополнительного значения.

В романе «Никогда» Нил Гейман создает двумирие. Подтверждает данный факт анализ таких лексических единиц, как *under, below, above, up*, которые подчеркивают параллельность существования и оппозицию двух миров. Например, Upworld – Верхний мир, Underworld – Нижний мир, the Upside – Верхний мир, the Underside – Нижний мир, London Below – Нижний Лондон, London Above – Верхний Лондон.

Изучение и анализ произведения «Никогда» позволяет сделать вывод о том, что автор использует топонимы для оживления атмосферы города, создания красочного образа двух параллельных миров, а также разделения «жителей канализации» (the Sewer Folk) и жителей Верхнего Лондона.

Для полного погружения в мир Нижнего Лондона, Нил Гейман наделяет своих героев говорящими именами, что является частью их образной характеристики. Среди исследованных нами авторских неологизмов данная группа в количественном отношении составила 22 %. Рассмотрим следующие примеры:

The Lady Door / Doog (Леди Дверь / Дверь) – главная героиня, имя которой отражает ее дар – открывать любые двери. «D-O-O-R. Like something you walk through to go places» [7, с. 40] – именно так девушка представляет главному герою свое имя.

Rat-speakers (крыситы) – жители канализации, которые умели разговаривать с крысами и поклонялись им.

Anaesthesia (Анестезия) – имя героини образовано путем сочетания имени Анастасия и слова «амнезия» – девушка, которая показала Ричарду путь к Плавучему рынку, но поплатилась за это жизнью и пропала без вести, направляясь к нему.

The Hunter (Охотница) – в Нижнем мире известна как Воин, является телохранителем главной героини, а также сопровождает ее к Ангелу Ислингтону.

Master Longtail (Господин Долгохвост) – крыс из клана серых, передающий послания Двери. При первой встрече Ричард метнул в Долгохвоста пульт, но позже тот спас главному герою жизнь.

Lord Rat-speaker (предводитель крыситов) – лидер крыситов, во всем подчиняющийся крысам и не смеющий им перечить.

Great-Beast-of-London (Великий Лондонский Зверь) – огромное чудовище, живущее в лабиринтах под Лондоном. В финале Ричард должен был сразиться со Зверем, в итоге одолел его.

The Golden (Золотые крысы) – крысы из клана золотых, жили в старых костях мамонта и пользовались почтением со стороны черных крыс. Золотые были большого размера с красновато-желтыми глазками и золотистым мехом.

The Earl (Граф Эрлс-Корт) – высокоуважаемый житель Нижнего Лондона, в подчинении у которого находятся практически все линии метро, за исключением Линии Андерсайд (Underside Line) и Шепардс-Буш (Sheperd's Bush).

В предисловии к роману Нил Гейман отметил: «Я хотел создать книгу, которая была бы похожа на мои любимые книги детства: на «Алису в Стране Чудес», на «Хроники Нарнии» и «Волшебника в Стране Оз», – книгу, которая стала бы «Алисой» для взрослых» [2:10]. Так, в его романе «Никогда» мастерски сочетаются элементы научной фантастики, ужасов, мифологии, библейской аллегории и аллюзий, что также является частью идиостиля писателя.

Заключение

На основании проведенного исследования мы вывели основные черты индивидуального стиля Нила Геймана: художественные тексты в жанре фэнтези отражают два подхода автора к отражению миробытия своих персонажей: новый, полностью вымышленный мир, в котором обитают герои, и царство фантазий, в которое попадают реальные люди. В большинстве произведений подчеркивается существование двух параллельных миров. Романы Н. Геймана характеризуются смешением литературных стилей, уникальными концепциями и фантастическими образами, юмором, использованием аллюзий и аллегорий, авторских неологизмов. Особый исследовательский акцент в рамках данной статьи был сделан на определение роли авторских неологизмов в романе «Никогда». Функции авторских нововведений связаны со стремлением писателя создать картину вымышленной, несуществующей действительности, что является, одной из доминантных жанровых особенностей произведения, усилить эмоциональный фон, выразить отношение писателя к своим персонажам. Неологизмы-топонимы (названия станций метро, зданий и т.д.) связаны с именами персонажей, отражают имплицитный смысл реально существующих объектов. Особенности топонимики произведения обусловили его жанровую принадлежность – городское фэнтези. Ономастическое пространство романа «Никогда» является особенностью поэтики романа, представляющее систему образов и языковых средств, к которым обращается писатель, что и является отражением его индивидуально-авторского стиля.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Виноградов, В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. Москва : Изд-во АН СССР. 1963. – 256 с.
2. Леденева, В. В. Идиостиль (к уточнению понятия) // Филологические науки. 2001. № 5. С. 38-41.
3. Диброва, Е. И. Современный русский язык. Часть I. Москва : Слово, 2003. – 482 с.
4. Луговая, Е. А. Топоним виртуального пространства как культурно-историческая категория (на материале эпопеи Дж. Р. Р. Толкиена «Властелин Колец»): дис. ... канд. филол. наук // Ставрополь, 2006. – 189 с.
5. Гейман Н. Задверье / пер. с англ. А.А. Комаринец. Москва : АСТ, 2005. – 467 с.
6. Гейман, Н. Никогда / пер. с англ. М. Мельниченко, Н. Конча. Москва : АСТ, 2016. – 402 с.
7. Gaiman N. Neverwhere. New York : HarperCollins Publishers, 2007. – 366 p.

УДК 81.26

Кашкина Вера Александровна, студентка, Российский государственный социальный университет

Kashkina Vera Aleksandrovna, student of Russian State Social University

Тарарина Лариса Игоревна, кандидат педагогических наук, доцент, Российский государственный социальный университет

Tararina Larisa Igorevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Russian State Social University

СРАВНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИН МИРА

COMPARISON OF APPROACHES TO THE DETERMINATION OF LINGUISTIC WORLDVIEW

Аннотация. В статье рассматривается понятие языковой картины мира и сравниваются подходы к определению данного понятия. Цель исследования заключается в выявлении различий между определениями понятия языковой картины мира и сравнения формирования языковой картины мира у человека. В процессе подготовки материала были использованы лингвистические, экстралингвистические методы исследования, а также описание, элементы логического и когнитивного анализов. Результатом работы стало раскрытие особенностей лингвистических подходов к определению языковой картины мира и условное выделение в две группы исследователей данного понятия. Первая акцентирует внимание на данное явление со стороны работы психики и мозга индивидов, вторая – на языке как материальной форме выражения коллективных представлений.

Abstract. This article will discuss the comparison of approaches to the definition of the language picture of the world. The purpose of this work is to identify differences between the definitions of the concept of a language picture of the world and to compare the formation of a human's language picture of the world. In the process of preparing the investigation material, linguistic, extralinguistic research methods, as well as description, elements of logical and cognitive analyses were used. The result of the work was the disclosure of the features of linguistic approaches to the definition of the language picture of the world and the conditional allocation of this concept into two groups of researchers. The first focuses on this phenomenon from the side of the work of the psyche and brain of individuals, the second – on the language as a material form of collective ideas.

Ключевые слова: языковая картина мира, язык, лингвистика, психолингвистика, этнопсихолингвистика.

Key words: language picture of the world, language, linguistics, psycholinguistics, ethnopsycholinguistics.

Введение

Понятие языковой картины мира является фундаментальным для таких гуманитарных наук как философия, социолингвистика, психолингвистика, культурология и многих других. По-разному трактуют данное явление, порой подходы в определении противоречивы и несовместимы. Лингвистическая наука не исключение, однако, хотелось бы выделить точки соприкосновения в подходах к формулировке понятия языковой картины мира.

Основная часть

Язык не существует отдельно от осознания мира человеком, поскольку он является инструментом человека для выражения объективного мира. Язык выступает в роли материальной единицы человеческого мышления и из этого, соответственно, вытекает проблема интерпретаций исследуемого нами выражения «картина мира».

По мнению Колшанского Г. В., в широком смысле «картина мира, отображенная в сознании человека, есть вторичное существование объективного мира, закрепленное и реализованное в своеобразной материальной форме» [Колшанский 1990:15]. Язык непосредственно является материальной формой и выполняет функцию объективации отдельно взятого человеческого сознания. Трактую данное понятие, можно заключить, что не человек формирует мир вокруг, а наоборот, в процессе взаимодействия окружающего мира с индивидуумом рождается человеческая картина мира, и впоследствии языковая картина мира. В сознании человека воспроизводится сам мир, и в материализованной форме язык становится частью этого мира.

Мокаева И. Р. и Бижева З. Х. в своей работе рассуждают о влиянии языка на формирование образа мира. По их мнению, ментальные репрезентации, связанные не с самим миром как таковым, а с его моделями, предопределены в какой-то степени и лингвистическими представлениями этого мира (т.е. языковой репрезентацией). Из этого подхода следует, что языковая картина мира влияет на поведение, мышление человека, что выражается в определенном восприятии окружающей действительности и влияет на взаимодействие с миром.

Зимняя И. А. в своей работе предлагает воспользоваться психолингвистическим подходом, который заключается в раскрытии понятия и сущности картины мира посредством изучения соотношения сознания и языка, определенных феноменов человеческого мышления и его восприятия внутреннего и внешнего мира. В непосредственной связи языкового и неязыкового сознания и других сторон человеческой психики, в современной лингвистической науке создаются схемы развития знаний человека об окружающем мире, различные способы освоения мира [Зимняя 1993].

Многие ученые, работавшие над данной проблематикой, полагают, что понятия «языковая картина мира» и «картина мира» тождественны. Однако, Е.А. Бардамова полагала иначе, утверждая, что данные понятия хоть и близки, но их следует разделять. По ее мнению, определения «образ мира» и «языковая картина мира» категорически отличны. В противовес она также предлагает иное направление в исследовании языка и мышления – этнопсихолингвистическое. «Пора понять, что в основе мировидения и миропонимания каждого народа лежит своя система предметных значений, социальных стереотипов, когнитивных схем. Поэтому сознание человека всегда этнически обусловлено» [Бардамова 2019:11].

Продолжая тему этнопсихолингвистики можно затронуть определение А.А. Гвоздевой о том, что мир, описанный с помощью ощущений, заключенных в метафоры,

сравнения и символы, является основополагающим фактором, который определяет общие и вторичные признаки каждой отдельно взятой национальной языковой картиной мира. Помимо этого, человек, разумеется, является носителем культуры и чувствует в языковой деятельности с другими людьми, которые тоже составляют национальную общность. Следовательно, люди являются носителями языка, культуры и именно эта сплоченность формирует национальную языковую картину мира.

Заключение

Изучение формирования языковой картины мира является по сей день актуальным направлением в лингвистике. Многие ученые и науки поднимают вопрос того, что из себя представляет данное понятие, поскольку однозначного ответа не существует. Понятие языковой картины мира очень богатое и состоит из разных важных частей, без которых данное понятие не может быть полным и четким: знание языка, культуры. Языковая картина мира позволяет в полной мере осознать внутренний мир человека и окружающую его действительность. Каждая трактовка разных ученых имеет глубокий смысл и достойна внимания.

В результате изучения был получен материал, анализ которого позволил заключить, что одни ученые соотносят концепт языковой картины мира с феноменом человеческой психики и мышления, в то время как для других, языковая картина мира неразрывно связана с культурными объединениями, общностями, тем самым задавая носителям языковую картину мира. Для первых языковая картина мира есть процесс работы мозга, для вторых - культуры.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Алефиренко, Н. Ф. Лингво-когнитивное моделирование картины мира // Картина мира: язык, литература, культура: сб. науч. ст. Вып. 2. Бийск : РИО БПГУ им. В. М. Шукшина, 2006. С. 102.

2 Бардамова, Е. А. Фрагменты русской концептосферы // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова. 2019. С. 172-172.

3 Гвоздева, А. А. Языковая картина мира: лингвокультурные и тендерные особенности (на материале художественных произведений русскоязычных и англоязычных авторов): дисс. канд. филол. Наук. Тамбов, 2003. - 151 с.

4 Забавина Т. С., Волкова Л. В. Языковая картина мира: к определению понятия // Инновационная наука. 2015. №. 12-2. С. 166-167.

5 Зимняя, И. А. Способ формирования и формулирования мысли как реальность языкового сознания // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. 1993. С. 51-58.

6 Колшанский, Г. В. Объективная картина мира в познании и языке . М. : Наука, 1990. С. 15.

7 Лазарев, М. А. Языковая картина мира: анализ теоретических подходов // Гуманитарное пространство. 2014. Т. 3. №. 3. С. 465-475.

8 Леонтьев, А. А. Психолингвистический аспект языкового значения // Вопросы психолингвистики. 2011. №. 13. С. 7-29.

9 Мокаева И. Р., Бижева З. Х. Этические концепты в языковой картине мира (на материале русского и карачаево-балкарского языков): дис. канд. филол. Наук. Нальчик : Кабардино-Балкарский государственный университет им. ХМ Бербекова, 2004.

Ковалева Владислава Константиновна, студентка, Российский государственный социальный университет

Kovaleva Vladislava Konstantinovna, student of Russian State Social University

Тарарина Лариса Игоревна, кандидат педагогических наук, доцент, Российский государственный социальный университет

Tararina Larisa Igorevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Russian State Social University

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ВИДЕОИГР: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ

LOCALIZATION AND INTERNATIONALIZATION IN THE CONTEXT OF VIDEO GAMES: PROBLEMS AND POSSIBLE SOLUTIONS

Аннотация. В статье рассматриваются понятия локализации, интернационализации и перевода в контексте видеоигр. Особое внимание уделено анализу значения интернационализации как подготовительного этапа локализации видеоигры. Описаны основные положения в интернационализации видеоигр, приводятся примеры типовых проблем и предлагаются практические пути их решения, готовые к применению как в дальнейших исследованиях, так и в работе переводчиков, разработчиков и издателей видеоигр.

Abstract. The article discusses the concepts of localization, internationalization and translation in the context of video games. Particular attention is paid to the analysis of the importance of internationalization as a preparatory stage for the localization of a video game. The main provisions in the internationalization of video games are described, examples of typical problems are given and practical ways of solving them are proposed, ready for use both in further research and in the work of translators, developers and publishers of video games.

Ключевые слова: локализация, интернационализация, перевод, компьютерная игра, переводчик, локализатор, видеоигра, игра, кодировка, шрифт, интерфейс, переменные, локаль.

Key words: localization, internationalization, translation, computer game, translator, localizer, video game, game, encoding, font, interface, variables, locale.

Введение

В течение последних двух десятилетий глобальный рынок видеоигр продолжает активно развиваться и становится взаимосвязанным, игровые компании все больше руководствуются меняющимися требованиями международных рынков, чтобы расширить круг пользователей своих продуктов. Актуальность данной работы обусловлена тем, что, несмотря на постоянный рост спроса на услуги перевода и локализации видеоигр, как академическая дисциплина – локализация видеоигр все еще остается недостаточно изученной областью, особенно в контексте русского языка. В связи с этим целью данного исследования является рассмотрение различий между процессами локализации и интернационализации видеоигр, с акцентом на основных проблемах, возникающих в процессе интернационализации игры для российского рынка и возможных путях их решения.

Понятия локализации, интернационализации и перевода в контексте видеоигр

По определению Берта Эсселинка, «локализация» – это процесс, который «включает в себя лингвистические и культурные преобразования продукта, нацеленные на аудиторию определенной местности (страна, регион и т.д.), где данный продукт будет использоваться и продаваться», перевод же – «процесс преобразования письменно-

го или устного текста одного языка в другой» [2, с. 3]. Бернал-Мерино (Bernal-Merino) в свою очередь определяет термин «локализация» в коммерческом переводе как «процесс создания продукции лингвистически, культурно, а также технически и юридически приемлемой для целевого языка и страны» [1].

Зачастую разработчики игр делают типичную ошибку, предполагая, что локализация – это «простой» перевод. Они готовятся к локализации на начальных этапах планирования и ждут, когда игра будет полностью переведена на родной язык [12]. Они не учитывают, что все языки очень разные, и у каждой страны есть свои особенности, влияющие на локализацию и находящие свое отражение в процессе интернационализации продукта. Интернационализация – стратегия, используемая в бизнесе для того, чтобы сделать продукт или услугу адаптируемыми, чтобы выход на различные национальные рынки был более плавным [3]. С точки зрения разработки видеоигр, интернационализация представляет собой различные технологические приемы разработки, упрощающие адаптацию к языковым и культурным особенностям региона, отличного от того, в котором разрабатывался продукт. Таким образом, интернационализация видеоигр – это процесс, который позволяет беспрепятственно осуществлять локализацию игр. Чтобы локализация была успешной и быстрой, разработчики должны следовать передовым практикам интернационализации видеоигр, начиная с самых первых этапов разработки, задолго до того, как начнется фактический процесс локализации.

Таким образом, понятие перевода не равно локализации, хотя и является неотъемлемой частью процесса последней. В то же время, интернационализация видеоигр – это процесс, который «подготавливает» игру к локализации. Интернационализация видеоигры расширяет возможности ее кода, архитектуры и пользовательского интерфейса для обработки и визуализации игрового контента на нескольких языках. Главной целью интернационализации видеоигр считается устранение из кодовой базы любого компонента, отличающегося по «локали». Локаль (от англ. – locale) означает особую систему параметров и предустановок – набор символов, язык пользователя, часовой пояс и др. - специфичных для определенной страны, региона и языка [7, с. 35].

Интернационализация: проблемы и пути решения

Основные положения в интернационализации видеоигр подразделяются на две категории:

1. Создание дружественной архитектуры, куда входит кодирование символов и шрифтов, работа со структурой файлов и организация ресурсов, проблемы с памятью, соглашения об именовании.

2. Дружественное программирование, которое включает методы программирования, рекомендованные для разработчиков – пользовательский интерфейс, региональные настройки, текст [5].

Перечисленные аспекты предлагается рассмотреть в деталях, с примерами типично встречающихся ошибок, и предложить некоторые рекомендации по их нейтрализации.

Кодировка и шрифты

Все геймеры начала 2000-х вспоминают печально известные неофициальные переводы видеоигр, которые пестрили не только переводческими ошибками, но и различными техническими проблемами с отображением шрифтов. Причина подобного состоит в том, что языки отличаются друг от друга начертаниями символов и в ранние годы видеоигровой разработки, до появления Unicode в 1991 г. [4], использовались такие кодировки как 8-битная кодировка ASCII, которая располагала набором из 128 штатных символов (26 строчных и прописных символов английского алфавита, цифр, знаков препинания, управляющих символов), и не позволяла избежать подобных проблем с отображением текста на всех языках, кроме латиницы.

С появлением Unicode он практически безраздельно стал править как в веб-

пространстве, так и разработке видеоигр. Но и здесь есть некоторые нюансы. Так, например, чтобы шрифт поддерживал определенную письменность, в самом шрифте должна быть прописана кодовая страница и должны быть созданы начертания (глифы), а каждому символу должна быть назначена соответствующая кодировка Unicode. В случае отсутствия нужных начертаний возникают проблемы с отображением текста: программы и игры либо отображают квадраты, либо могут использовать один из системных шрифтов (Times New Roman, Arial или Calibri) для замены отсутствующих начертаний, либо недостающие символы заменяются другими символами из шрифта.

Чтобы избежать появления подобных проблем, разработчики видеоигр могут использовать коммерческий шрифт, уже содержащий все необходимые глифы, либо использовать свободный, бесплатный для коммерческого использования шрифт, уже содержащий необходимые глифы, либо дорисовать недостающие глифы. Отрисовка недостающих глифов – это довольно трудозатратный процесс, поскольку при локализации видеоигр крайне важно воссоздать стилистически похожие на оригинал начертания, чтобы сохранить атмосферу игры. Также необходимо, чтобы шрифт поддерживал все правильные размеры, кернинг и хинтинг, которые отвечают за сглаживание контуров букв при изменении размеров шрифта и за избирательное изменение интервала между буквами в зависимости от их формы [6, 8]. Для корректного отображения не менее важно верное задание кодировок Unicode. При ошибке в кодировках или названиях глифов несмотря на то, что код игры обратится к правильной русской локализации, в итоге он отобразит неверные глифы.

Доступность и организация ресурсов локализации

Для разработчиков, находящихся на начальном этапе разработки видеоигры и подготовке ресурсов к последующей локализации, приводятся следующие рекомендации:

1) Текст не должен находиться в исполняемом файле, то есть быть вшитым в рабочий билд (т.е. версию продукта, сборку) игры. Опасность подобного подхода состоит в том, что пока в игре доступен лишь один оригинальный, например, английский язык, разработчик не видит, откуда подтягивается текст той или иной фразы. Проблемы начинаются тогда, когда добавляется локализация на другие языки, которые оказываются не способны заменить те фразы, которые были вшиты в код игры на оригинальном языке. Таким образом, часть фраз в собранной игре останется на английском языке и команде тестирования будет крайне проблематично отлавливать эти ошибки в готовом продукте.

2) Не рекомендуется добавлять текст на картинки в игре напрямую, особенно когда текст является значимой частью игры. Перерисовывать данные файлы под разные языки будет дорого и долго, лучшим подходом будет изначально на этапе разработки не размещать текст на картинки, а оставлять его в виде отдельного элемента – программно-заменяемой переменной.

3) Дизайн ресурсного файла игры должен подразумевать быструю сборку новой версии билда игры с добавленной локализацией. Рекомендуется разделять и не смешивать файлы озвучения и текста при сборке.

4) Желательно предусмотреть возможность указывать для каждого языка свой шрифт. Это решает проблему потенциального отсутствия некоторых символов (глифов) в других языках.

5) Желательно не смешивать общие ресурсы (например, текстуры, модельки и другие игровые ресурсы) и ресурсы локализаций.

Интерфейс, длина строк и возможные трудности

В текущих реалиях разработки, за исключением каких-либо специфических проектов, обычно на длину строк в локализации ограничений не делают, несмотря на то что в дальнейшем при локализации могут возникать ошибки с отображением текста

в интерфейсе игры. Например, длина строки может быть ограничена программным дизайном интерфейса. Чтобы избежать проблем в этом случае, на этапе подготовки ресурсов к локализации используется техника посимвольного подсчета. В некоторых случаях, применяется более продвинутый подход с автоматизированным подсчетом реальной ширины фразы в пикселях. Применение данного подхода позволяет сократить количество итераций правок интерфейса при его локализации. Если текст все же не удастся сократить при переводе, то существует два альтернативных решения проблемы – использовать более компактный шрифт в дизайне интерфейса, либо использовать сокращения. Последний способ решения проблемы со слишком длинными строками в интерфейсе – постоянная промотка строки вперед и назад или использование многоточий.

Переменные в строках текста и возможные проблемы

Зачастую в строках для перевода встречаются переменные, различные тэги и т.п. В видеоиграх они служат для вывода оперативной информации и сведений в описаниях, чтобы при смене баланса (например, количества монет у персонажа) не приходилось менять описание вручную из-за исправленных цифр. Проблемы с ними могут возникать, по причине того, что в английском языке, который является оригинальным для множества игр, подобные изменения не требуют дополнительного словоизменения. Например, 3 coins – 10 coins, 3 монеты – 10 монет.

Самый распространенный способ решения проблемы предлагает изначально задавать две словоформы – в единственном числе и во множественном числе. Однако у такого подхода к решению проблемы переменного множественного числа в тексте существует ряд проблем и ограничений. Во-первых, он очень нагружает интерфейс, усложняя работу переводчика, которому придется быть крайне внимательным в своей работе, чтобы не пропустить часть кода в финальный текст. Во-вторых, в случае, если изменяются две словоформы, данный способ ограничивает возможность менять их местами в готовом предложении, поскольку записанный код жестко фиксирует их порядок на выходе. Таким образом, перевод предложений придется подстраивать так, чтобы слова шли именно в заданном порядке и никак иначе. И наконец, данный способ позволяет задать только две словоформы, в единственном и множественном числе, тогда как во многих языках их может быть три и больше. Другим подходом к решению задачи отображения слов во множественном числе будет альтернативное кодирование окончаний. Аналогичным способом решения может быть создание нескольких строк для разного диапазона числительных. Подобный более сложный подход логично применять, когда строк, требующих изменения словоформ для множественного числа, в тексте игры много и встречаются они довольно часто.

Помимо технических способов работы с изменяющимися окончаниями, существует также несколько лингвистических способов:

- 1) Прямое добавление возможных вариантов окончаний, что является не самым элегантным, но технически допустимым способом. Например, take [0] coins – взять [0] монет(-ы).
- 2) Добавление родового понятия или определяющего слова. Например, take [0] coins – взять [0] шт. монет.
- 3) Сокращение склоняемого слова, устраняющее окончание. Например, take [0] coins – взять [0] мон.
- 4) Перестроение фразы таким образом, чтобы слово не менялось. Например, take [0] coins – взять монет: [0].

Переменные могут использоваться для задания пола персонажа и для словоизменений, связанных с играми, в которых герой может быть как мужского, так и женского пола. Однако самый простой способ в данном случае – при переводе сделать

сразу два комплекта фраз для персонажа мужского пола и для персонажа женского пола, и расположить их рядом.

При использовании переменных в тексте крайне важен порядок слов. Соответственно в задачи интернационализации также входит отслеживать правильное разбиение строк, чтобы переводчик не запутался, и в готовый текст не закрались ошибки.

Заключение

Чтобы всесторонне сопутствовать процессу погружения пользователя в игровой процесс, видеоигры должны быть полностью адаптированы с точки зрения языка, культуры и интерфейса к особенностям аудитории целевой страны. В этом смысле интернационализация, как процесс, который «подготавливает» игру к локализации, имеет первостепенное значение, поскольку множество проблем русской локализации тесно взаимосвязаны и зачастую проистекают из ошибок, которые допускают разработчики и издатели при подготовке ресурсов игры к локализации. Интернационализация расширяет возможности кода, архитектуры и пользовательского интерфейса видеоигры для последующей обработки, и визуализации игрового контента на нескольких языках. В статье раскрываются возможные пути решения для большинства задач по интернационализации компьютерных игр, готовых к применению как в дальнейших исследованиях, так и в работе переводчиков, разработчиков и издателей видеоигр.

Руководствуясь обозначенными принципами, можно вывести игру на максимальный уровень интернационализации, то есть к состоянию, когда продукт полностью локализуем и работает на операционной системе на другом языке, поддерживает ввод и вывод информации на другом языке, правильно обрабатывает регионозависимые элементы (даты, время и т.п.) и, в идеале, поддерживает двунаправленный текст и «отзеркаленный» интерфейс, что актуально для арабских стран. В свою очередь, от уровня интернационализации и от общей успешности локализации напрямую зависит итоговое качество игры и, как следствие, ее окупаемость. С каждым годом игры становятся все более доступными и глобальными, что также способствует дальнейшим исследованиям проблем локализации и интернационализации, и безусловно должно помочь большему числу разработчиков и издателей видеоигр рассмотреть возможность локализации своего контента на новом, принципиально более качественном уровне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Bernal-Merino M.Á. On the Translation of Video Games. 2006. URL: https://www.jostrans.org/issue06/art_bernal.php (дата обращения: 15.11.2022)

2. Esselink B. A Practical Guide to Localization // Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 с.

3. GLOBALIZATION & INTERNATIONALIZATION: WHAT ROLE DOES EACH PLAY? // Terra Translations. URL: <https://terratranslations.com/web/2021/02/12/globalization-internationalization-what-role-does-each-play/> (дата обращения: 15.11.2022).

4. Unicode® History Corner // History of Unicode. URL: <http://www.unicode.org/history/> (дата обращения: 15.11.2022).

5. Вину С.Р. Интернационализация видеоигр: лучшие практики для локализации. Дружественная архитектура // DayDigital. URL: <https://daydigital.com/ru/video-game-internationalization-best-practices> (дата обращения: 15.11.2022).

6. Кернинг // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения: 15.11.2022).

7. Таратин М., Марков С. Локализация приложений. Перевод и поддержка многоязычных приложений // RSDN Magazine. 2005. 3. с. 25-37. URL: <http://rdsn.org/article/mag/200503/SoftwareLocalization.xml> (дата обращения: 15.11.2022).

8. Хинтинг // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения: 15.11.2022).

УДК 006.034

Кортун Екатерина Александровна, магистрант, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Шугай А. В., магистрант, Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Shugai A.V., magistrate, Komsomolsk-na-Amure state university

Kortun Ekaterina Aleksandrovna, magistrate, Komsomolsk-na-Amure state university

Малышева Наталья Васильевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация»

Malisheva Natalia Vasilievna, Associate professor, Department of Linguistics and Intercultural Communication, Komsomolsk-na-Amure State University

ОБЗОР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СТАНДАРТА «СПЕЦИАЛИСТ В ОБЛАСТИ ПЕРЕВОДА»

THE OVERVIEW OF PROFESSIONAL STANDARD BASED ON THE EXAMPLE OF PROFESSIONAL STANDARD “THE SPECIALIST IN THE FIELD OF TRANSLATION AND INTERPRITATION”

Аннотация. В данной статье дается краткий обзор профессионального стандарта, регламентирующего переводческую деятельность на всех этапах ее реализации.

Abstract. The article aims to give a review of a professional standard, which regulates the work of interpreters and translators on every stage.

Ключевые слова: стандарт, качество перевода.

Key words: standard, quality of translation.

В марте 2021 г. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации приказом за номером 134н утвердило профессиональный стандарт «Специалист в области перевода», документ обширный, заключающий в себе ряд следующих разделов: общие сведения; описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт; характеристика обобщенных трудовых функций; сведения об организациях - разработчиках профессионального стандарта [1].

В качестве фундаментальной цели профессиональной деятельности в данном документе определяется «обеспечение качественного перевода», а обеспечением качественного выполнения деятельности призваны заниматься «переводчики и другие лингвисты» и «руководители иных сфер обслуживания, не входящие в другие группы». Эти достаточно пространные группы, указанные в начале документа, далее по тексту документа раскрываются более подробно, и мы уже видим узкие специализации как аудиовизуальный переводчик; переводчик 1 категории; переводчик технической литературы; переводчик художественной литературы; переводчик-локализатор; переводчик-референт; переводчик-синхронист; переводчик-субтитровщик; письменный переводчик; постредактор машинного перевода; специалист по межкультурной

коммуникации устный переводчик и др. [1]. Что касается второй группы профессий, то в нее, согласно документу, входят следующие специалисты: переводчик высшей категории; начальник отдела контроля качества; переводчик-исследователь; редактор; редактор научный; руководитель подразделения; специалист по контролю качества перевода; начальник отдела контроля качества; редактор-контролер переводов; руководитель группы; редактор-консультант. По тексту документа можно понять, что вторая группа специалистов относится к более высокому уровню квалификации (7 уровень), нежели первая (6 уровень).

Уровень специалиста отражен в требованиях, предъявляемых к образованию, обучению и опыту практической работы, чем выше квалификационный уровень, тем серьезнее требования [2]. Например, для специалиста 6 уровня обязательным требованием является – высшее образование, соответствующее области профессиональной деятельности или высшее образование (непрофильное) и дополнительное профессиональное образование - программы профессиональной переподготовки, соответствующие области профессиональной деятельности, для некоторых видов деятельности даже не прописан минимальный опыт работы по специальности. Если же анализировать запросы, предъявляемые к специалистам 7 уровня, то мы увидим, что они более обстоятельные, а именно высшее образование, соответствующее области профессиональной деятельности – специалитет, магистратура или высшее образование (непрофильное) – специалитет, магистратура и дополнительное профессиональное образование – программы профессиональной переподготовки, соответствующие области профессиональной деятельности, кроме этого рекомендуется проходить дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации в соответствии с видом профессиональной деятельности не реже 1 раза в 5 лет [1].

Возвращаясь к обзору данного стандарта, следует отметить, что для каждого перечня профессий в документе достаточно детально, на наш взгляд, описаны трудовые операции, необходимые компетенции и желательный опыт для качественной реализации профессиональной деятельности, что, несомненно, положительно может отразиться на всех этапах переводческого процесса. Для наглядности приведем пример стандартизированных параметров для специалиста 6 уровня.

Таблица 1 – Обобщенная трудовая функция [1]

Возможные наименования должностей, профессий	Аудиовизуальный переводчик Переводчик I категории Переводчик технической литературы Переводчик художественной литературы Переводчик-локализатор Переводчик-референт Переводчик-синхронист Переводчик-субтитровщик Письменный переводчик Постредактор машинного перевода Специалист по межкультурной коммуникации Устный переводчик
Требования к образованию и обучению	Высшее образование, соответствующее области профессиональной деятельности или высшее образование (непрофильное) и дополнительное профессиональное образование - программы профессиональной переподготовки, соответствующие области профессиональной деятельности
Требования к опыту практической работы	Опыт работы в области перевода не менее 3 лет
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	Дополнительное профессиональное образование - программы повышения квалификации в соответствии с видом профессиональной деятельности не реже 1 раза в 5 лет

Таблица 2 – Трудовая функция [1]

Наименование	Устный последовательный перевод		Код	V/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала			
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта	
Трудовые действия	Поиск необходимой информации по заданной тематике перевода					
Необходимые умения	Составление локального тематического словаря					
	Осуществление межкультурной и межязыковой коммуникации					
	Определять тематическую область исходного сообщения					
	Систематизировать и осваивать новую лексику в кратчайшие сроки					
	Определять стратегию перевода в соответствии с особенностями коммуникации и целью перевода					
	Переводить с одного языка на другой					
	Сохранять коммуникативную цель и стилистику исходного сообщения					
	Быстро переходить с одного языка на другой					
	Применять переводческую скоропись					
	Использовать специфические технические коммуникативные средства (графики, диаграммы, схемы)					
	Использовать вербальные и невербальные средства языка в зависимости от культурологического контекста					
	Использовать коммуникативные техники, принятые в родной и иноязычных культурах					
	Применять навыки публичных выступлений					
	Пользоваться техническими средствами во время осуществления последовательного перевода					
	Необходимые знания	Специализированные информационно-справочные системы				
Способы быстрого запоминания новой лексики						
Теория устного перевода						
Теория и практика межкультурной коммуникации						
Родные языки; иностранные языки и (или) языки народов Российской Федерации и (или) языки малых народов						
Варианты и социолекты рабочих языков переводчика						
Терминология предметной области перевода						
Система переводческой скорописи						
Технологии проведения протокольных мероприятий						
Профессиональная этика						
Экстралингвистическая информация в соответствующей области знаний						
Другие характеристики	-					

Подводя итог обзора вышеуказанного документа, хотелось бы отметить его несомненную фундаментальность и проработанность, насколько нам известно, документ не раз выставлялся на общественное обсуждение и многие аспекты первоначальных версий подвергались жесткой критике. В итоговой утверждённой версии многие замечания были устранены, тем самым, нивелировав категорические замечания критиков, которые считали, что данный документ является угрозой существующему процессу подготовки специалистов. Более того, по их мнению, он может ознаменовать закат лингвистического образования, в принципе, и допущение того факта, что профессия «переводчик» может совершенно исчезнуть из профессионального обихода [3]. Мы же, в свою очередь, наоборот, считаем, что, опираясь на этот стандарт, можно проводить не только качественную подготовку будущих специалистов на всех этапах профессионального становления, но и осуществлять контроль за ведением специализированной деятельности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Приказ об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области перевода». URL: <https://docs.cntd.ru/document/603354689?section=text> (дата обращения 10.11.2022).

2 Проект приказа Министерства труда и социальной защиты РФ «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области перевода» (Подготовлен Минтрудом России 12.11.2019. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56714265/> (дата обращения 10.11.2022).

3 ISO 17100:2015(en) Translation services – Requirements for translation services. URL: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:17100:ed-1:v1:en> (дата обращения: 10.11.2022).

4 Редакционная статья Профессиональный стандарт переводчика: неравнодушный взгляд // Мосты. № 3 (59). 2018. Стр 4-9.

Кривошеева Анастасия Александровна, студент, Череповецкий государственный университет

Krivosheeva Anastasia Alexandrovna, second-year student, Cherepovets State University

Моисеенко Анна Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой ГФиМК, Череповецкий государственный университет

Anna Valeryevna Moiseenko, Candidate of Philological Sciences, Head of department of Germanic Philology and Intercultural Communication, Cherepovets State University

СИНОНИМИЧЕСКИЕ РЯДЫ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ В АМЕРИКАНСКОМ ТЕЛЕСЕРИАЛЕ «YOUNG SHELDON»

SYNONYMIC SETS OF PHRASAL VERBS IN AMERICAN TV SERIES «YOUNG SHELDON»

Аннотация. Цель работы заключается в выявлении особенностей англоязычных синонимичных фразовых глаголов в американском сериале «Young Sheldon», для реализации которой применялись методы лексикографического анализа словарных дефиниций, компонентный и количественный виды анализа. Синонимические единицы входят в состав рядов двух видов: бинарный синонимический ряд с двумя фразовыми глаголами и бинарный синонимический ряд с монолексемным и фразовым глаголом. Выявлено, что наиболее частотные фразовые глаголы, функционирующие в речи героев, различаются наличием стилистического коннотативного компонента и такими денотативными компонентами, как объект, причина, сопутствующие обстоятельства. Синонимические единицы в сериале дополняют портрет персонажей и характеризуют речевое поведение героев.

Abstract. The objective of the research is to determine peculiarities of English phrasal verbs in American TV series «Young Sheldon». To achieve the goal, the authors applied methods of lexical analysis, componential and quantitative analysis. Synonymic phrasal verbs are included into synonymic sets of two types – binary synonymic sets with two phrasal verbs and binary synonymic sets with a monolexemic verb and a phrasal verb. We have found that the most productive phrasal verbs have differences in stylistic connotations and such denotative components as object, cause and attendant circumstances. Synonymic units contribute to the portrait of characters in TV series and represent their speech behavior in different situations.

Ключевые слова: фразовый глагол, синонимический ряд, бинарный синонимический ряд, компонентный анализ, денотативный компонент, коннотативный компонент.

Key words: phrasal verb, synonymic set, binary synonymic set, componential analysis, denotative component, connotative component.

Введение

Английские фразовые глаголы активно используются носителями языка в повседневной речи. В настоящее время данные единицы отличаются разнообразием, изменяются и приобретают новые значения. **Актуальность** исследования заключается в необходимости изучения многообразных аспектов синонимичных фразовых глаголов и необходимости фиксировать синонимические аналоги с помощью выявления общих и различительных семантических компонентов.

Гипотеза исследования состоит в предположении о том, что в американском сериале «Young Sheldon» наиболее продуктивными являются бинарные синонимические ряды фразовых глаголов, различающиеся денотативными и коннотативными компонентами.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей англоязычных синонимичных фразовых глаголов в американском телесериале «Young Sheldon».

В рамках исследования была поставлена задача составить список фразовых глаголов из американского сериала «Young Sheldon», далее с помощью метода анализа словарных дефиниций сформировать бинарные синонимические ряды; выявить денотативные и коннотативные элементы значения с помощью компонентного анализа; определить наиболее продуктивные типы рядов с помощью количественного анализа.

Основная часть

Благодаря многозначности и постоянному употреблению фразовых глаголов в повседневной жизни, лингвисты продолжают дополнять перечень их особенностей. Некоторые сходятся во мнении о том, что фразовый глагол – это особая форма словообразования, присутствующая в английском языке, отсутствующая в русском языке, когда к монолексемному глаголу добавляется послелог, который меняет значение лексической единицы. Отметим некоторые характеристики фразовых глаголов: фразовые глаголы можно заменить монолексемным глаголом; они обладают свойствами идиом; состоят из двух частей и имеют адвербиальный послелог, который усложняет семантическое значение слов [2: 1441]. В свою очередь Ш. Балли говорит о делимости и неделимости глаголов, когда одна группа остается с тем же значением, а другая может приобретать новые смыслы [1]. Следует также отметить, что фразовые глаголы, как правило, ориентированы на разговорную речь [4: 110].

Перейдем к краткому определению синонимичных лексем. Синонимы – это «слова близкие или тождественные по своему значению, выражающие одно и то же понятие, но различающиеся или оттенками значения, или стилистической окраской, или и тем и другим» [6]. Синонимы делятся на несколько видов: полные, частичные, идеографические, стилистические [5: 129]; объединяются в синонимические ряды – последовательности лексических или фразеологических синонимов [6], которые могут быть бинарными или полинарными. Бинарный синонимический ряд – ряд, который содержит две единицы, а полинарный – более двух. Важно отметить, что синонимические ряды могут формироваться как с доминантой, так и без нее [3: 136]. Синонимические единицы могут различаться такими денотативными компонентами как цель, результат, причина, мотивировка, место, время, способ, характер, степень, форма проявления; и / или коннотативными компонентами – стилистическими, экспрессивными, эмоциональными и оценочными.

Материал исследования составляет 45 фразовых глаголов, взятых из речи персонажей сериала «Young Sheldon»; проведен анализ 5 серий, объединенных началом становления незаурядного мальчика Шелдона. В 9 лет Шелдон отправляется в один класс со своим старшим братом. Достигнуть таких результатов помогает увлеченность точными науками: Шелдон любит решать задачи, заниматься высшей математикой, ставить физические и химические эксперименты. Главный герой любопытен, он с радостью познает мир и ищет подтверждение или опровержение своим гипотезам. Однако его упрямый и категоричный характер заставляет Шелдона попадать в разные неловкие и комичные ситуации. В таких случаях мы наблюдаем развитие героя в познании окружающего мира и своей личности, а рядом с ним всегда оказывается его любящая семья и друзья [8: 2].

Приведем примеры 7 бинарных синонимических рядов со структурой **фразовый глагол + фразовый глагол** и указанием дефиниций [Cambridge Dictionary www]: *think through (to carefully consider the possible results of doing something) – work up (to develop an idea, a plan, etc. by considering all the details), break up (two people in a romantic relationship break up, their marriage or their relationship ends) – get out of (to avoid doing something that you do not want to do, especially by giving an excuse), get out (to leave a closed vehicle, building, etc.) – get out of (something that allows you to avoid an unpleasant result of your actions), bet on (to risk money on the result of an event or a competition) – punt on (to risk money by buying or supporting something, in the hope of making or winning more*

money), *start over* (to begin to do something again, sometimes in a different way) – *open up* (if a new business, office, shop, etc. opens up, or someone opens it up, it starts doing business), *check out* (if information, facts, etc. check out, you can prove that they are true or correct) – *check on* (to look at someone or something in order to make sure that they are safe, correct); *to come on* (to start to happen or work) – *to go ahead* (to start to do something).

Данные бинарные ряды характеризуют различные сцены сериала.

Think through – work up. Первый фразовой глагол использует мама Шелдона, которая обеспокоена тем, что у сына нет друзей, он в одиночестве обедает в школьной столовой. Она хочет поддержать сына, но отец объясняет, что это может навредить мальчику и не поможет обрести единомышленников среди старшеклассников, ей необходимо тщательно продумать свое решение. Второй глагол использует Шелдон. Главный герой рассказывает своему другу об изобретении, которое затем повреждает гараж семьи. Указанные лексемы объединены значением *продумывать что-либо тщательно* и различаются компонентом сопутствующих обстоятельств – продумывать последствия или обдумывать характеристики, детали чего-либо.

To come on – to go ahead. Первый глагол часто используется старшеклассниками и семьей Шелдона для того, чтобы подбодрить своего собеседника перед началом какой-либо активности. Второй глагол используется мамой Шелдона, когда она предлагает приступить к ужину после молитвы. Данные глаголы объединяются денотативным компонентом *призвать кого-то к действию* и стилистическим коннотативным компонентом, поскольку указанные единицы характеризуются в словарях пометой *informal*.

Далее приведем примеры 4 бинарных синонимических рядов со структурой **фразовый глагол + монолексемный глагол**: *to want* (to wish for a particular thing or plan of action) – *cry for* (express a want, request), *to spend* (to use time doing something or being somewhere) – *knock around* (to spend time relaxing and doing very little), *to seek* (to try to find or get something) – *look for* (to try to notice someone or something), *to care* (to think that something is important and to feel interested in it or worried about it) – *look after* (to take care of someone or something by keeping them healthy or in a good condition).

Рассмотрим подробнее несколько примеров.

To want – to cry for. Речь идет о выражении желаний главного героя и его сестры: Мисси хочет больше внимания родителей, а Шелдон – обрести друзей ради спокойствия родственников. Такие лексемы совпадают в целевом компоненте, различаются характером желаемого объекта.

To care – to look after. Данные глаголы можно заметить в речи мамы главного героя. Она волнуется за Шелдона, поскольку он еще совсем ребенок, но уже ходит в старшую школу и изучает точные науки. Первый глагол указывает на компонент переживания за кого-то, а второй – на заботу, которая заключается в том, чтобы человек хорошо себя чувствовал, был здоровым, чтобы для него были созданы все необходимые условия, т.е. различия заключаются в характере или образе выполняемого действия. В данных парах первый глагол является доминантой и характеризуется более обобщенным значением, второй является фразовым глаголом и уточняет значение первого.

Среди бинарных синонимических рядов с включением двух фразовых глаголов синонимы с денотативными компонентами составляют 79 %, с денотативными и коннотативными – 21 %, что говорит о характерных особенностях персонажей сериала. Среди бинарных синонимических рядов с включением монолексемного глагола и фразового глагола синонимы только с денотативными компонентами составляют 90 %, с денотативными и коннотативным – 10 %.

Заключение

Исследуемые синонимичные фразовые глаголы различаются коннотативным компонентом стилистического характера и следующими денотативными компонентами: объект, предмет, причина, сопутствующие обстоятельства, образ действия. Лексемы,

которые встречаются в речи главного героя, как правило, не имеют коннотаций, поскольку Шелдон стремится употреблять только литературные лексемы, в то время как синонимы из реплик его сверстников обычно маркированы стилистически. Гипотеза исследования подтвердилась частично: в американском сериале «Young Sheldon» наиболее продуктивными являются бинарные синонимические ряды фразовых глаголов, различающиеся преимущественно денотативными компонентами.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. Москва : Издательство иностранной литературы, 2001. – 416 с.
2. Барбашева С.С. Особенности употребления глаголов в медицинском дискурсе // Известия Самарского научного центра Российской Академии наук. 2011. 2 (6). С. 1441–1443.
3. Белов В.А. Типы синонимических рядов // Вопросы психолингвистики. 2014. № 22. С. 125–137.
4. Жамбылқызы М. Структурно-семантические особенности фразовых глаголов // Евразийский Союз Ученых. 2015. №5-5 (14). С. 108–111.
5. Листвинова Л.А. Функции синонимов в языке // Инновационная наука. 2016. № 6-3. С. 128–131.
6. Словари и Энциклопедии. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lingvistic/> (дата обращения 23.10.2022).
7. Cambridge Dictionary Online. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения 23.10.2022).
8. Van Zyl, M., Lande B. Stylometry and characterisation in The Big Bang Theory // *Literator. Journal of Literary Criticism, Comparative Linguistics and Literary Studies*. 2016. № 37. Pp. 2–11.

УДК 811.161.1

Маношкина Алла Вадимовна, старший преподаватель, Дальневосточный федеральный университет

Manoshkina Alla Vadimovna, Senior Lecturer, Far Eastern Federal University

Морева Надежда Семеновна, кандидат филологических наук, доцент, Дальневосточный федеральный университет

Moreva Nadezhda Semyonovna, PhD Candidate, Docent, Far Eastern Federal University

ОСОБЕННОСТИ ФОРМАЛЬНОЙ АССИМИЛЯЦИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЗАИМСТВОВАНИЯ «ФУА-ГРА» (НА МАТЕРИАЛЕ РОССИЙСКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ)

SPECIFICS OF FORMAL ASSIMILATION OF THE FRENCH LOANWORD “FOIE GRAS” (BASED ON MATERIAL OF RUSSIAN PUBLISHED TEXTS)

Аннотация. В статье представлены результаты наблюдений за функционированием французского заимствования «фуа-гра» в российских публицистических текстах. В центре внимания – графико-орфографический и морфологический аспекты формальной ассимиляции. В результате делается вывод, что орфографическая и морфологическая ассимиляция анализируемого заимствования характеризуется определённым синкретизмом. Орфографическая вариативность коррелирует с морфологической ассимиляцией. Морфологическое освоение, в свою очередь, находится в тесной взаимосвязи с функциональной ассимиляцией.

Abstract. The article presents the results of observations on the function of the French loanword "foie gras" in Russian published texts. Specific focus is placed on the graphic-orthographic and morphological aspects of formal assimilation. The conclusion is drawn that the orthographic and morphological assimilation of the analyzed loanword is characterized by a specific syncretism. The orthographic variation correlates with the morphological assimilation. Morphological assimilation, in turn, is in close relationship with functional assimilation. Ключевые слова: заимствование, формальная ассимиляция, графическая ассимиляция, орфографическая вариативность, морфологическая ассимиляция, функциональная ассимиляция.

Key words: loanwords, formal assimilation, graphical assimilation, orthographic variety, morphological assimilation, functional assimilation.

Целью данной статьи является демонстрация особенностей формальной ассимиляции французского заимствования *фуа-гра* в русском языке, которые были выявлены при анализе функционирования данной лексемы в публицистических текстах. В задачи входит рассмотрение процесса формальной ассимиляции указанного заимствования на графико-орфографическом и грамматическом (морфологическом) уровнях. Формальная ассимиляция понимается здесь в традиционном толковании, т.е. как приближение фонетических, графических, грамматических характеристик заимствованных слов к нормам принимающего языка, в отличие от функциональной ассимиляции, затрагивающей лексико-семантический уровень.

Французский гастрономический продукт под названием «foie gras» (жирная печень) широко известен в мире как изысканный деликатес. Произведённый особым способом с соблюдением многовековых региональных традиций этот продукт является национальной гордостью французов, неотъемлемой частью французской культуры. В 2006 г. он был официально признан частью культурного и гастрономического достояния, охраняемого во Франции. Название этого продукта с полным правом можно отнести к разряду национально-маркированных гастрономических терминов, которое было заимствовано многими языками, наряду с русским, вместе с самим продуктом, им обозначаемым.

Во французском языке объект нашего исследования представляет собой именное словосочетание (foie – печень, gras – жирный), которое идентифицируется как сложное слово во французской лексикологии. В данной статье мы называем это заимствованное слово лексемой и используем написание *фуа-гра*, ориентируясь на Орфографический академический ресурс «АКАДЕМОС» [2] и Русский орфографический словарь под редакцией В.В. Лопатина, О.Е. Ивановой 2015 г. издания: «фуа́-гра́, нескл., с. (кулин.)» [3].

Материалом исследования послужили статьи из электронных версий различных российских газет, входящих в ТОП-100 лучших интернет/онлайн СМИ 2020 г. Выборка проводилась по поисковым системам изданий, общее количество которых составило более 20 единиц, в них вошли: «Ведомости», «Газета.ру», «Дни.ру», «Коммерсантъ», «Независимая газета», «Полит.ру», «Росбалт», «Утро.ру» и другие. Общее количество употреблений составило более 2000, большинство из которых представляли однотипные примеры использования рассматриваемой лексемы в качестве гастрономического термина в меню и были исключены из анализа. Для детального анализа нами было отобрано около 300 контекстов. Временные рамки отобранного материала охватывают в целом 21 год, с 2000 г. по 2021; из некоторых же изданий, чья поисковая система позволяет обратиться к более ранним публикациям, материал отбирался с 90-х гг. прошлого столетия. Такой временной интервал позволяет оценить именно динамику различных аспектов формальной ассимиляции, что соответствует поставленным задачам.

Французское *foie gras* является по сути гастрономическим термином, обозначающим печень гусей или уток, откормленных принудительным способом (гаважом).

Именно так оно трактуется в авторитетных французских толковых словарях *Dictionnaire de l'Académie Française*, *Le Robert*, *Trésor de la Langue Française Informatisé*: «GASTRON. *Foie gras*. Foie des oies, des canards engraisés par gavage» (Гастрон. Печень гусей, уток, откормленных гаважом) [9]; «GASTRON. *Foie gras*, foie d'oie, généralement gavée, ou de canard, préparé de diverses façons selon les provinces» (Гастрон. Печень гусей или уток, как правило, откормленных гаважом, приготовленная различными способами в зависимости от провинции) [8]; «*Foie gras*: foie d'oie ou de canard engraisé(e) par gavage» (Печень гусей или уток, откормленных гаважом) [7]. В данных определениях лексической единицы *фуа-гра* отражены два её значения: сам продукт и блюда, приготовленные из него.

В толковых словарях русского языка эта лексема не зафиксирована, её можно найти только в ограниченном количестве словарей иностранных слов или специальных терминологических словарях. Трактовка рассматриваемой лексемы изобилует в них как орфографическими вариантами, так и вариантами определений, ни одно из которых не соответствует определениям французских словарей. «ФУАГРÁ – блюдо из жирной печени гуся или утки» [6]; «ФУАГРА foie gras. Гусиная печенка» [1]; «Фуа гра - печень откормленного гуся или утки, отваренная со специями в небольшом количестве воды, часто обильно посыпанная трюфелями» [4]; «ФУАГРА сущ. фуа-гра́ французский деликатес – паштет из гусиной печени» [5]. Как видим, в данных словарях представлены все возможные варианты написания французского foie gras: слитно, через дефис и сочетание.

Орфографическая нестабильность лексемы *фуа-гра* проявляется и при её функционировании в публицистических текстах. В большинстве случаев лексема пишется через дефис (217 употреблений), вторую позицию занимает слитное написание (60 употреблений), третий вариант написания – сочетание – представлен в 23-х случаях. В сущности, вопрос орфографической ассимиляции сводится к выбору одного из этих вариантов написания, которое передавало бы природу французского сложного слова, состоящего из двух самостоятельных лексем. Отметим попутно, что графическая ассимиляция, т.е. передача графического образа иноязычного слова графическими средствами принимающего языка, не сопряжена в нашем случае с какими-либо сложностями. В основной массе примеров графический образ рассматриваемой лексемы предаётся кириллицей. Оригинальное написание – *foie gras* – встречается в единичных случаях и в основном – в статьях 90-х гг. прошлого века.

Хронологический анализ по годам публикаций позволяет судить об отчётливо выраженной динамике орфографического освоения лексемы. Передача французского *foie gras* сочетанием *фуа гра* встречается исключительно в период с 90-х гг. прошлого столетия до 2006 г. Этот вариант написания полностью передаёт синтаксическую структуру французского прототипа и свидетельствует о том, что на начальном этапе массового вхождения этого заимствования в русский язык он не был подвержен грамматической ассимиляции, что в принципе, характерно для большинства заимствованных слов. В большинстве случаев (15 из 23) сочетание заключается в кавычки – «фуа гра», что подчёркивает чужеродность этого заимствования.

Написание через дефис представлено по нарастающей от единичных случаев в 2001-2002 гг. до практически основного орфографического варианта в настоящее время. Слитное написание является эпизодическим, по сравнению с дефисным вариантом, но стабильным в рассматриваемом отрезке времени. Слитное и дефисное написание очень редко заключается в кавычки, при этом функция кавычек имеет совершенно иной характер. В целом, можно говорить о том, что орфографическое освоение анализируемого заимствования находится в активном, но не завершённом процессе. Переломным этапом в этом процессе можно считать переход от раздельного написания до написания одним словом.

Оба отмеченные орфографические варианты являются, на наш взгляд, результатом морфологической ассимиляции, а именно, перехода французского сочетания в лек-

сико-грамматический класс существительных в русском языке. При этом происходит и морфемная перестройка, которая особенно отчетливо передаётся написанием через дефис, позволяющим увидеть в слове две морфемы.

Что касается морфологической ассимиляции в другом её аспекте – приобретение грамматических категорий, свойственных языку-реципиенту, – то здесь также наблюдается нестабильность и вариативность при функционировании лексемы *фуа-гра*. Рассмотрим далее ассимиляцию по роду, падежу и числу.

В Орфографическом словаре русского языка [3] *фуа-гра* определяется как несклоняемое существительное среднего рода. Французский же прототип – мужского рода. Анализ употребления заимствованной лексемы в речевой практике показывает колебания в категории рода: *фуа-гра* может выступать и как существительное женского рода, и как существительное среднего рода. Судить о роде этого слова мы можем не по всему корпусу материала, а лишь по тем контекстам, в которых сочетаемость лексемы с другими членами предложения позволяет это сделать; в нашем случае это 51 контекст.

Более, чем в половине случаев (32 употребления) лексема *фуа-гра* определена как существительное женского рода: «легко вздыхающая "фуа гра"; «нежная горячая «фуа гра»; «ту самую фуа гра»; «разница между гусиной и утиной фуа-гра»; «родина нежной фуа-гра». Восприятие этого слова носителями русского языка в форме женского рода связано, вероятнее всего, с родом русского существительного «печень». В форме среднего рода *фуа-гра* встречается 10 раз: «халявное фуа-гра»; «французское фуа-гра»; «пресловутое фуа гра»; «искусственное фуа-гра». В 9 случаях определение при *фуа-гра* не позволяет дифференцировать средний и мужской род, и он может вполне восприниматься как мужской: «питаться одним лишь фуа-гра»; «о поданном ему "божественном фуа-гра"; «посоперничать с каким-нибудь французским фуа-гра».

Несклоняемое во французском языке *foie gras* и помеченное таковым в орфографическом словаре русского языка на самом деле далеко не всегда соответствует этому признаку в действительности. В анализируемом материале выделяются два блока контекстов, где лексема *фуа-гра* склоняется.

Первый, как это ни странно, – в статьях ресторанных критиков, для которых эта лексема является практически профессиональным термином: «Зимние холода в Selfie можно встречать по-французски – тыквенным крем-супом с *фуагрой*...» [Утро.ру, 12.10.2014]; «... турнедо "Россини" являет собой сочный кусок говядины внушительных размеров, который дополнен бриошем и *фуагрой*. Пицца "Россини" готовится с манговым пюре и *фуагрой*» [Дни.ру, 27.12.2019]. На проблему склонения этого заимствования обратила внимание одна из представительниц ресторанных критиков ещё в период массового вхождения этого слова в употребление более двадцати лет назад. В статье «Гусь утке – товарищ» Дарья Цивина высмеивает представителей российского ресторанного бизнеса, и вслед за ними официантов, которые «наивно полагают что им сегодня "без *фуа-гры* и не туды, и не сюды" и предлагают почтенной публике попробовать "*фуа-гру*" [Коммерсантъ, 03.02.2001]. Однако критика, как говорится, не возымела действия: приведённые выше примеры со склоняемой *фуа-гра* взяты из статей последних лет и подтверждают тем самым, что ничего не изменилось.

Второй блок контекстов со склоняемой лексемой *фуа-гра* представлен в статьях с выраженной прагматической целью авторов – высмеять, поиронизировать, выразить негодование. Объектами иронии, сарказма, негодования выступают представители российской элиты: политической, экономической, шоу-бизнеса, а также и сами французы: «Удивительно – даже губы Ваши стали лосниться, как будто Вы только что оторвались от поедания *фуа-гры*. Неужели Вы решили, что это занятие – неотъемлемый элемент работы всякого телеведущего? Знаю, что вы так не думаете. Поэтому – вот мой совет: соберитесь, припудрите губы, раз уж не можете без *фуа-гры*, и продемонстрируйте зрителям свои лучшие качества» [Независимая газета, 15.09.2001]; «Почему Госкино фи-

нансирует заведомо конъюнктурные фильмы? Потому что оно хочет свозить своих любителей в заграничную поездку, пожрать *фуа-гры* и купить пармезана, просто выражаясь. Все киношники это понимают», – резко заявил Иван Охлобыстин корреспонденту НСН» [Национальная служба новостей, 21.01.2015]; «Они там сытые, с жиру бесятся, *фуагрой* в золотые унитазаы какают, а мы им – помогать?! Да что же это такое-то, граждане вы мои дорогие?!» [Росбалт, 17.04.2019]. Склонение лексемы в этих контекстах является преднамеренным и способствует реализации прагматического замысла говорящего ещё и за счёт размещения лексемы *фуа-гра* рядом со «своими в доску» словами и выражениями, как «пожрать», «беситься с жиру» и другими. Лексема наделяется здесь эмоционально-оценочной коннотацией, а грамматическое «поведение» её, т.е. склоняемость, в подобных контекстах обусловлены не столько морфологической ассимиляцией, сколько прагматическими установками авторов. Игра с морфологическими формами лексемы *фуа-гра* говорит не столько о морфологической ассимиляции, сколько отсылает нас уже к функциональной ассимиляции.

То же самое можно сказать и об использовании лексемы в форме множественного числа: «Но представьте, что вы каждый день едите изысканную французскую кухню, а потом вы приезжаете к бабушке – и она вам картошечки с салыцем жарит, и соленый огурчик сверху. И ты понимаешь, что лучше картошечки, чем *все эти ваши фуагры* и т. д. – и это нормально» [Полит.ру, 09.10.2021]. За счёт множественного числа неисчисляемое существительное приобретает обобщённое значение и отсылает ко всему чему-то не русскому в рационе питания, а говорящий здесь явно выражает своё пренебрежение к этому.

Подводя итоги, отметим, что формальная ассимиляция рассматриваемого заимствования на различных уровнях – графическом, орфографическом и морфологическом – характеризуется определённым синкретизмом. Орфографическая вариативность коррелирует с морфологической ассимиляцией. Морфологическое освоение, с другой стороны, находится в тесной взаимосвязи с функциональной ассимиляцией, о чём свидетельствует использование различных грамматических форм в прагматических целях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Епишкин, Н. И. Исторический словарь галлицизмов русского языка . М. : Словарное издательство ЭТС. 2010. URL: http://www.ets.ru/pg/r/dict/gall_dict.htm (дата обращения: 10.10.2022).
2. Орфографический академический ресурс «АКАДЕМОС». URL: <https://orfo.ruslang.ru/search/word> (дата обращения: 10.10.2022).
3. Русский орфографический словарь около 200 000 слов. / Под ред. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой. – Изд. 4-е, испр. и доп. . М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2015. - 896 с.
4. Словарь кулинарных терминов. 2012. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_culinary/ (дата обращения: 10.10.2022).
5. Мостицкий, И. Универсальный дополнительный практический толковый словарь. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/mostitskiy/index.htm> (дата обращения: 10.10.2022).
6. Черкасова, М. Н. Современный словарь иностранных слов: [более 5000 слов] // Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. - 469 с.
7. Dico en ligne Le Robert. URL: <https://dictionnaire.lerobert.com/> (дата обращения: 10.10.2022).
8. Dictionnaire de l'Académie Française. URL: <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9F1114> (дата обращения: 10.10.2022).
9. Trésor de la Langue Française Informatisé. URL: <https://www.cnrtl.fr/definition/foie> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 621.9:519.8.

Махмудова Саидахон Абдувалиевна, магистрант, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Makhmudova Saidakhon Abduvalievna, Komsomolsk-na-Amure State University

Квашенко Ольга Леонидовна, старший преподаватель кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация»

Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kvashenko Olga Leonidovna, senior lecturer, Linguistics and Intercultural Communication Department, Komsomolsk-na-Amure State University

СИСТЕМА УПРАЖНЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ УСТНОЙ РЕЧИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

SYSTEM OF EXERCISES FOR THE DEVELOPMENT OF ORAL SPEECH IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Аннотация. Упражнения для развития устной речи на русском языке играют важнейшую роль для обучения говорению. Система упражнений по развитию устной речи на русском языке определяется структурой и содержанием учебной деятельности. Упражнения объединяют общие цели, которые соотносятся с коммуникативно-деятельностным подходом к развитию устной речи обучающихся. В данную систему вложены речевые умения, главными из них является умение создавать речевое высказывание.

Abstract. Exercises for the development of oral speech in Russian play a crucial role. The system of exercises for the development of oral speech in Russian is determined by the structure and content of educational activities. The exercises combine common goals that correlate with the communicative-activity approach to the development of students' oral speech. Speech skills are invested in this system, the main of them is the ability to create a speech statement.

Ключевые слова: система, методика преподавания, компетентность, принцип системности, язык, языковая система.

Keywords: system, teaching methods, competence, the principle of consistency, language, language system.

Упражнения для развития устной речи на русском языке играют важнейшую роль. В методике русского языка существует потребность в формировании системы упражнений. Изыскания, которые были проведены российскими филологами и филологами-методистами, подтверждают, что только система упражнений способна обеспечить освоение студентами навыков грамотного письма и речи. Система упражнений строится с учётом затруднения условий, в которых проходит развитие навыка. Данная система может предполагать широкий выбор заданий и подходящий смысл упражнения. Система упражнений обязана гарантировать увеличение и улучшение степени самостоятельности студентов и их передвижение от репродуктивных заданий к креативным заданиям.

Систему упражнений по развитию устной речи на русском языке можно определить построением и сущностью учебной деятельности. Упражнения могут объединять общие цели, соотносящиеся с коммуникативно-деятельностным методом к развитию устной речи студентов. В систему упражнений внесены речевые умения, которые представляют собой умение создавать речевое выражение. При работе с упражнениями тренируются виды речевых навыков деятельности студентов, при этом студенты попадают в ситуацию, где они могут реализовать полученные знания и умения в разных условиях обучения. Только система упражнений может формировать навыки и умения при ре-

лизации разных видов речевой деятельности, и она же требует от учащихся заключение различных задач в учебной сфере, обеспечивающее внимания к процессу обучения [1].

Системный подход к развитию речи на основе методов и приемов обучения наделяется определенными требованиями:

1. Система упражнений выступает как основная единица деятельности, которая имеет три структуры: ориентировка, исполнение, самоконтроль. В системе упражнений четко формируются задачи, в которых определяются различные способы их решения.

2. Предлагаемые упражнения представляют собой единство и взаимосвязь процессов обучения.

3. Планомерно усложнять систему упражнения с помощью самостоятельности студентов при выполнении упражнения.

4. Упражнения должны влиять на зрительную, эмоциональную и слуховую память студентов.

В систему упражнений входит различный ряд групповых упражнений:

I. Упражнения на понимание студентами грамматических правил.

II. Упражнения на разработку умений безошибочно образовывать грамматические разновидности и построение.

III. Упражнения на выискивание, систематику и корректировки грамматической направленности [2].

Систематичность упражнений есть первая и главнейшая основа их успеха.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Иванова, Т. М. Система упражнений на занятиях русского языка как иностранного // Ученые записки ЗабГУ. Серия филология и история, 2013. №3. С. 227.

2. Система упражнений // Brainapps.ru.blog|2015|12|6-uprazh (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 070

Мачнева Елизавета Александровна, бакалавр; Machneva Elizaveta Alexandrovna

Государственный университет управления, г. Москва

Крылова Наталья Федоровна, кандидат филологических наук, доцент; Государственный университет управления, г. Москва

Krylova Natalya Fedorovna, State University of Management, Moscow

ЯЗЫКОВЫЕ И ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФИЧЕРОВ

LANGUAGE AND GENRE FEATURES OF FEATURES

Аннотация. Статья посвящена исследованию языка фичеров. Анализируются лингвистические особенности научных, политических, социальных и исторических фичеров, главными чертами которых являются простота изложения, экспрессивность автора, использование выразительных средств и наличие гиперссылок.

Abstract. The article is devoted to the study of the language of features. The linguistic features of scientific, political, social and historical features are analyzed, the main features of which are simplicity of presentation, expressiveness of the author, the use of expressive means and the presence of hyperlinks.

Ключевые слова: фичеры, публицистический стиль, новости, языковые особенности, средства выразительности, лексические особенности.

Key words: features, journalistic style, news, language features, means of expression, lexical features.

Ядром журналистики являются новости. Основным жанром в качественных деловых журналах был и остается фичер. Все чаще журналисты и редакторы обращаются к данному жанру, так как именно он позволяет им привлечь широкую читательскую аудиторию и подает информацию в более выгодном свете. Как правило, фичер-стори представляет собой увлекательную историю от третьего лица, имеющую неформальный характер и содержащую экспрессивные средства.

В журналистской терминологии фичер (англ. feature - особенность, свойство) – это статьи в газетах, журналах или в Интернете, которые отображают новости, но их новизна - не главное, они должны быть наполнены глубиной и чувствами, показывать будущую перспективу. Фичер-стори часто концентрируются на фоне важных событий, вызывают интерес к истории или комментируют конкретный вопрос. По мнению Солдатовой Ж. Г., этот жанр можно определить еще и следующим образом: коммуникативный жанр средств массовой информации; особенно важная, оригинальная, много документированная статья; репортаж, радио-или телепрограмма, которые вызывают большой интерес читателя, слушателя, зрителя, так как он базируется на эмоциях [1, с. 41-46].

«Фичер – это субъективная программа», – считает норвежский звукорежиссер К. Юхан Лунд. В советские годы не было понятия «фичер», но, по сути, «устные рассказы» И. Андронникова, например, это не что иное, как фичеры» [2, с. 82-85]. Такой жанр привлекает внимание, вызывает чувства. Журналист может написать фичер в форме документальной статьи, репортажа, а не только новости. Автор должен красочно и ярко описать сюжет, тем самым увлечь читателей. Герои могут общаться, шутить, обсуждать что-либо.

Некоторые исследователи данный вид публикаций относят к такому типу речевого акта, как экспрессив, который обладает эмоционально-оценочными компонентами, способствующими реализации функции информирования как на уровне морфосинтаксиса, так и на лексическом уровне.

Современные ученые, исследователи PR-текстов, к психолингвистическим факторам фичеров относят «ориентированность текста на конкретный сегмент потребительского рынка и, следовательно, на особенности восприятия адресата; селективность информации (связана с ограничением отведенного для публикации места и законами имиджирования); заданность и тематическая направленность информации, прагматическая направленность (ожидание деятельной реакции со стороны аудитории); доступность информации (приближение системы понятий PR-субъекта к системе понятий потребителя)» [3, с. 188-193].

Одним из важных признаков, отличающих фичер-стори от других жанров журналистских текстов, является его структура. Если типичная новостная структура строится по принципу «перевернутой пирамиды», то структуру фичеров называют «песочными часами» с асимметричными колбами. Верхней колбой выступает лид – это абзац-тема, нижняя колба – это тело статьи и в основании часов – заключение. Тема не должна покидать ни одну структурную составляющую фичера. Все элементы этих «песочных часов» подчиняются главной теме и работают на нее.

Объектом настоящего исследования являются 22 фичера, которые были собраны из наиболее популярных интернет-изданий и специализированных сайтов. По тематической направленности проанализированные тексты представляют собой научные, исторические, социальные и политические фичеры.

Научные темы являются хорошим способом донести до широкого круга читателей последние открытия и проблемы. Научным фичерам (около 20 % исследованных текстов) свойственно использование терминологии (*сингулярность, теория относительности, замкнутые временные кривые*), употребление слов в прямом значении, широкое использование лексики с отвлеченным значением (*колебание, последовательность, вид, проявление; существовать, выступить, считаться* и т. д.), стремление из-

бегать синонимии, наличие среди терминов строгих антонимических пар (*эксплицитный – имплицитный; индукция – дедукция* и др.). Также нужно отметить, что такая строгость стиля изложения фичеров приближает их к собственно научным текстам.

Фичеры данной группы имеют следующую структуру: начало, в котором журналист кратко объясняет, о чем написана работа; а затем «тело» фичера, подробно иллюстрирующее все основные моменты заданной темы (делится на подзаголовки, часто в виде вопроса). Следует отметить, что во всех исследованных нами текстах отсутствует заключительная часть (выводы). Эти тексты не имеют выраженной эмоциональной окраски, в них отсутствует визуальная составляющая (фотоматериалы).

Политика связана со многими ключевыми процессами, происходящими в современном обществе. Некоторые из них она формирует. Поэтому фичеры, посвященные политическим вопросам, являются довольно популярными. К лексическим особенностям политических фичеров (около 15 % исследованных текстов) можно отнести использование профессиональной политической терминологии (*коррупцированная власть, патриотизм, оппозиция*), наличие общепринятых сокращений (*R&D – научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, GDP – валовый внутренний продукт, G8 – Группа восьми, WMD – оружие массового поражения*). Тексты данных фичеров в основном содержат авторские умозаключения и фотографии с места событий.

Такие тексты имеют следующую структуру: заголовок, указание авторства и дата публикации, вступительное слово автора о новостном поводе и далее основной текст, разделенный на некоторое количество озаглавленных частей. Активно используются высказывания политических деятелей, а в одном из исследуемых политических фичеров основная часть текста полностью состоит из цитат двух экспертов (без комментариев автора статьи).

В исследованном нами материале встретились единичные фичеры, посвященные историческим темам. К особенностям таких фичер-стори можно отнести образность и выразительность текста, например, наличие большого количества эпитетов (*девушка с бездонными зелеными глазами и необычной внешностью, легендарное имя, женщина удивительной красоты, грандиозные вечеринки, огненно-красные волосы*), метафор (*от состояния не осталось и следа, заточена в золотой клетке*) и сравнений (*словно орacula при императрице, словно бы это гипс или воск*), цитат и имен исторических личностей (*Камилло Казати Стампа ди Сончино*). Также в этих фичерах широко используются синонимы (*необычная, незаурядная*). Активное употребление образных средств выразительности в таких текстах приближает их к художественному стилю.

Данный вид фичеров не имеет строгой структуры. Так же, как и в предыдущей группе, фичер-стори изобилуют фотоматериалами.

Общество – это в первую очередь социальная сфера, поэтому социально направленные статьи затрагивают большое количество проблем современности. Социальным фичерам (более 60 % текстов) свойственно использование достаточно простого языка, понятного всем, и многозначных слов, позволяющих открывать в текстах дополнительные смысловые оттенки. К лексическим особенностям социальных фичеров относится употребление просторечий (*подбить, загнул, в ажуре*), заимствованных слов (*гаджет, провайдеры, смартфон, вуаль, пиар, диджитал-выставка*) и фразеологизмов (*откуда ноги растут*).

Социальные фичеры имеют преимущественно стандартную структуру: заголовок, указание авторства и даты публикации, вступительное слово автора о новостном поводе и далее основной текст, поделенный на некоторое количество озаглавленных частей. Они отличаются высокой эмоциональной окраской и вовлеченностью автора, изобилием фотографий. Такие тексты характеризуются активным использованием цитат экспертов, гиперссылок, насыщены языковыми средствами выразительности, в особенности эпитетами (*знаменитый дом, тайный мир, эмоциональный крюк, насыщенный путь*) и метафорами (*срывает вуаль романтизма, насыщенная духом «бандитской жизни»*).

Таким образом, каждая группа фичеров обладает специфическими языковыми особенностями, обусловленными тематической направленностью текстов: научные фичеры - строгостью, терминологичностью; политические – общественно-политической лексикой, использованием большего количества цитат экспертов и фотографий; исторические – образностью и выразительностью; социальные – употреблением просторечий и фразеологизмов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Солдатов Ж.Г. Фичер как жанр в практике информационных агентств Украины // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2021. №6. С. 41-46.

2 Гаг Н.А. Фичер на современном радио // Сборник «Медийные стратегии современного мира» Девятой Международной научно-практической конференции. 2016. С. 82-85.

3 Ленёва И.А. Лингвостилистические характеристики фичер-стори как жанра медиа-текста // Сборник докладов. Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения. Научная сессия ГУАП. Санкт-Петербург, 11-16 апреля, 2016. С. 188-193.

УДК 811.161.1

Менякина Алина Артемовна, студент, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Menyakina Alina Artemovna, student, Donetsk National University
Ярошенко Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой общего, славянского и прикладного языкознания имени Е. С. Отина ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»
Yaroshenko Natalia Alexandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of General, Slavic and Applied Linguistics named after E. S. Otin State Educational Institution of Higher Education Donetsk National University

ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО ВОПЛОЩЕНИЯ ОБРАЗА КРЫМСКОГО МОСТА В ПУБЛИЦИСТИКЕ А.А. ПРОХАНОВА

FEATURES OF THE METAPHORICAL EMBODIMENT OF THE IMAGE OF THE CRIMEAN BRIDGE IN THE JOURNALISM BY A.A. PROKHANOV

Аннотация. Статья посвящена изучению метафорического воплощения процесса построения Крымского моста как историко-политического движения русского народа к победе и к своим национальным истокам. Актуальность работы обусловлена тем, что в ней впервые проводится анализ лингвистического компонента при метафорическом моделировании образа Крымского моста в публицистических статьях Проханова, опубликованных в газете «Завтра» за 2018 – 2019 гг. При анализе фактического материала было выявлено, что лингвистические коннотативные компоненты, репрезентирующие образ Крымского моста, способны участвовать в процессе метафорического моделирования политических событий.

Abstract. The article is devoted to the study of the metaphorical embodiment of the process of building the Crimean Bridge, as a historical and political movement of the Russian people to victory and to their national origins. The relevance of the work is due to the fact that for the first time it analyzes the linguistic component in the metaphorical modeling of the image of the Crimean Bridge in Prokhanov's journalistic articles published in the newspaper «Tomorrow» for 2018 – 2019. When analyzing the factual material, it was revealed that linguistic

connotative components representing the image of the Crimean Bridge are able to participate in the process of metaphorical modeling of political events.

Ключевые слова: метафора, дискурс, Крымский мост, когнитивная лингвистика, концепт.

Key words: metaphor, discourse, Crimean bridge, cognitive linguistics, concept.

Одной из **актуальных** задач, стоящих перед современным языкознанием, является изучение языка в связи с сознанием, мышлением, при этом как коллективным, так и индивидуальным. Так, Дж. Лакофф и М. Джонсон, рассматривающие метафору как когнитивный механизм, отмечают, что она «...пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении, и в действии» [1, с. 387]. Таким образом, мы можем сказать, что метафора является средством когнитивного процесса, когда на основе ассоциаций и аналогий индивидуум переносит знания из одной сферы, уже изученной им, в область другой сферы, только постигаемой. Метафорическая модель будет зависеть от культурных традиций народа, его ценностей, социально-политических и исторических событий.

Описание перехода Республики Крым в состав Российской Федерации и начала сооружения Крымского моста в феврале 2016 г. до сих пор остается сферой дискуссий представителей различных областей гуманитарных знаний. Анализ теоретической базы исследования и собственные наблюдения позволяют утверждать, что строительство Крымского моста можно назвать значимым не только социально-политическим, но и лингвальным событием, поскольку данная экстралингвальная ситуация оказала существенное влияние как на национальную, так и на языковую картину мира. Языковая картина мира, как известно, средствами языка объективирует концептуальную картину мира.

Таким образом, специфика языкового материала определила **актуальность** данной работы, **целью** которой является выявление способов метафоризации образа Крымского моста как значимого культурного и исторического фрагмента в русскоязычной языковой картине мира. В силу специфики экстралингвальной ситуации «строительство Крымского моста» лингвальное осмысление этого феномена по преимуществу происходит в политическом дискурсе.

Исследовательница Н. А. Сегал под политическим дискурсом понимает «речевую деятельность, реализуемую через знаковую систему и обусловленную ментальными установками субъекта и социополитическими факторами» [3, с. 35]. При этом широкое понимание термина *политический дискурс* предполагает, что к дискурсу этого типа относятся любые тексты политической направленности.

Объектом настоящего исследования являются тексты статей А.А. Проханова, опубликованные в газете «Завтра» за 2018 – 2019 гг. [2], которые содержат метафорические конструкции, отражающие лингвальное представление об образе Крымского моста в русском национальном сознании.

Крымский мост является одним из самых «народных» транспортных объектов страны. Американское Министерство финансов ввело серию санкций, направленных против строительства объекта, однако для российского государства образ Крымского моста стал источником патриотической гордости. Его открытие становится наглядным свидетельством полного провала политики блокад и санкций. В статье Проханова «С Богом! Поехали!», вышедшей в 2018 г., находим следующий контекст: «*Создание этого моста – огромная экономическая и геополитическая победа. Крым... стал неуязвим для... блокад, которые постоянно устраивает Украина*» [«С Богом! Поехали!». 23 мая 2018 г.]. Данный пример позволяет выделить такую концептуальную сферу, как «*Крымский мост – движение России к победе*».

Согласно данным «Большого толкового словаря русского языка» С. А. Кузнецова, представленного в авторской редакции на сайте «Грамота.ру», лексема *мост* имеет следующие значения: 1. Сооружение для перехода, переезда через реку,

овраг, железнодорожный путь и т. п. **2.** Помост, настил из досок и брёвен. **3.** О чём-л., что соединяет, является связующим звеном между чем-л. **4.** *Спорт.* Приём в борьбе, при котором спортсмен опирается на затылок и пятки. **5.** *Проф.* Шасси автомобиля, трактора. **6.** *Спец.* Планка, на которой укрепляется ряд искусственных зубов [4].

Помимо прямого значения ‘сооружение для перехода, переезда через реку, овраг, железнодорожный путь и т. п.’, топоним *Крымский мост* реализует метафорическое значение ‘о чём-л., что соединяет, является связующим звеном между чем-л’. Ср. устойчивые конструкции *наводит мосты, сжигать (сжечь) мосты*. Примечательно, что в онлайн-голосовании 2017 г. по выбору официального названия для моста через Керченский пролив кроме вариантов *Крымский мост, Керченский мост, Таврический мост, Тузлинский мост, Российский мост*, также фигурировали номинации *Мост Воссоединения, Мост Единства, Дорога домой, Родина, Мост Дружбы, Мост Свободы, Мост Надежды, Мост Независимости, Вежливый мост* и др. Также в СМИ использовались названия *Президентский мост, Путинский мост*. Значимо, что в тройку лидеров по результатам голосования, помимо названий *Крымский мост* и *Керченский мост*, для которых в качестве референтной базы выступает первоначальная связь с топонимами *Крым, Крымский полуостров, Керченский пролив*, попало название *Мост Воссоединения* (ср. варианты *Мост Единства, Дорога домой*), для которого главным признаком, положенным в основу номинации, выступила идея о возвращении Крыма в состав Российской Федерации, воссоединения с Большой Родиной.

Как свидетельствует анализ фактического материала, в рассматриваемых публицистических текстах Проханова, лексема *мост* в структуре составного топонима *Крымский мост* на базе значения ‘о чём-л., что соединяет, является связующим звеном между чем-л’ реализует как пространственный, так и временной смысловые пласты. Так, в следующем контексте отмечается тесная связь пространственной и временной сем, поскольку образ Крымского моста знаменует возвращение России к своей исторической родине, культуре: *«И второй, южный проект – крымский... Это дорога к алтарю Херсонеса... где можно... нырнуть в бесконечную лазурь русской истории»* [«У матросов есть вопросы». 13 июня 2018 г.].

Важную роль в статьях Проханова при описании событий, связанных со строительством Крымского моста, играет метафорический коннотативный компонент восприятия воссоединения. Например: *«Этот мост соединяет Россию с великим Черноморским флотом... Соединяет с курганом русской славы... Он соединяет нас с Сапунгорой...»* [«С Богом! Поехали!». 23 мая 2018 г.]. Как видим, в приведённом контексте Проханов намеренно использует приём повтора лексической единицы: глагол *соединяет* шесть раз повторяется практически в минимальном контексте. С определённой долей условности можно сказать, что автор прибегает здесь к лексической и синтаксической анафоре, которая сочетается с элементами парцелляции. Эти приёмы направлены на то, чтобы сделать акцент на интересующем автора смысле: на идеи воссоединения Крыма с Россией.

При объективации идеи воссоединения в одном контексте с топонимом *Крымский мост* или его усечённым вариантом *мост* в публицистических текстах Проханова часто используются такие маркеры, как *гордость, мечта, чудо*. Например: *«Если бы это была лишь материальная победа, она не вызывала бы в русских сердцах такое восхищение, такой восторг. Мост соединяет нас с Крымским чудом, с Русским чудом»* [«С Богом! Поехали!». 23 мая 2018 г.]. В данном контексте автор намеренно отождествляет образы *Крымское чудо* и *Русское чудо*, делая их одним целым.

Как показывает анализ, в публицистике Проханова лексема *мост* чаще всего реализуется в значении ‘связующее звено между кем-либо или чем-либо’. Так, в следующем контексте Крымский мост метафорически выступает проекцией Млечного пути. Созданный божественной силой он соединяет русские сердца с небесами: *«... мост*

есть проекция в земную реальность Млечного пути... Как хочется, чтобы этот Крымский мост был навеки в наших сердцах, соединяя каждое русское сердце с небесами» [«С Богом! Поехали!»]. 23 мая 2018 г.].

Метафора *солнце Крыма*, воплощённая в образе Крымского моста, знаменует собой надежду на светлое будущее, на победу в бою: *«Русское восстание вспыхнуло на Донбассе, и ополченцам, идущим на Мариуполь, мечтающим о Харькове, Одессе, Днепрпетровске, озаряло путь крымское солнце»* [«Крымское солнечное затмение». 7 августа 2018 г.].

Говоря о подавлении русского восстания, войне в Донбассе, прекращении движения к Мариуполю, Проханов использует метафорические конструкции *Крымское светило потускнело, крымское солнце стало угасать, меркнуть*: *«Однако солнце Крыма стало меркнуть, Русская Мечта вновь погружалась в сумерки. Избиение русских на Донбассе, чудовищные обстрелы, при которых погибали старухи и дети, заставляли рыдать всю Россию»* [«Вернуть народу мечту». 2 октября 2019 г.].

Продолжает данную тему статья Проханова «Крымское солнечное затмение», название которой, как видим, метафорично уже само по себе: *«Крымское светило потускнело, покрылось копотью, крымское солнце стало угасать... Харьков, Одесса, Днепрпетровск, Николаев были отданы под пяту службы безопасности Украины, которая затоптала и забила насмерть животворные русские всходы»* [«Крымское солнечное затмение». 7 августа 2018 г.]. Как видно из примера, автор использует метафорическую конструкцию *животворные русские всходы*, которая образно обозначает этапы развития государства, его социальные, политические, культурные достижения и перспективы, которые в данном случае *отданы под пяту, затоптаны, забиты насмерть*.

Таким образом, анализ метафорического воплощения образа Крымского моста в публицистике Проханова позволил выделить такие концептуальные сферы, как *«Крымский мост – движение России к победе»*; *«Крымский мост – движение к Русскому чуду»*; *«Крымский мост – возвращении России к своей истории»*; *«Крымский мост – проекция земной реальности Млечного пути»*; *«Крымский мост = крымское солнце = надежда»*. Выделенные концептуальные модели семантически объединены между собой и являются частными проекциями основной модели *«Крымский мост – возвращение России домой»*, которая в свою очередь знаменует возвращение Республики Крым в состав Российской Федерации. Изучение метафорического моделирования образа Крымского моста в публицистике Проханова и комплексный анализ языковых средств, направленных на воплощение данного образа, позволили представить фрагмент политической картины мира. Таким образом, метафора наряду с другими приёмами в творчестве Проханова в числе прочего становится эффективным средством для привлечения внимания к важным социально-политическим и историческим событиям.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М. : Прогресс, 1980. – 388 с.
2. Проханов А. А. Завтра. URL: <https://zavtra.ru/blogs/authors/8> (дата обращения: 13.11.2022 г.).
3. Сегал Н. А. Категоризация мира в языке политики (на материале когнитивных доминант пространство – направление – движение): дис. ... д-ра филол. наук // Краснодар, 2019. – 424 с.
4. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ. URL: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=мост&all=x> (дата обращения: 12.11.2022 г.).

Назарова Татьяна Алексеевна, студент, Пензенский государственный технологический университет

Nazarova Tatyana Alekseevna, student of Penza State Technological University

Комарова Елена Юрьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки», Пензенский государственный технологический университет

Komarova Elena Yurievna, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Penza State Technological University

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОЛОГА «КЕНТЕРБЕРИЙСКИХ РАССКАЗОВ» ДЖЕФФРИ ЧОСЕРА

TRANSLATION FEATURES OF THE PROLOGUE IN GEOFFREY CHAUCER'S "CANTERBURY TALES"

Аннотация. В статье рассматривается авторский перевод пролога к произведению «Кентерберийские рассказы», созданного средневековым поэтом Джеффри Чосером. Авторы представили и применили собственную стратегию перевода, которая была разработана опытным путём. В статье также были проанализированы особенности и трудности подбора рифмы в русском переводе.

Abstract. The article discusses the author's translation of the prologue to the work "Canterbury Tales", created by the medieval poet Geoffrey Chaucer. The authors presented and applied their own translation strategy, which was developed empirically. The article also analyzes the features and difficulties of rhyme selection in Russian translation.

Ключевые слова: поэтический перевод, стихотворение, стратегия перевода, рифма, Кентерберийские рассказы, Чосер.

Key words: poetic translation, poem, translation strategy, rhyme, Canterbury tales, Chaucer.

«Кентерберийские рассказы» [5], написанные Джеффри Чосером в конце XIV века, являются новаторскими для своего времени. Более того, данное произведение сыграло огромную роль в формировании английского литературного языка и британской культуры. В данной связи оно часто изучается в курсе различных лингвистических дисциплин с позиции истории языка, страноведения, домашнего чтения и так далее.

Однако особое значение для студентов лингвистических дисциплин имеет специфика перевода поэтического произведения, в ходе которого им приходится сталкиваться со множеством вопросов: как перевести стихотворное произведение? Каким должен быть безупречный перевод поэтического произведения? Какими лингвистическими средствами передать заложенный автором смысл? Именно этими вопросами задаётся большинство будущих переводчиков [1].

Для того чтобы ответить на заданные ранее вопросы, необходимо было обдумать стратегию перевода пролога «Кентерберийских рассказов», чтобы добиться качественного результата, т.е. постараться перевести стих безукоризненно. В ходе изучения теоретической литературы мы пришли к мнению, что стратегия перевода – это алгоритм действий переводчика по отбору лингвистических средств и выполнению коммуникативного задания [4].

Первоочередная задача при переводе поэтического произведения – выбрать вид перевода стихов, среди которых ученые выделяют следующие виды:

- прозаический (текст, максимально близкий к оригиналу, но лишённый рифмы и ритмической структуры),
- поэтический (перевод в форме «белого» стиха;
- стихотворный (поэтический текст, передающий смысл, форму и художественные элементы оригинала) [3].

В данной работе будет представлен стихотворный перевод, при котором языковые формы, смысл и художественные свойства оригинала, включая рифму, передаются на языке перевода. Этот вид перевода очень близок к оригиналу в отношении слов и выражений, а равно и в стилистическом отношении [2].

Рассуждая над тем, как следует переводить стих, было решено придерживаться следующей стратегии:

1. Сначала переводить каждую строку не в стихотворной форме (чтобы понять общий смысл строфы). Данный подход позволяет понять основной заложенный смысл:

*«When April with his showers sweet with fruit
The drought of March has pierced unto the root...».*

*Когда в апреле льёт сильный дождь,
Земля, иссушенная мартовской засухой, наполняется влагой.*

2. После того как основной смысл строки становится понятным, можно подобрать всевозможные синонимы к словам из дословного перевода, чтобы найти наиболее рифмующиеся между собой слова.

Так, слово «апрель» можно предложить заменить словосочетанием с тем же значением «апрельский сезон». Далее, исходя из текста, сильный дождь льёт именно в апреле, а значит можно написать, что «апрельский сезон богат на дожди». Во второй строфе мы узнаём, что только благодаря этим дождевым осадкам, засуха, начавшаяся в марте, прекратилась и земля вновь «оживла». Речь становится более красивой, если добавить в неё фразеологизм, например, «вдохнуть жизнь», который как раз имеет значение: «что-либо оживить». Что касается слова «засуха», к нему подходит слово, схожее по смыслу: «иссушение», от которого необходимо образовать причастие.

*Когда богатый на дожди сезон апрельский
Вдохнул жизнь в землю, мартом иссушенную... .*

Таким образом, в нашем случае стратегия перевода данного произведения состояла в выполнении следующих действий:

1. Проанализировать две строчки.
2. Перевести их, чтобы понять главную суть.
3. Выписать синонимы, подходящие по значению слова, фразеологизмы, метафоры, эпитеты.
4. Попробовать скомпоновать выбранные слова с учётом рифмы.
5. Выбрать наиболее удачный вариант.

Например, в строках

*«And bathed each vein with liquor that has power
To generate therein and sire the flower...».*
*И каждая прожилка настолько наполнена влагой,
Что способен появиться даже цветок.*

В данном случае при переводе было принято решение воспользоваться согласованием времен. Поскольку в начале стихотворения использовалось словосочетание в прошедшем времени, то словосочетание «способен появиться» было заменено на «на свете появился». Кроме того, для усиления эмоциональной окраски к слову «цветок» было добавлено прилагательное «прелестный». Строчка «И каждая прожилка настолько наполнена влагой» - это описание цветка, в котором слово «влага» было изменено на «сила» и приобрело эпитет «пробуждённая».

*На свете появился тот цветок прелестный,
Что силою наполнен пробуждённою... .*

Оставшийся текст отрывка был переведён, придерживаясь описанной стратегии, которая, на наш взгляд, оказалась действенной и результативной, поэтому в ходе работы удалось создать свое собственное поэтическое произведение, в основе которого - иностранный материал: «The Canterbury Tales».

Стоит также обратить внимание на случаи, которые из-за особых стилистических средств создавали определенные трудности в процессе перевода на русский язык. Во-первых, поэтическая форма произведения предполагала рифму, в связи с чем появилась необходимость менять расположение предложений для её сохранения. Например:

*«When Zephyr also has, with his sweet breath,
Quickened again, in every holt and heath,
The tender shoots and buds, and the young sun
Into the Ram one half his course has run...».*

В оригинале сначала повествуется о «нежном дыхании Зефира, которое в долинах и рощах оживляет побеги и почки», после чего автор указывает на то, что «солнце прошло половину пути в знаке Овна». В процессе перевода на русский язык было принято решение поменять порядок предложений, чтобы сохранить вложенный автором смысл. В данной связи в начало строфы было помещено указание времени - «Когда преодолело Овна знак младое солнце», далее описано основное действие – «Дыханье чистое Зефира проскользнуло». В конце четверостишия результат описанного ранее действия – «И в землях невозделанных, и в рощах, и в долинах; Прекрасные побеги к жизни пробудило...».

Во-вторых, в некоторых случаях процесс перевода осложнялся подбором общей рифмы строфы. В данной связи мы стали опираться на то, что существуют четыре системы рифмовки, которыми могут связываться строки в четверостишиях:

1. Смежная (рифма между двумя соседними строчками, AABV);
2. Перекрёстная (строчки рифмуются через одну: первая с третьей, а вторая с четвёртой, ABAB);
3. Кольцевая (первая строчка рифмуется с четвёртой, а вторая с третьей, ABBA);
4. Смешанная (чередование разных рифм в строфе) [2].

В данном авторском переводе произведения в основном были задействованы смежная и перекрёстная системы рифмовки, но стоит отметить строфу со смешанной рифмой.

*«Some nine and twenty in a company
Of sundry persons who had chanced to fall
In fellowship, and pilgrims were they all
That toward Canterbury town would ride...».*

Благодаря использованию стратегии описанной ранее, получился следующий перевод четверостишия:

*Всего их было двадцать девять -
Мечтателей добратся в Кентербери
И пусть сословий разных, но
Прятелей, имеющих одно намерение.*

Анализируя строфу, можно заметить, что рифма в ней основана на созвучности не только последних слов в строке (Кентербери - намерение), но и первых (мечтателей - приятелей). Было решено воспользоваться смешанной системой рифмовки, так как все варианты перевода с перекрёстной, смежной и кольцевой рифмой имели негармоничное звучание.

Таким образом, верное понимание и применение «стратегии перевода» является важной частью в работе каждого переводчика, так как она учитывает специфику каждого первоначального текста, его образы, детали действия, места и времени.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Cambridge Dictionaries Online.
URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/британский/> (дата обращения: 10.10.2022).

2. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика. Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей // Спб. : СО-ЮЗ, 2001. – 287 с.

3. Бархударов Л.С. Некоторые проблемы перевода английской поэзии на русский язык // Тетради переводчика. М. : 1984. Вып. 21. С. 38-48.

4. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов // СПб. 2005.

5. Чосер Дж. «Кентерберийские рассказы» (пролог). URL: https://e.kul.pl/files/10791/public/the_canterbury_tales_penguin_classics_by_geoffrey_chaucer_nevill_coghill_z-lib.org.pdf (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 811.111:378.180.6(07.07)

Омелич Ольга Константиновна, старший преподаватель кафедры лингвистики ФГБОУ ВО «Смоленский государственный медицинский университет» Минздрава РФ
Omelich Olga Konstantinovna, senior lecturer of the Linguistics Department of Smolensk State Medical University

ИНТЕРЕСНАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК КЛЮЧ К ПОВЫШЕНИЮ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ

INTERESTING INFORMATION AS A KEY TO INCREASING LEARNING MOTIVATION

Аннотация. Изучение иностранного языка – сложный процесс, требующий напряжения и больших усилий, как преподавателя, так и обучающихся. Для того, чтобы студенты захотели затратить усилия, и процесс овладения языком стал более осознанным, а не просто механическим заучиванием слов, правил и предложений, обучающихся нужно мотивировать. О путях повышения мотивации к учебной деятельности написано немало статей. В данной работе хочется остановиться на одном моменте, помогающем стимулировать интерес к учебной деятельности. Это мотивирующая беседа. Целью данной работы стало изучение научной литературы для отбора информации, которая была бы интересна и полезна для стимуляции учебной деятельности.

Abstract. Learning a foreign language is a hard work demanding great efforts and perseverance both from the instructor and the students. In order to encourage students to put strength into the process of studying a foreign language we should motivate them as we want to make the process purposeful instead of simply drilling and mechanical learning rules and sentences. There are many articles on enhancing motivation to learning. This article was written about only one way to encourage students to learn. It is motivating conversation. Thus, the aim of the work was to study scientific literature for selecting interesting and useful information for motivating the learning process.

Ключевые слова: мотивация, различия, общение, распространение, менталитет.

Key words: motivation, diversity, communication, spread, mentality.

Нам представляется, что перед началом преподавания английского языка с обучающимися следует провести вступительную беседу. Вступительная беседа должна нести информацию об истории английского языка, а также упрощённые сведения о синтетических и аналитических группах языков. В школе учитель не мог провести такую серьёзную беседу, поскольку в начале обучения иностранному языку ученики ещё были слишком малы. Ученики росли и изменялись, менялась и методика обучения, становясь менее развлекательной. В то же время учебный материал усложнялся. К

старшим классам, как известно, интерес к изучению иностранного языка падает у большинства подростков. У части из них складывается негативное отношение к этому предмету. Для того, чтобы преодолеть это явление, студентам нужно объяснить, почему английский язык имеет такую сложную структуру, сильно отличающуюся от структуры родного языка. При помощи новых знаний мы пытаемся стимулировать познавательную активность и стремление к обучению.

Прежде всего, учащиеся должны осознать, почему изучать английский язык так непросто. Каждому, кто начинает учить английский язык, бросается в глаза то, что чтение слов подчиняется массе правил, а часть слов вообще произносится вопреки всем правилам. Это, так называемые, исключения из правил: *business, muscle, vehicle, receipt, stomach, women, whistle, queue* и множество других слов. Из-за этого произношение слов всегда нужно проверять в словаре. Кроме этого, вскоре возникает понимание того, что грамматика тоже сложна, и многие явления не соответствуют подобным в русском языке, либо вообще в нем отсутствуют. Например, артикли, непростые количественные местоимения, отсутствие будущего времени в придаточных предложениях времени и условия, да и сама система времён английского глагола довольно сложна. Возникает вопрос: зачем англичане создали столько проблем с языком? И этот вопрос требует ответа.

Ответ состоит в понимании истории языка. Следует сказать, что английский язык – это результат общения носителей различных языков. Того, что теперь мы называем межкультурной коммуникацией. Это очень древний язык, появившийся в географическом регионе, который соответствует современным Восточной Германии и Нидерландам. Известно, что эпоха британских кельтов и кельтского языка началась с 800 г. до нашей эры, когда индоевропейское племя заняло остров. Эти люди говорили на особом наречии. Потом пришёл Юлий Цезарь, а через 100 лет здесь появился римский император Клавдий, и Британия стала считаться Римской провинцией. Общение кельтов с римлянами нашло отражение в языке. В английский язык вошло множество слов, образованных от латинских корней. Например, *street* (от *via strata*), *wall* (от *vallum*), *wine* (от *vinum*), *перрег* (от *perer*) и пр. В 449 г. н.э. на эту территорию проникли германские племена саксов, ютов, англов и фризов, принёсшие свои языки и вытеснившие язык кельтов. Позднее началась христианизация Британии. И опять слияние культур нашло своё отражение в языке. Появились такие слова, как *school* (от *schola*), *mount* (от *montis*) и пр. Считается, что в это время было заимствовано более 600 слов. В 878 г. пришли датчане и принесли новые слова. В конце X века произошло вторжение норманнов. Нормандия и Англия стали единым государством. В английский язык влились слова из старофранцузского языка. Но изменившийся язык не стал единым. Языком аристократов и судов стал французский, языком науки оставалась латынь, а простой народ говорил на англосаксонском языке. Современный английский язык возник именно из смешения этих трёх языков. При этом люди, проживавшие в разных частях государства, часто не понимали друг друга. В XV веке были попытки стандартизировать английский язык. Большая заслуга принадлежит первому английскому первопечатнику Уильяму Кэкстону, который запустил процесс унификации. Но варианты написания слов порой были разными. Уильям Кэкстон печатал так, как считал нужным. За основу книгопечатания он взял лондонский диалект. Благодаря Кэкстону осталось сложное написание слов *enough, brought, cough, through* и др. Слова *ghost, queue* тоже пишутся так, как он счёл правильным. Между тем, английское слово *queue* можно было бы записать вообще одной буквой, как и слова *you, bee, tea*. Основателем современного литературного английского языка считается великий Шекспир. Он ввел в язык множество идиом и красноречивых выражений. В XIX веке и начале XX века из-за колониальной политики Британской империи английский язык стал важнейшим международным языком, вбравшим в себя всё новые и новые слова. Сейчас английский язык является самым распространённым в мире, занимающим второе место в мире по количеству говорящих.

Точное число людей, владеющих английским языком в наши дни, назвать невозможно. Исследователи называют цифры от 600 млн. до 1,2 млрд. Его используют в программировании, инженерии, экономике, туризме, медицине, политике. Процесс расширения словарного запаса и трансформации слов всегда продолжался, продолжается он и сейчас. Британский вариант английского языка активно вытесняется американским вариантом, отличающимся от него произношением, лексикой и написанием некоторых слов. Каждый год английский язык пополняется на 400 слов, а каждые 2 часа рождается новое слово. Не все слова остаются в языке. Некоторые из них быстро исчезают с исчезновением или изменением того явления, которое они обозначают. Прочие же занимают своё постоянное место в языке. Существует Oxford New Words Dictionary, который пополняется каждый месяц. Каждый год из наиболее часто употреблявшихся слов выбирается «слово года». Словом 2021 г. было названо слово “vax”, означающее «вакцинация», «вакцина», «вакцинировать». Интересно, что слово “vaccinated”, теперь часто пишут, как “vaxxed”. Кембриджский словарь назвал словом 2021 г. “perseverance” (настойчивость, упорство), о чем было написано на сайте Кембриджского университета.

Помимо сказанного выше, следует помнить о том, что английский язык и русский язык – это два совсем разных языка. Дело ещё и в том, что в мире существуют аналитические и синтетические языки. Английский язык относится в большой мере к аналитическим языкам, а русский язык – к синтетическим. Слова синтетических языков имеют множество префиксов, суффиксов, окончаний, которые делают их взаимодействием с другими словами точным и понятным. По этой причине порядок слов в русском языке довольно свободный. Главная характеристика аналитических языков заключается в том, что в них строгий порядок слов, который определяет точные значения отдельных слов. В английском языке одно и то же слово зачастую может быть и глаголом, и существительным, и прилагательным. Служебные слова, такие как артикли, вспомогательные глаголы, союзы и прочие также помогают понять смысл предложения. Очень важно понимать систему времён английского глагола, а она довольно сложная. Кроме того, в английском предложении должно быть подлежащее и сказуемое, что в русском предложении необязательно.

Помимо сказанного, следует упомянуть и о различии русского и английского менталитетов, привычек. Это можно показать на простом примере. Существует английская поговорка “An apple a day keeps the doctor away”. Дословный перевод: “Кто яблоко в день съедает, у того доктор не бывает”, чему в русском языке примерно соответствует поговорка «Лук от семи недуг». Видимо, в то время, когда возникла эта русская поговорка, лук был в России более распространённым продуктом питания, чем яблоки. Есть поговорки, вообще не имеющие аналогов в русском языке. Они ярко отражают отличия культурных особенностей и ценностных ориентаций. Существует старинная поговорка “No foreigner can make a good husband”, что переводится, как «Ни один иностранец не может стать хорошим мужем». Сейчас она устарела, но, возможно, она отражала существовавшее долгое время мнение англичан о превосходстве их над другими народами. В русском языке аналогичной поговорки просто нет. Приведём ещё два примера поговорок, не имеющих прямого аналога в русском языке: “Children should be seen and not heard”, что переводится «Дети должны быть видны, но не слышны». В этой поговорке отражены принципы воспитания, т.е. дети не должны шуметь в присутствии взрослых. “If you can’t be good, be careful”. Что означает: «Если не можешь быть хорошим, будь осторожен». Для русского человека эта поговорка звучит довольно странно.

Мы можем удивить студентов, а, следовательно, заинтересовать ещё и информацией о том, что в английском языке существуют, так называемые, аутоантонимы, или контронимы. Это слова, которые в зависимости от контекста, могут приобретать противоположные значения. В русском языке тоже существуют такие слова, но их очень мало. Например, слово «прослушать» может означать либо внимательно выслушать,

либо наоборот не услышать. Слова «проглядеть», «преданный» тоже могут иметь противоположные значения. В английском языке из подобных слов можно назвать слово “dust” - убрать пыль и посыпать, пылить; “seed” - сеять семена и убирать семечки; “consult” - консультировать и просить совета; “fast” - быстро и застрять; “few” - мало, хотя “quite a few” означает «довольно много», “transparent” - прозрачный и невидимый и пр.

Таким образом, некоторые знания об истории английского языка и немного информации о сравнении двух языков, помогают понять сложности, возникающие при изучении английского языка, и облегчают их преодоление, а также дают более глубокое понимание родного языка. “Wer fremde Sprachen nicht kennt, weiß nicht von seiner eigenen” – это известное высказывание Гёте, которое можно перевести, как «Кто не знает иностранных языков, тот ничего не знает о своём».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аракин В.Д. История английского языка: учебное пособие / 2-е издание. М. : Физматлит, 2003. – 272 с.
2. Васильев А.А. Влияние американизмов на современный английский язык // Вестник МИТУ-МАСИ. 2018. №1. С.71-74.
3. Вендина Т.И. Введение в языкознание: учебное пособие для педагогических вузов. М. : Высш. Шк., 2001. – 288 с.
4. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. 5-е изд., испр. М. : Живой язык, 1998. – 944 с.
5. Теренин, А.В. История английского языка: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2021.
6. Messurier Mark Le. 20 Sparkling Ideas to Inspire Self-motivation in Students. URL: buymaleextra.us/mark-le-messurier (дата обращения: 10.03.2018).
7. Oxford Dictionary, New Words List September 2021. URL: [https://www. public.oed.com>list-september-2021](https://www.public.oed.com/list-september-2021) (дата обращения: 10.10.2022).
8. Электронный словарь АБВУ Lingvo 14. URL: <http://www.abbyu.com> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 811.161.1

Ракипова Элина Валерьевна, магистрант кафедры русского языка для иностранных учащихся, Южный федеральный университет
Rakipova Elina Valerevna, Master student of the Department of Russian for foreign students, Southern Federal University

Попкова Евгения Борисовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Южный федеральный университет
Popkova Evgeniya Borisovna, Candidate of Sociological Science, Docent of the Department of Russian for Foreign Students, Southern Federal University

ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ РУССКОГО ЯЗЫКА

FEATURES OF THE MEANS OF PHRASEMES OF THE RUSSIAN LANGUAGE

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию особенностей средств выразительности русского языка. Проводится обзор свойств устойчивых средств русского языка на основе данных Национального корпуса русского языка. Рассматривается их связь с идеофонами, особенности индексального значения.

Abstract. This article is dedicated to the study of the features of the means of expressiveness of the Russian language. A survey of the properties of the phraseological means of the expressiveness was conducted on the dataset of the Russian National Corpus. A connection between the phraseological means and ideophones was observed, as well as the specifics of the indexical meaning.

Ключевые слова: устойчивые выражения, фразеологизмы, глагол, идеофоны, свойства.
Key words: phrasemes, phraseological units, verb, ideophones, properties.

В русском языке, как и в других прибалтийско-славянских языках, широко используются фразеологизмы, класс девербальных образований, в которых отсутствуют флективные и деривационные маркеры. Использование глаголов характерно для устного повествования и обычно сопровождается жестами. Национальный корпус русского языка показывает, что фразеологизмы имеют поразительное сходство с идеофонами и подобными «экспрессивными» словами в других языках, представляя собой типологически необычный случай экспрессивных слов, производных от глаголов, в языке с богатой вербальной морфологией [1].

Утверждается, что специфическое поведение русских устойчивых выражений следует анализировать с точки зрения их индексального, а не чисто символического значения: фразеологизмы отличаются от флективных глаголов тем, что не кодируют общие понятия, а указывают непосредственно на частные случаи событий. Индексальное значение помогает объяснить ряд морфосинтаксических свойств, которые отличают фразеологизмы от глаголов, таких как их несовместимость с отрицанием и вопросами. Помимо общих с идеофонами ограничений, русским глаголам присущи свойства, определяемые структурой русской лексики. В частности, показано, что они нейтрализуют семантические различия, закодированные русской глагольной морфологией, а также некоторые различия, которые могут быть нейтрализованы только некоторыми глаголами в разговорной речи.

Русские фразеологизмы представляют собой класс неизменяемых глагольных форм, засвидетельствованных в ряде индоевропейских языков; такие формы особенно распространены в балтийских и славянских языках [5]. Фразеологизмы характерны в первую очередь для разговорных стилей и редко встречаются в стандартной письменной речи, что затрудняет их изучение на основе корпусных данных. Однако в русском языке они в значительном количестве засвидетельствованы в художественных текстах (составляющих большую часть Национального корпуса русского языка), что обусловлено большим разнообразием литературных жанров, а также частым появлением разговорных черт в речи персонажей. Основа не имеет морфологии, но, тем не менее, принимает наклонный объект, как и правильный глагол. Фразеологизмы часто стоят во внеклаузуальной позиции, описывая изображаемое в предложении событие одним экспрессивным словом.

В этой функции словосочетание может стоять непосредственно перед конечным предложением или после него, а может вступать в предложение, отделяясь от него паузами и встраиваясь в отчетливый интонационный контур. Конечный глагол в предложении может быть связан или не связан с устойчивыми выражениями русского языка, но он должен быть совместим с ним (например, они должны быть уместны в описании того же самого события движения). Фразеологизмы отличаются от глаголов в ряде фонологических, морфологических и синтаксических свойств, которые мы рассматриваем ниже, наряду с их семантическими и стилистическими характеристиками. Фонологически фразеологизмы подчиняются ограничениям, которые не играют никакой роли в случае правильных основ глаголов. Типичными глаголами являются односложные слова, оканчивающиеся на ограниченный набор согласных и группы согласных [4].

Значительная часть глаголов оканчивается на палатализованный согласный, хотя палатализация может отсутствовать в корне соответствующего глагола. В некоторых устойчивых выражениях русского языка есть дополнительный конечный согласный, которого нет в соответствующем глаголе. Это еще раз подтверждает, что словообразование довольно нерегулярно, а их форма не полностью предсказуема, исходя из формы соответствующего глагола. Фразеологизмы в значительной степени лишены морфологии, т. е. не могут присоединять никаких аффиксов. Единственным исключением из этого правила является использование небольшого количества аспектуальных приставок в конструкции с редупликацией. Необычное поведение русских глаголов становится менее загадочным, если рассматривать его в контексте исследования семиотических свойств языковых знаков [3].

В то время как большинство лексических единиц любого языка функционируют как символические знаки и кодируют общие понятия (т. е. обозначают целые классы предметов, действий, качеств и т. д.), небольшая часть слов может указывать непосредственно на отдельные, единичные события и предметы, без ссылки на общие категории. Типичными примерами являются местоимения типа «тот» или «иной», а также разного рода междометия и звукоподражания [2]. В отличие от обычных слов, слова такого рода лишены концептуального содержания и функционируют в основном как индексальные знаки, непосредственно указывая на отдельные экземпляры.

Идея о том, что русские устойчивые выражения разделяют определенные компоненты значения с междометиями и не имеют «концептуальной ценности», не нова. Однако предложения классифицировать их как «глагольные междометия» или «междометные глаголы» не касаются непосредственно их необычных характеристик, поскольку признаки, отличающие их от глаголов, пересекают традиционные границы между синтаксисом и морфологией, и дополнительные ограничения на их употребление не могут быть установлены, так как описывается в терминах последовательного анализа двойного членства. Точно так же поразительное сходство русских устойчивых выражений с идеофонами других языков в значительной степени игнорировалось как в описаниях первых, так и в кросс-лингвистических исследованиях вторых.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Виноградов В. В. Русский язык в современном мире // Русская речь. 1970. № 1. С. 13-27.
2. Голубева Е. В. Место звукоподражаний в грамматической системе языка // Вестник КалмГУ. 2016. № 2 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-zvukopodrazhaniy-v-grammaticheskoy-sisteme-yazyka> (дата обращения: 18.11.2022).
3. Григорьев А.А. Концепт и его культурологические составляющие // Вопросы филологии. 2006. № 3. С. 64 - 76.
4. Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Логоэпистема как категория лингвокультурологического поиска // Русский язык за рубежом. 1994. № 1. С. 73-76.
5. Попова З.Д. Язык и национальная картина мира. Воронеж : 2003. С. 38.

Романенкова Анастасия Андреевна, студент, Мордовский государственный педагогический университет имени М. Е. Евсевьева

Anastasia Andreevna Romanenkova, student, M. E. Evseviev Mordovian State Pedagogical University

Цыганкова Нина Борисовна, студент, Мордовский государственный педагогический университет имени М. Е. Евсевьева

Tsygankova Nina Borisovna, student, M. E. Evseviev Mordovian State Pedagogical University

Романенкова Ольга Алексеевна, кандидат педагогических наук, доцент, Мордовский государственный педагогический университет имени М. Е. Евсевьева

Romanenkova Olga Alekseevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, M. E. Evseviev Mordovian State Pedagogical University

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ РУССКОГО ЯЗЫКА НА УРОКАХ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИКИ В ОСНОВНОЙ ШКОЛЕ

USING ACTIVE METHODS OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN VOCABULARY LESSONS IN PRIMARY SCHOOL

Аннотация. В данной статье рассматриваются активные методы обучения и способы их применения на уроках русского языка. Представлена классификация заданий по лексикологии, при изучении которой можно достичь эффективности и результативности в понимании материала, формировании знаний, умений, навыков.

Abstract. This article discusses active teaching methods and ways of their application in Russian language lessons. The classification of tasks in lexicology is presented, in the study of which it is possible to achieve efficiency and effectiveness in understanding the material, forming knowledge, skills, skills.

Ключевые слова: активные методы, лексика, педагогическая идея, развитие речи.

Key words: active methods, vocabulary, pedagogical idea, speech development.

Активные методы обучения побуждают учащихся к осуществлению активной мыслительной и практической деятельности, которая проявляется в процессе овладения учебным материалом. Эффективность использования активных методов обучения состоит в том, что учащийся непосредственно оказывается сам организатором своего обучения, он сам планирует, сам организует, а также анализирует все свои действия. Таким образом, все данные процессы отвечают основной цели обучения: научить учиться. При использовании активных методов обучения, роль преподавателя значительно меняется, так как перестаёт быть центральной, и в его функции входит умелое регулирование процесса обучения.

Школьный курс русского языка построен на общих принципах коммуникативной методики, которая подразумевает развитие речи учащихся на определенных этапах в определенной системе языковых норм и ценностей, которые повышаются с каждым годом обучения в процессе развития уровня коммуникации учащихся. Именно коммуникативная направленность в организации обучения языку означает создание ориентации на достижение практического ощутимого результата в процессе обучения родной речи, а также в постоянном образовании и эффективном развитии личности.

В среднем звене развитие у учащихся познавательных процессов достигает определенного высокого уровня. В процессе развития в этот период дети начинают мыслить логически, активно занимаются теоретическими рассуждениями. Как показал анализ УМК, в данном случае, активно применяются активные методы обучения поис-

кового характера, которые направлены на совершенствование монологической и диалогической речи. Однако для продолжения совершенствования лексической компетенции, необходимо больше тренировочных упражнений для продолжения создания прочных знаний об употреблении в речи тех или иных лексических единиц.

Для организации разностороннего, развивающего воздействия предполагается использование методов и приемов, а также упражнений, при выполнении которых у школьников вырабатывается одновременно и совершенствуется целый ряд интеллектуальных качеств, таких как развитие словесно-логического мышления, памяти, внимания, речевых способностей [2].

Выбор активных методов обучения русскому языку зависит от изучаемых лексических явлений, поэтому для параграфа 26 (8 класс, учебник М.М. Разумовская, С. И. Львова, В. И. Капинос, В. В. Львов.), где продолжается развитие речи необходимо дополнить перечень разработками, направленными на развитие лексической компетенции при помощи активных методов обучения. Для того чтобы сформировать лексикологические умения, необходимо использовать специальные упражнения:

- общие упражнения, изучающие каждое лексическое понятие;
- частные упражнения, которые носят индивидуальный характер для каждого лексического понятия;
- упражнения на выявление лексического явления, находящегося среди слов, в словосочетании, в предложении или в связном тексте;
- выбор примеров, показывающих изучаемое лексическое явление;
- выяснение роли лексического понятия в тексте;
- групповая классификация изучаемых лексических явлений;
- поиск и исправление лексических ошибок.

Рассмотрим подробнее на основе учебника по русскому языку М. М. Разумовская, С. И. Львова, В. И. Капинос, В. В. Львов. Например, тема вышеназванного параграфа 26 «Лексические, стилистические и контекстуальные синонимы» [1].

Актуализация знаний: синонимов, абсолютно совпадающих в значениях, в языке немного. Обычно между синонимами есть незначительные, часто очень тонкие смысловые различия. Вследствие этого синонимы бывают: лексические, стилистические, контекстуальные.

Задание №1: Укажите ряды лексических и стилистических синонимов.

1. Смотреть, глядеть, взирать, пялиться, глазеть.
2. Писатель, автор, публицист, литератор, прозаик.
3. Буря, ураган, тайфун, смерч.
4. Неудовлетворительно, двойка, двояк, пара.
5. Склониться, нагнуться, накрениться.
6. Бить, колотить, лупить, дубасить, тузить, дуть.

Задание №2: Найдите контекстуальные синонимы.

Рифма, звучная подруга
Вдохновенного досуга,
Вдохновенного труда,
Ты умолкла, онемела;
Ах, ужель ты улетела,
Изменила навсегда!
(А.С. Пушкин).

Контроль знаний является тем механизмом, который обеспечит успешную практику в овладении учащимися, как новым материалом, так и закрепления уже изученного. Поэтому контролю необходимо уделять внимание не только на уроке, но и в других видах и формах работы на уроке. Именно эффективность контроля позволит оптимизировать процесс изучения материала на уроках русского языка в восьмом классе.

Ознакомление учащихся с лексическим значением изучаемых слов, как правило, осуществляется при помощи частично-поискового метода, во время которого учащиеся составляют определения, при этом сначала находят родовое понятие и выделяют существенные признаки предмета, который обозначается новым словом.

Основой обучения лексике ребенка в восьмом классе является текст. Именно при помощи текста учащиеся осуществляют, прежде всего, закрепление изученного материала, а также текст является важной составляющей самостоятельной работы.

Можно выделить следующие виды текстовой деятельности:

- текстовоспринимающая деятельность;
- интерпретационная деятельность;
- текстообразующая деятельность.

Главная задача работы с текстом состоит в активизации лексического навыка, чтобы систематизировать полученные знания.

Для преподавателя текст – это эффективный дидактический материал, который дети читают, воспринимают и интерпретируют каждый по-своему. Каждый ученик понимает и интерпретирует текст, в тесной связи с собственной системой ценностей, взглядом на мир, культурой, уровнем образования и т.д.

Ученики способны усваивать различные новые научные понятия на уроках и затем использовать их активно в процессе выполнения заданий, так как у них уже сформировалось не только теоретическое, но и словесно-логическое мышление.

Именно в этом возрасте можно наблюдать активное стремление школьников к постоянному самосовершенствованию, постоянному поиску и приобретению знаний, чему непосредственно способствует внутреннее желание быть интересным человеком.

Контроль на уроке должен быть направлен на то, чтобы выявлять речевые ошибки учащихся в устной и письменной речи.

Практическое применение всех вышеперечисленных способов на занятиях позволяет педагогу систематически решать лингвистические задачи вместе со школьниками, так как в каждом случае от учеников требуется, чтобы присутствовали:

- рассуждение о значении слова;
- доказательство наличия определенных признаков;
- конкретное решение.

Важно отметить, что рациональное использование каждого из данных способов представляет собой важнейший фактор в рамках комплексного интеллектуального развития школьников на уроках русского языка.

Таким образом, главная педагогическая идея, которая лежит в основе познавательной деятельности на уроке русского языка, состоит в том, что эффективным средством для усвоения информации на уроке русского языка в восьмом классе будет активная умственная деятельность учащихся.

Для создания условий самореализации творческих способностей учащихся при помощи активных методов учителю необходимо:

- подготовить интересную почву для развития воображения и ума школьников;
- помогать обучающимся находить в изучаемом произведении или материале определенные мотивы, которые отвечают их ключевым потребностям и интересам;
- создавать на уроке атмосферу доверия и искренности.
- сделать процесс чтения и письма процессом творческим.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что целесообразность и результативность применения активных методов состоит в том, что уроки развития речи выводят ученика на путь самосовершенствования и самопознания, происходит актуализация различных мотивационных ресурсов учения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Русский язык. 8 класс. / М. М. Разумовская, С. И. Львова, В.И. Капинос, В.В. Львов. Под редакцией М. М. Разумовской, П.А. Леканта. Москва : Дрофа, 2015. – 290 с.
2. Эльконин Д.Б. Развитие устной и письменной речи. Москва : Интор, 1998. – 112 с.

УДК 811.111 (811.133.1)

Русинова Вероника Сергеевна, студент, Вятский государственный университет
Rusinova Veronika Sergeevna, student, Vyatka State University

Ситникова Вера Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков и методики обучения иностранным языкам, Вятский государственный университет
Sitnikova Vera Alexandrovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor in the Department of Foreign Languages and Methods of Teaching Foreign Languages, Vyatka State University

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

THE PECULIARITIES OF TRANSLATION OF PHRASAL VERBS FROM ENGLISH INTO FRENCH

Аннотация. В статье рассматриваются особенности перевода фразовых глаголов с английского языка на французский язык на материале произведения Р. Киплинга «Книга джунглей». Цель работы – выявление структурных и семантических особенностей передачи фразовых глаголов с английского языка на французский язык. Результаты исследования показали, что с точки зрения структуры, существует несколько способов передачи, самый частотный из которых английский фразовый глагол – французский моноксемный глагол. С точки зрения семантики фразовые глаголы могут передаваться с помощью конструкции глагол + предлог, глагол+наречие или с помощью глагола с префиксом.

Abstract. The article discusses the features of the translation of phrasal verbs from English into French based on the material of R. Kipling's work "The Jungle Book". The aim of the work is to identify the structural and semantic features of the transfer of phrasal verbs from English to French. The results of the study showed that from the point of view of structure, there are several ways of transmission, the most frequent of which is a phrasal verb – a monolexem verb. From the point of view of semantics, phrasal verbs can be transmitted by using the verb + preposition, adverb, or a verb with a prefix.

Ключевые слова: фразовый глагол, послелог, французский язык, английский язык, перевод, структурные особенности, семантические особенности.

Key words: phrasal verb, postposition, French, English, translation, structural features, semantic features.

По разным оценкам в английском языке насчитывается от 25 до 100 тысяч глаголов, из них около 10 тысяч являются фразовыми глаголами. «Фразовый глагол – это сочетание простого глагола (состоящего из одного слова) и адвербиального послелога, представляющее единую семантическую и синтаксическую единицу» [1]. Важную роль в формировании лексического значения фразового глагола играет его второй компо-

нент послелог или постпозитив. Послелог фразовых глаголов чаще всего служат для уточнения действия глагола, указывая направление, например, “to come in”, “to go away”. Также послелог может уточнять видовую окраску, выражая значение результативности, например, “to sit” - сидеть, “to sit down” - садиться. Обычно послелог не придает дополнительных экстралингвистических смыслов глаголу, однако, некоторые фразовые глаголы могут приобретать экспрессивную окраску, способствующую передаче в большей степени образа и эмоций, чем нейтрального сообщения, что расширяет возможность фразового глагола сообщать больший объем информации.

Фразовый глагол – это явление, присущее, в основном, английскому языку, поэтому при его переводе на другие языки могут возникать некоторые особенности. Для того чтобы выявить особенности перевода фразовых глаголов английского языка на французский язык, нами были отобраны и проанализированы 200 фразовых глаголов из произведения «Книга джунглей» Р. Киплинга [4] с использованием соответствующих словарей [2,3].

Прежде всего, речь пойдет об инвентаре фразовых глаголов, встретившихся в книге. Самым частотным глаголом, образующим фразовые глаголы, оказался глагол to come (32 единицы). Этот глагол может употребляться с послелогом down, образуя фразовый глагол to come down, имеющий значение «спускаться». Сочетаясь с послелогом out, глагол to come, становится фразовым to come out и обретает значение «выходить, выйти». Послелог back и in используются при образовании to come back – «возвращаться» и to come in – «войти, входить». Также данный моноксемный глагол может образовывать фразовые глаголы в сочетании с послелогом up и across, например, to come up – «подойти, достигать» и to come across – «случайно встретиться, натолкнуться».

Глагол to go (29 единиц) – следующий по частотности после to come. Он может быть употреблен с послелогом on, образуя фразовый глагол to go on, что означает «продолжать». Путем прибавления послелогов out и down к глаголу to go образуются такие фразовые глаголы, как to go out – «выходить» и to go down – «спускаться, спуститься». Сочетаясь с послелогом away, данный моноксемный глагол становится фразовым to go away, приобретая значение «уходить». При соединении с послелогом in, for, up, back, by и off образуются to go in – «входить», to go for – «направляться», to go up – «подниматься», to go back – «возвращаться», to go by – «проходить мимо» и to go off – «уходить, отправляться».

Глагол to run (14 единиц), сочетаясь с различными послелогом, также довольно часто образует фразовые глаголы. Например, путем прибавления послелога away моноксемный глагол to run становится фразовым to run away, приобретая значение «убежать, сбежать», близким по значению, которому, будет фразовый глагол to run off, имеющий значение «убегать, сбегать». В результате сочетания глагола to run с послелогом in и out образуется антонимическая пара фразовых глаголов to run in и to run out, означающих «забежать» и «выбежать» соответственно. Также данный глагол может сочетаться с послелогом back и down, образуя фразовые глаголы to run back – «побежать обратно» и to run down – «сбежать вниз».

Еще одним частотным моноксемным глаголом, участвующим в образовании фразовых глаголов английского языка, является глагол to look (11 единиц). Сочетаясь с послелогом up и down, глагол to look образует антонимическую пару фразовых глаголов to look up «смотреть вверх» и to look down «смотреть вниз». С послелогом for to look получает новое значение to look for – «искать». При соединении данного глагола с послелогом backward, over, on образуются следующие фразовые глаголы to look backward – «оглядываться», to look over – «просматривать», to look on – «смотреть, наблюдать».

Помимо вышеперечисленных глаголов в английском языке существует множество других моноксемных глаголов, которые также способны образовывать фразовые

глаголы. Достаточно частотными глаголами являются глаголы to get, to give, to take, to fall, to put, to pick, to bring, to find, to spread, а также to set, to thrust, to lurch, to slink, to tear, to wash, to roll, to creep, to preen, to hatch участвуют в образовании фразовых глаголов английского языка.

При анализе перевода фразовых глаголов с английского языка на французский язык выявляются некоторые структурные и семантические особенности. Проведенное нами исследование показало, что с точки зрения структуры, фразовые глаголы английского языка могут быть переданы на французский язык следующими способами:

- 1) англ. фразовый глагол – фр. монолексемный глагол:
“because he **went on**, with a rush” – “car il **poursuivit** avec empressement”;
“let’s **take him in** and dry him” – “**Rentrons-la** et séchons-la”;
“too exhausted to **move off**” – “trop exténué pour **s’éloigner**”;
“and a frightened whisper **ran along** the ranks” – “et un murmure de frayeur **parcourut** leurs rangs”;
- 2) англ. фразовый глагол – фр. глагол+глагол:
“The boat was too heavy to **push over**” – “L’embarcation était trop lourde pour le **faire chavirer**”;
- 3) англ. фразовый глагол – фр. глагол+наречие или наречное выражение:
“The Jackal had just time to **leap back**” – “Le Chacal n’eut que le temps de **sauter en arrière**”;
“they never thought to **look down** the stream” – “il ne leur vint jamais à l’idée de **chercher en aval**”;
- 4) англ. фразовый глагол – фр. глагол+существительное:
“and I have **run away**” – “j’**ai pris la fuite**”;
“We ran **crying out**” – “Nous courions **poussant des cris**”;
- 5) англ. фразовый глагол – фр. глагол+предлог+существительное:
“I **make up** the whole elephant” – “je **mets sur pied** tout l’éléphant”;
“Rikki-tikki **rolled away**” – “Rikki-tikki **déguerpi en roulé-boulé**”;
- 6) англ. фразовый глагол – фр. существительное:
“He went off his horrible dance again, while the Jackal **looked on** enviously” – “Et le voilà reparti dans son horrible danse, sous l’**oeil** plein d’envie du Chacal”;
“and when Tha **came back**” – “à son **retour**, Tha trouva”;
“it will **wash away**” – “l’**eau** en aura raison”.

Обращая особое внимание на значения послелогов фразовых глаголов, можно выявить семантические особенности перевода данного типа глаголов с английского языка на французский язык.

Послелог in, имеющий значение «движение внутрь», на французский язык обычно передается глаголами движения, обозначающими прибытие куда-либо. Например: “where the big boats **come in**” – “où **arrivent** les grands bateaux”;
“this talk **went in** in one ear” – “de tels propos **entraient** par une oreille”. Также фразовые глаголы с послелогом in могут переводиться с помощью каузативных конструкций для того, чтобы показать зависимое движение: “A small crack might **let in** some wisdom” – “Une petite fêlure pourrait y **laisser entrer** un peu de sagesse”. Противоположным по значению послелогоу in является послелог out. Фразовым глаголам с послелогом out во французском языке соответствуют глаголы, выражающие движение откуда-либо или изнутри чего-либо: “he **went out** into the veranda” – “elle **sortit** sous la véranda”;
“they were **taking out** great pieces of white stuff” – “ils **retiraient** de grands morceaux d’une matière blanche”.

Фразовые глаголы с послелогом away, как правило, передаются на французский язык с помощью глаголов движения, обозначающих направление удаления. Например:

“When the bridge was finished he **went away**” – “Le pont achevé, il **s’en alla**”; “Shere Khan **slank away**” – “Shere Khan **s’esquiva**”; “a mortally-wounded crocodile can scramble to deep water and **get away**” – “un crocodile blessé à mort peut se traîner jusqu’en eau profonde et **s’enfuir**”.

Послелог *up* и *down*, обладающие значениями движения вверх и вниз, при переводе с английского языка на французский язык также передаются глаголами движения, обозначающими направления вверх или вниз. Например: “he **greened, looking up** inquiringly at the bird who towered above him” – “ricana le Chacal en **levant un regard** interrogateur vers l’oiseau qui le dominait de toute sa hauteur”; “the Hairless One **fell down** before him” – “la Créature sans Poils **tomba** à ses pieds”.

Послелог *back*, означающий возвращение куда-либо или движение назад, на французский язык передается глаголом с префиксом *re-*, имеющим значение повторения или обратного направления действия. Например: “Then the first of the tigers **came back**” – “Alors, le Premier des Tigres **revint**”; “have I seen the river **draw back** from the village” – “je vu le fleuve **se retirer** du village”. Также такие фразовые глаголы на французский язык могут быть переведены глаголом с наречием: “The Jackal had just time to **leap back**” – “Le Chacal n’eut que le temps de **sauter en arrière**”.

Послелог *off*, имеющий в английском языке значение удаления, на французский язык передается глаголами с префиксом *dé-*, указывающим на удаление, лишение, уничтожение, прекращение состояния. Например: “I should have **shaken off** both shoes” – “J’aurais dû me **débarrasser** des deux souliers”; “he **runs off** and eats some herb that cures him” – “elle **détale** pour aller manger une herbe qui la guérit”.

Фразовые глаголы, образованные путем сочетания глагола и наречий *forward* и *backward*, означающих движение вперед или назад, с английского языка на французский язык передаются конструкцией глагол+наречие, выражающее движение. Например: “and Nathi **strode forward**” – “Nathi **pénétra plus avant**”; “to drink, **looking backward** over one shoulder” – “boire, en **regardant par-dessus** son épaule”.

Проведенное нами исследование позволяет сделать вывод о том, что фразовый глагол английского языка может быть передан на французский язык различными способами. Чаще всего английской аналитической конструкции соответствует в переводе синтетический эквивалент – приставочный дериват или неизменяемый глагол. Более детальное исследование в данном направлении могло бы способствовать выявлению типологических особенностей обозначения действия в двух языках.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Поуви Д. Английские фразовые глаголы и их употребление // Москва : Высшая школа, 1990. – 176 с.
2. Oxford Learner’s Dictionary. URL: [oxfordlearnersdictionaries.com](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com) (дата обращения: 10.10.2022).
3. Larousse. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue> (дата обращения: 10.10.2022).
4. Kipling R. The Jungle Book (Extracts) / Le Livre de la Jungle (Extraits) // Paris : PRESSES POCKET, 1986. – 219 с.

Сазонова Елена Дмитриевна, студент, Пензенский государственный технологический университет

Sazonova Elena Dmitrievna, student of Penza State Technological University

Комарова Елена Юрьевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки», Пензенский государственный технологический университет

Komarova Elena Yurievna, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Penza State Technological University

ШКОЛА ПОЭТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА С.Я. МАРШАКА

S. MARSHAK'S SCHOOL OF POETIC TRANSLATION

Аннотация. В статье рассматривается школа поэтического перевода С.Я. Маршака и ее основные принципы. С.Я. Маршак оказал значительное влияние на развитие искусства перевода в нашей стране. Его взгляды разделяли многие известные переводчики, в числе которых были К. Чуковский, Т. Габбе, Н. Заболоцкий и другие. Осуществляя переводы, С.Я. Маршак следовал определенным принципам, благодаря которым его произведения не теряют своей актуальности.

Abstract. The article discusses S. Marchak's school of poetic translation and its basic principles. S. Marshak had a great influence on the development of translation in our country. His ideas were close to many famous translators, including K. Chukovsky, T. Gabbe, N. Zabolotsky and others. While translating, S.Ya. Marshak followed some specific principles, thanks to which his works do not lose their relevance.

Ключевые слова: перевод, поэзия, принципы, Маршак, влияние.

Key words: translation, poetry, principles, Marshak, influence.

В 2022 г. исполнилось 135 лет со дня рождения Самуила Яковлевича Маршака. На его стихах выросло уже несколько поколений людей и, без сомнений, будут воспитываться следующие.

В перечислении наиболее ярких и значимых достижений Маршака стоят упомянуть то, что, во-первых, он является одним из лучших русских переводчиков поэзии с английского языка. Во-вторых, он стал первым советским поэтом, для которого перевод стал не просто средством заработка или развлечением, а главным делом жизни. В-третьих, Самуил Маршак мастерски переводил не только с английского языка, но и с идиша, армянского, украинского, литовского и многих других языков. Наконец, творчество Маршака способствовало объединению культур разных народов и обогатило отечественную литературу. Его переводы У. Шекспира, У. Водсворта, Р. Бёрнса, Дж. Китса, Р. Киплинга, У. Блейка, Дж. Остин, А. А. Милна и многих других великих зарубежных поэтов вошли в сокровищницу русской поэзии и стали важной частью нашей национальной культуры.

Если говорить о причине творческой удачи Маршака, то стоит процитировать Корнея Чуковского: «Потому-то и удалось Маршаку перевести этих поэтов, что он всей душой сочувствовал их негодованиям и ненавистям, и, полюбив их с юношеских лет, не мог не захотеть, чтобы их любили все мы» [8]. Даже ради двух пар переводных строк он исписывал несколько листов бумаги, но получившиеся в конце произведения обладали силой, четкостью и абсолютной законченностью. Такой подход к переводам привлекал многих писателей и поэтов.

Благодаря чутким рекомендациям и мудрым советам Маршака возникла его школа поэтического перевода. Он сформулировал её основные принципы.

1. «Нет бездумному переводу». Переводчик наравне с автором несёт ответственность за судьбу произведения, за то, каким оно придёт к читателю. «Дурной перевод – клевета на автора».

2. «Переводя, смотрите не только в подлинник, но и в окно». Иначе говоря, переводчик должен быть не отстраненным читателем оригинального текста, а обязан вовлекать свой личный опыт и переживания. «Чтобы по-настоящему, не одной только головой, но и сердцем понять мир чувств Шекспира, Гёте и Данте, надо найти нечто соответствующее в своём опыте чувств».

3. Точность передачи информации. «Точность получается не в результате слепого, механического воспроизведения оригинала. Поэтическая точность даётся только смелому воображению, основанному на глубоком знании предмета».

4. Сохранение чистоты родного языка. Качественный перевод получается в результате глубокого понимания мировой культуры и соблюдения норм русской словесности. Маршак средствами русского стиха смог передать атмосферу страны и дух того народа, с языка которого он переводил [5].

Соблюдения данных принципов он требовал и от своих учеников. В их числе были такие известные писатели и поэты-переводчики, как Н. А. Заболоцкий, А. И. Введенский, Д. И. Хармс, Т. Г. Габбе [3]. Свои переводы детских сказок и стихов они публиковали в созданных Маршаком детских журналах «Ёж» и «Чиж» в Ленинграде. Благодаря труду данных переводчиков мы увидели сказки братьев Grimm, «Плих и Плюх» В. Буша, «Гаргантюа и Пантагрюэль» Ф. Рабле, «Путешествия Гулливера» Дж. Свифта и многие другие.

Отдельно стоит упомянуть о тесном общении и взаимном влиянии друг на друга С. Я. Маршака и К. И. Чуковского. Оба писателя увлекались переводами, оба создавали произведения для детей. И обоих в свое время курировал Максим Горький, который и познакомил их в 1918 г., поручив им составить учебник для переводчиков. Но в то время учебник так и не смог появиться: Маршак увлёк Чуковского в сферу детской литературы. Тем не менее, через год у Чуковского вышла статья, посвящённая искусству перевода. А позже он выпустил свой известный труд для переводчиков – «Высокое искусство» [2].

Взгляды Чуковского на особенности художественного перевода во многом пересекаются со взглядами Маршака. Например, в своей работе он старался использовать самые разнообразные изобразительные средства, которые не только бы передавали особенности исходного текста, но и, что главное, не противоречили речевым нормам русского языка (в отличие от классических рекомендаций со стороны именитых переводчиков, которые предлагали использовать просторечные языковые формы) [7] (Табл. 1).

Таблица 1 – Взгляды К.И. Чуковского и С.Я. Маршака на художественный перевод

Взгляды на художественный перевод К.И. Чуковского	Взгляды на художественный перевод С.Я. Маршака
<i>Перевоплощение в автора</i> «Для того, чтобы переводить Бальзака, нужно перевоплотиться в Бальзака, усвоить себе его темперамент, заразиться его эмоциональной личностью» [7].	<i>Поиск опыта, подобного авторскому</i> «Чтобы по-настоящему, не одной только головой, но и сердцем понять мир чувств Шекспира, Гёте и Данте, надо найти нечто соответствующее в своём опыте чувств» [5].
<i>Неточность перевода порочит автора</i> «Неверный и неточный перевод есть, в сущности, злостная клевета на автора, которая тем отвратительнее, что автор лишен возможности опровергнуть ее» [7].	<i>Ответственность за перевод</i> «Дурной перевод – клевета на автора». Переводчик наравне с автором несёт ответственность за судьбу произведения [5].
<i>Эстетика русского языка</i> «Нужно, чтобы каждая переведенная фраза звучала по-русски, подчиняясь логике и эстетике русского языка» [7].	<i>Глубокое знание языков</i> «Необходимо знание чужого языка и еще более основательное знание своего. Надо так глубоко чувствовать природу родного языка, чтобы не поддаться чужому, не попасть к нему в рабство» [6].

Более того, переводы Маршака привлекали внимание детских поэтов разных народов. Так, например, выдающийся польский поэт и переводчик Юлиан Тувим, много писавший для детей, перевел английское детское стихотворение «Кабы реки и озера» на польский язык, взяв за образец перевод Маршака. Что любопытно, произведения самого Тувима Самуил Яковлевич также переводил на русский язык [2].

Примечательно, что в своей семье Маршак был не единственным талантливым переводчиком. Сестра, взявшая псевдоним Елена Ильина, автор известного произведения «Четвертая высота», также занималась переводом иностранной литературы на русский язык. Её перу принадлежит перевод книги башкирских поэтов «С отвагой в сердце». Сыну Маршака, Иммануэлю Самойловичу, принадлежат наиболее известные переводы романов Джейн Остин «Гордость и предубеждение» и «Нортенгерское аббатство» [2].

Любопытно сложился творческий путь племянницы Маршака, Дины Григорьевны Орловской, посвятившей свою жизнь почти исключительно переводам англоязычной поэзии. Наиболее известна она переводами стихотворений из «Алисы в стране чудес». Переводчик основного текста сказки, Н. М. Демурова не осмелилась переводить их сама. Для четырёх стихотворений ("Папа Вильям", "Морская кадриль", "Дама Бубен варила бульон" и "Шалтай-Болтай") она воспользовалась старыми переводами С. Маршака, которые уже были хорошо знакомы советским детям. Остальные же перевела Орловская. Демурова делилась в своих воспоминаниях: «Мы придумали такой ход: Кэрролл пародировал стихи, хорошо известные в Англии, а мы решили, что будем писать пародии на английские стихи, хорошо известные у нас в стране благодаря переводам Маршака и Чуковского. Помните: «Вот дом, который построил Джек»? У нас было: «Вот дом, который построил жук» – ну и так далее» [1].

Читая «Алису в стране чудес», едва ли можно отличить стихотворения, переведенные С.Я. Маршаком, от переводов Дины Орловской, так как в своей работе она следовала сформулированным им принципам поэтического перевода. Взять хотя бы знаменитое стихотворение «Jabberwocky». Сколько бы его не переводили другие переводчики, версия Орловской, «Бармаглот», по сей день остаётся самой удачной, несмотря на отдельные упущения в тексте. Ведь «Jabberwocky» хвалят не только за абсурд, но и за то, что этот абсурд очень изящный - он легко читается и быстро запоминается. И лишь в переводе Орловской стихотворение сохраняет в себе эти качества.

Подводя итог, можно сказать, что влияние С.Я. Маршака на школу русского перевода сложно переоценить. Он значительно продвинул вперед общую культуру художественного перевода стихов, внеся в золотой фонд нашей литературы огромное множество выдающихся достижений мировой поэзии. Его переводы не теряют своей актуальности и до сих пор остаются образцом для всех тех, кто занимается поэтическим переводом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Демурова Н.М. О переводе сказок Кэрролла / Льюис Кэрролл. Алиса в Стране чудес. Алиса в Зазеркалье . М. : Наука, 1991. – 115 с.
2. Еремина А. Поэт. Переводчик. Мастер: к 125-летию со дня рождения С.Я. Маршака // Библиополе. 2012. №11. С.35-38.
3. Жизнь и творчество Маршака . М. : Детская литература. Москва, 1975. – 495 с.
4. Кэрролл Л. Приключения Алисы в Стране чудес. Сквозь зеркало и что там увидела Алиса или Алиса в Зазеркалье / Изд. подг. и пер. Н.М. Демурова // Москва : Наука, 1978. – 358 с.
5. Маршак С. Сочинения в четырех томах. Том четвертый. Статьи и заметки о мастерстве. Страницы воспоминаний. Новые стихи и переводы . М. : Государственное издательство художественной литературы, 1960. – 823 с.

6. Маршак С.Я. Воспитание словом: статьи, заметки, воспоминания . М. : Советский писатель, 1964. – 584 с.
7. Принципы художественного перевода / Статьи К. Чуковского и Н. Гумилева // Петербург : Всемирная литература, 1919.
8. «Я думал, чувствовал, я жил» . М. : Советский писатель, 1971. С. 97-116.

УДК 81.42

Сокольчук Анна Сергеевна, студент, Алтайский государственный педагогический университет

Sokolchuk Anna Sergeevna, student of Altai State Pedagogical University

Беляева Светлана Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент, Алтайский государственный педагогический университет

Belyaeva Svetlana Vladimirovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Altai State Pedagogical University

ВЫРАЖЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОЙ ФУНКЦИИ ПРИ АНАЛИЗЕ ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ФРАНЦУЗСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

THE EXPRESSION OF THE MANIPULATIVE FUNCTION IN THE ANALYSIS OF THE LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES OF THE FRENCH POLITICAL DISCOURSE

Аннотация. В лингвистической науке наметилась тенденция исследования политического дискурса, которая объясняется, с одной стороны, возросшим интересом к миру геополитики и крайней политизацией современного общества, а с другой – недостаточной изученностью некоторых аспектов данного вида дискурса. В то время, как многие ученые сконцентрированы на анализе американского и русского политических дискурсов, риторика современных французских политиков настолько подробно не рассмотрена. В этом и заключается актуальность нашего исследования. Целью данной работы служит исследование манипулятивной функции и ее выражение через лингвостилистические особенности в современном политическом дискурсе, материалом работы стали предвыборные речи президента Франции Эммануэля Жана-Мишеля Фредерика Макрона и Марин Ле Пен (Marion Anne Perrine Le Pen), главного оппонента Макрона при двух предвыборных кампаниях.

Abstract. There is a tendency in linguistic science to study political discourse, which is explained, on the one hand, by the increased interest in the world of geopolitics and the extreme politicization of modern society, and, on the other hand, by the lack of knowledge of some aspects of this type of discourse. While many scientists are focused on the analysis of American and Russian political discourses, the rhetoric of modern French politicians has not been considered in such detail. This is the relevance of our research. The purpose of this work is to study the manipulative function and its expression through linguistic and stylistic features in modern political discourse, the material of the work was the election speeches of French President Emmanuel Jean-Michel Frédéric Macron and Marine Le Pen (Marion Anne Perrine Le Pen), Macron's main opponent during two election campaigns.

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, речевая манипуляция, лингвостилистические особенности, Эммануэль Макрон, Марин Ле Пен.

Key words: discourse, political discourse, speech manipulation, linguistic stylistic features, Emmanuel Macron, Marine Le Pen.

Термин «дискурс» (*discours*) с французского языка переводится как беседа, разговор. По мнению Н. Д. Арутюновой, дискурсом является связный текст в совокупности его экстралингвистических, прагматических, социокультурных, психологических факторов. При этом подходе речь рассматривается как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и когнитивных процессах. Иными словами, дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [4, с. 136]. Так как термин является одним из ключевых понятий в ряду научных дисциплин, выделяют несколько типов дискурса. С позиций социолингвистики можно выделить два основных: персональный (лично-ориентированный) и институциональный.

Политический дискурс относится к институциональному типу и подразумевает под собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений [Карасик, 2000, с.14]. Отметим, что в узком понимании политический дискурс ограничивается коммуникативной деятельностью политиков [2, с. 67], в то время как в широком – дискурс может считаться политическим, если к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: адресат, адресант или содержание послания [5, с. 98]. Фундаментальным, определяющим признаком политического дискурса является интенция борьбы за власть [5, с. 128]. Она исключает равноправный кооперативный диалог, предполагая лишь монологический дискурс и пропагандистское воздействие власти на общество, то есть не субъект-субъектное взаимодействие государства и его граждан, а исключительно одностороннюю субъектно-объектную коммуникацию.

Хорошо выстроенный и организованный политический дискурс внушает адресатам необходимость «политически правильных» действий или оценок, формируя определенное поведение человека. Между манипуляцией и политическим текстом можно поставить знак равенства. Иными словами, политический текст априори и есть манипуляция.

Под речевым манипулированием понимается «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [1, с. 99]. Манипуляции как речевые приемы могут выявляться на всех языковых уровнях, в том числе при анализе лексико-семантических, грамматических и стилистических особенностей дискурса. Наиболее яркими и часто употребляемыми являются приемы на лексическом уровне. Они лежат в основе процесса формирования концептов, на которых строится языковая картина мира. При этом воздействующий потенциал лексических единиц реализуется только в условиях контекста в соответствии с сентенцией отправителя сообщения.

Анализируя тексты французского политического дискурса, мы наблюдаем следующие приемы: мультипликация, интимизации, использование эмоционально-окрашенной лексики, повторов. Рассмотрим их подробнее на примерах выступлений, опубликованных на сайтах *En Marche!* и *Front National*. Всего для исследования было проанализировано 20 текстов устных выступлений Эммануэля Макрона и Марин Ле Пен.

Прием мультипликации заключается в создании плюралиса (множественности). (1) “*Ce ne sont pas seulement les organisations terroristes, les armées de Daesh, les imams de haine et de mort que nous combattons.*” Выражая соболезнования по поводу убийства лейтенанта Арно Бельтрама, Эммануэль Макрон подчеркивает, что преступление совершено не самостоятельным террористом, а лишь представителем армии ИГИЛ (запрещенная в России террористическая организация): *les armées de Daesh, les imams de haine*, - члены которой могут быть повсюду.

Прием интимизации представляет собой такое использование языковых средств, в результате которого создается эффект доверительного общения автора с аудиторией. Для этого используется местоимение «мы» с размытым содержанием, при этом речь политика изобилует личными местоимениями. Так, в инаугурационной речи 2017 г. Эммануэль Макрон произнес местоимение «je» 17 раз, «vous» – 28 раз, частотность

употребления которого показывает желание президента сплотиться с народом. В следующем примере: (2) “Quand on est pour la démocratie, on n’est pas pour la démocratie à moitié”, - Макрон использует местоимение «on», которое относится к разговорному функциональному стилю (*registre familier*), стремясь показать свою связь с Францией и ее народом, а также единство народа с представителями власти в желании не ограничивать демократию.

Одним из приемов манипуляции на лексическом уровне является использование эмоционально-окрашенной лексики, целью которой служит выстраивание стратегии доверия и, в некоторых случаях, укол оппонентов: (3) *mes chers amis*, (4) *nos pseudo élites*, (5) *euroidictature*. Такой прием свойственен более эмоционально выразительным политикам, Марин Ле Пен, например.

Мощным воздействующим эффектом обладают также лексические повторы, которые усиливают выразительность речи политика и формируют у аудитории нужный политический концепт. В примере (6) “La responsabilité <...>. La responsabilité de toutes les élites <...>” мы отмечаем повтор лексической единицы «responsabilité» для формирования концепта ответственности представителей власти у электората Эммануэля Макрона.

К средствам, усиливающим смысловую выразительность, мы относим градации. В примере (7) “Nous pensons en cet instant à ces blessés, à ces morts, nos morts, et à leurs familles dans le recueillement”. Мы видим градацию, выстроенную цепочкой лексических единиц «blessés», «morts» в сознании людей находится образ неизбежности страшного последствия событий, кажущихся незначительными.

Таким образом, способы языкового воздействия, используемые при речевой манипуляции во французском политическом дискурсе разнообразны: от преднамеренного искажения в тексте действительности посредством закрепления за ключевыми словами не свойственных им ранее коннотаций до создания желаемого впечатления при помощи средств языковой выразительности - тропов, стилистических (риторических) фигур и т. д. Мы рассмотрели приемы манипуляции на лексическом уровне и в качестве продолжения исследования считаем логичным рассмотреть приемы манипуляций на морфологическом и синтаксическом уровнях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Быкова О.Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1. Красноярск, 1999. С. 99-103.
2. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация // Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
3. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс // Волгоград. 2000. С. 5-20.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / под общ. ред. В. Н. Ярцевой. – Москва : Большая российская энциклопедия, 2002. – 683 с.
5. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса : специальность 10.02.00 "Языкознание" : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук // Волгоград, 2000. – 431 с.
6. Discours de la Présidente du Front national à Paris le 1er mai 2016 / Rassemblement national. URL: <https://clck.ru/VDmns> (дата обращения: 25.12.2021).
7. Discours de l'inauguration du TGV atlantique Paris-Rennes / Élysée. URL: <https://clck.ru/32hVXg> (дата обращения: 13.12.2021).

Токарева Ирина Алексеевна, ассистент кафедры журналистики, Северо-Кавказский федеральный университет
Tokareva Irina Alekseevna, assistant, Department of Journalism, North-Caucasus Federal University

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЯДЕРНОГО ПРЕДИКАТА *ЛЮБИТЬ* В РАМКАХ СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКОГО ФРЕЙМА

FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF THE NUCLEAR PREDICATE *TO LOVE* OF A SEMANTIC-SYNTACTIC FRAME

Аннотация. Цель данного исследования – проанализировать валентностные свойства ядерного предиката *любить*, входящего в верхнюю область семантико-синтаксического фрейма ЛЮБОВЬ, актуализированного в рамках повести С.Д. Довлатова «Заповедник». В результате исследования нами составлены обобщенные модели, отражающие основные валентностные свойства ядерного предиката *любить* в художественном нарративе и словарной реализации.

Abstract. The objective of this research is to analyze the valence characteristics of the nuclear predicate to love, which included in the upper area of the semantic-syntactic frame LOVE, updated within the framework of the novel «Pushkin Hills» by S.D. Dovlatov. As a result of the research, we have compiled generalized models, reflecting the main valence properties of the nuclear predicate to love in the literary narrative and lexical implementation.

Ключевые слова: фрейм, пропозиция, терминал, терм, сирконстант, предикат.

Key words: frame, proposition, terminal, term, circonstant, predicate.

В соответствии с методами сопоставительного и семантико-синтаксического анализа нами составлены обобщенные модели, отражающие основные валентностные свойства ядерного предиката *любить* в художественном нарративе и словарной реализации. Нами выявлены модели, характеризующие такие ситуации, как любовь к партнеру, любовь к человеку вообще, общечеловеческая любовь, любовь одного ко многим, любовь многих к одному, как знакомому, так и нет, любовь к неодушевленному предмету и др. Наконец, нами проанализирована зависимость роли семантико-синтаксического фрейма в рамках сюжета от актуальных валентностных свойств его предикатов, что позволило установить, насколько лексикографическое описание предиката соответствует его фреймовому представлению в рамках художественного нарратива.

Фрейм понимается нами как семантико-синтаксическая структура, связывающая организующие дискурс «схематизации опыта» со стандартными средствами языка, являющегося иерархично структурированной системой, а не со случайными, обусловленными экстралингвистическими процессами в коммуникации [6, с. 110]. Ядерная область фрейма включает макропропозицию или ядерную пропозицию, которые в наиболее общем виде актуализируют главную ситуацию фрейма, включающую первые термы и ядерные предикаты. Ядерный предикат представляет семантическое ядро семантико-синтаксического фрейма.

Материалом исследования послужила повесть «Заповедник» С.Д. Довлатова, которую автор писал с 1977 по 1983 г. Выбор материала исследования обусловлен тем, что в исследуемой отечественной повести второй половины XX века фрейм ЛЮБОВЬ является сюжетообразующим, то есть представляет стереотипную ситуацию, которая выступает строевым элементом сюжета.

Пропозиции *A (не) любит B / A (не) любим B* отражают основные валентностные свойства ядерного предиката *любить*, не являясь, однако, избыточными, и могут быть

уточнены, к примеру, через актуализацию таких типизированных ситуаций, как человек *A* любит человека *B* или «всякий человек кого-нибудь любит»; человека *B* любят все люди *A*; все люди *A* любят всех людей *B* – то есть общечеловеческая любовь; человек *A*, который любит всех/множество людей *B*. Рассмотрим, в рамках каких типизированных ситуаций актуализируется ядерный предикат *любить* в исследуемом материале. Отдельно отметим, что пропозиция *A не любит B* равно характерна для репрезентации фрейма ЛЮБОВЬ, как и *A любит B*, потому как предикат *любить* в рамках концептуального поля вербализирует ментальную единицу, включающую оба эмоционально-чувственных полюса.

Обратимся к особенностям заполнения валентностей предиката *любить* в нарративе. Перед анализом определим место исследуемого предиката в фундаментальной классификации предикатов Ю.Д. Апресяна [1]. Смысл предиката *любить* мы отнесем к классу состояний (подкласс – эмоциональные (устойчивые) состояния и выражения) согласно фундаментальной классификации Ю.Д. Апресяна (ср. с предикатами *ненавидеть, уважать, нравиться*). Класс состояний представляют предикаты, которые знаменуют ситуации, гомогенные на протяжении всего времени существования. Предикаты класса состояний, в отличие, к примеру, от класса свойств (*виться, заикаться*), характеризуются стативностью, в то время как у предикатов свойств не ограничено время существования [1].

Рассмотрим текстовые импликации предиката *любить* с целью выявления его актантов и сирконстантов. В рамках каждого исследуемого фрагмента текста мы будем характеризовать предикат и замещенные позиции его валентностей. Рассмотрим реализацию ядерного предиката *любить* в следующем фрагменте текста:

Вы-то сами любили кого-нибудь? Когда-нибудь?! [5]

Предикат *любить* представлен здесь в форме глагола в составе простого глагольного сказуемого, грамматические характеристики: несов. вид, прош. вр., мн.ч., переходный, невозвратный. Первый терм (S1) – местоимение *вы* с примыкающей к нему частицей *то*. Вторым терм (S2) – неопределенное местоимение *кого-нибудь*. Кроме того, валентность предиката замещена сирконстантом времени (Temp) *когда-нибудь*, также представленным в виде неопределенного местоимения.

Изобразим модель управления предиката *любить* (табл. 1) в данном фрагменте текста в соответствии с положениями, представленными И.А. Мельчуком и А.К. Жолковским в их толково-комбинаторном словаре [4]. Модель управления представим в виде таблицы, в столбцах которой описываются семантические валентности предиката и способы их реализации. При этом предикат принимает в рамках валентностей *n* переменных с условным обозначением X, Y, Z и т.д.

Отметим, что через символ S мы обозначаем именную группу. Индекс соответствует падежу. Например, Srod подразумевает, что предикат присоединяет зависимое слово в форме родительного падежа без предлога. Среди условных сокращений – части речи на латыни. Так, Pron – сокращение местоимения, ADV – наречие, PronADV – местоименное наречие и т.д. Sconj – сочинительный союз. Sconj – подчинительный союз.

Замещенные позиции валентностей предиката в исследуемом фрагменте текста:

Таблица 1 – Первая модель управления предиката *любить*

X	Y	Z
[кто любил]	[любили кого]	[любили когда]
Сим	Свин	Pron

По такому же принципу рассмотрим следующие фрагменты исследуемого текста с указанным предикатом:

Я согласен, больную, парализованную мать острее жалеешь и любишь [5].

Предикат *любить* представлен в форме глагола в составе простого глагольного сказуемого, грамматические характеристики: несов. вид., наст. вр., 2 л., ед.ч., переходный, невозвратный. Второй терм (S2) – одушевленное существительное *мать*. Также валентность предиката замещена сирконстантом меры и степени *острее* – прилагательным в сравнительной степени (табл. 2).

Таблица 2 – Вторая модель управления предиката *любить*

Y [любить кого]	Z [любить в какой мере]
Свин	Adiect

Я люблю даже милиционеров [5].

Предикат представлен глаголом в составе простого глагольного сказуемого, грамматические значения: наст. вр., ед. ч., 1 л., переходн., несоверш. вид., невозвратн. Первый терм – личное местоимение *я*. Второй терм – одушевленное существительное во мн.ч. *милиционеров*. Модель управления предиката *любить* здесь имеет вид:

Замещенные позиции валентностей предиката в исследуемом фрагменте текста:

Таблица 3 – Третья модель управления предиката *любить*

X [кто любит]	Y [любит кого]
Сим	Свин

В деревне Михал Ивановича не любили [Довлатов 1995].

Предикат представлен в форме глагола в составе простого глагольного сказуемого, грамматические характеристики: несов. вид., прош. вр., мн.ч., переходный, невозвратный. Второй терм – *Михал Ивановича*. Сирконстант места *в деревне* – существительное в предложном падеже. Модель управления предиката *любить* представим в таблице 4.

Таблица 4 – Четвертая модель управления предиката *любить*

Y [(не) любили кого]	Y [(не любили) где]
Свин	Спредл

Аналогичное замещение позиций валентностей предиката наблюдаем и во фрагменте *Сталина в деревне не любили* [5].

Далее рассмотрим фрагмент:

Любить публично – скотство! [5].

Данный фрагмент интересен тем, что предикат *любить* (инфинитив) не имеет актантов. Однако при отсутствии актантов сирконстант образа действия – наречие *публично* семантически приближается к верхнему уровню фрейма. Валентности предиката в примере замещаются следующим образом:

Таблица 5 – Пятая модель управления предиката *любить*

X [любить каким образом]	Y [любить есть что]
ADV	Сим

Проанализируем фрагмент текста, в котором подразумевается любовь к неодушевленному предмету:

Поздние стихи очень люблю [5].

Предикат – глагол в составе простого глагольного сказуемого, грамматические значения: наст. вр., ед. ч., 1 л., переходн., несоверш. вид., невозвратн. Второй терм – неодушевленное существительное *стихи*. Сирконстант меры и степени – наречие *очень*. Модель управления предиката:

Таблица 6 – Шестая модель управления предиката *любить*

X [любить что]	Y [любить как]
Свин	ADV

В следующем фрагменте текста речь также идет о любви к неодушевленному предмету, однако во фрагменте текста ситуация актуализируется через включение метонимии:

Вы любите Пушкина? [5].

Предикат *любить* представлен в форме глагола в составе простого глагольного сказуемого, грамматические характеристики: несов. вид., наст. вр., 2 л., мн.ч., переходный, невозвратный. Второй терм – *Пушкина* (метонимический перенос в значении *творчество* (неодуш. сущ.) *А.С. Пушкина*). Модель управления предиката:

Таблица 7 – Седьмая модель управления предиката *любить*

X <i>[кто любит]</i>	Y <i>[любит кого]</i>
Сим	Свин

Проанализировав заполнение валентностей ядерного предиката *любить* в исследуемом текстовом материале, рассмотрим, насколько широко актантная структура предиката представлена в рамках словарной реализации. Рассмотрим словарное значение предиката *любить* по Малому академическому словарю [МАКС 1999]. Для нас актуальны первые три значения, а четвертое выходит за рамки исследуемого фрейма (*Нуждаться в каких-л. условиях как наиболее благоприятных* (о животных, растениях)).

ЛЮБИТЬ, люблю, любишь; прич. наст. *любящий*; прич. страд. наст. *любимый*, *-бим*, *-а*, *-о*; несов., перех.

1. Чувствовать глубокую привязанность к кому-, чему-л., быть преданным кому-, чему-л. *Любить мать. Любить своих детей. Любить Родину.* – *Что значит любить человека? Это значит радоваться тому, что хорошо для него, иметь удовольствие в том, чтобы делать все, что нужно, чтобы ему было лучше.* Чернышевский, *Что делать? Дивизия любила генерала Середу.* Казакевич, *Весна на Оudere.* **2.** Чувствовать сердечную склонность к лицу другого пола. *Я сказал, что люблю ее на всю жизнь, что она должна быть моей женой.* Гаршин, *Надежда Николаевна.* **3.** также с неопр. Чувствовать склонность, интерес, влечение, тяготение к чему-л. *Люблю грозу в начале мая.* Тютчев, *Весенняя гроза.*

Для удобства в примерах мы оставили лишь те реализации, которые демонстрируют заполнение содержательно различных актантов.

Нами сопоставлены термы и сирконстанты предиката *любить* в нарративе и словарной реализации. В первом столбце таблицы представлено общее значение термов и сирконстантов, во втором – примеры текстовых реализаций в повести «Заповедник» С. Д. Довлатова [5], в третьем – данные, взятые из примеров Малого академического словаря [3].

Таблица 8 – Заполнение валентностей предиката *любить*

Слоты	Нарратив	МАКС
Первый терм		
1 а	<i>я, вы</i> (одушевленное, исчисляемое, персонализированное)	<i>я, она, муж</i>
1 б	<i>многие (в деревне)</i> (одушевленное, неисчисляемое, неперсонализированное)	-
Второй терм		
2 а	<i>ее, жену</i> (одушевленное, исчисляемое, персонализированное)	<i>ее, меня</i>
2 б	<i>Михал Михалыча, Сталина</i> (одушевленное, исчисляемое, персонализированное)	<i>человека</i>
2 с	<i>женщин, милиционеров</i> (одушевленное, неисчисляемое, неперсонализированное)	-
2 d	<i>поздние стихи, Пушкина</i> (в значении `творчество`) (неодушевленное, неисчисляемое, неперсонализированное)	-
Сирконстант		
Mod (образа действия)	<i>публично</i>	<i>впервые</i>
Met (мера, степень)	<i>острее</i>	<i>на всю жизнь</i>
Loc (место)	<i>в деревне</i>	-
Instr (орудие)	-	<i>девственной душой</i>

Мы выявили, что представленные в словаре значения не охватывают все контекстуальные реализации ядерного предиката фрейма в художественном нарративе даже при условии минимальной выборки исследуемого материала.

В перспективе при более широком исследовании художественного нарратива можно найти иные актанты предиката *любить* (речь, к примеру, о вопросах одушевленности в примерах по типу *любить куклу/умершего* и т.д.) Мы полагаем, что максимально полно проанализировать семантику ядерных предикатов фрейма можно лишь на основе их представления в рамках нарратива.

Фрейм, функционирующий в пространстве одного текста, может «включаться» в повествование в рамках разных стереотипных ситуаций в зависимости от актуализированных валентностных свойств его ядерных предикатов, что свидетельствует о зависимости роли семантико-синтаксического фрейма в рамках сюжета от актуальных валентностных свойств его предикатов. Чем больше актантов и сирконстантов способен присоединить предикат, тем больше он подходит под роль ядерного и тем большее число типизированных ситуаций способен актуализировать.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Апресян Ю.Д. Языковая картина мира и системная лексикография. М. : Языки славянских культур, 2006. – 912 с.
2. Гусаренко С.В., Гусаренко М.К. Фреймовые структуры в когнитивно-семантической организации нарратива // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. №4. С. 33-40.
3. Малый академический словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М. : Рус. яз.; Полиграфресурсы. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/19/ma444001.htm?cmd=0&istext=1> (дата обращения: 28.09.2022).
4. Мельчук И.А., Жолковский А.К. Толково-комбинаторный словарь современного русского языка // Вена : Школа Языки русской культуры, 1995. – 682 с.
5. Сергей Довлатов. Заповедник // Собрание прозы в 3-х томах. Том 1. СПб. : Лимбус Пресс, 1995. С. 325-415.
6. Филлмор Ч. Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике. М. : Изд. иностр. лит, 1983. Вып. XII. С. 74-122.

УДК 347.78.034

Трегубова Кристина Александровна, студент, Оренбургский государственный университет
Tregubova Kristina Aleksandrovna, student of Orenburg State University
Талалай Татьяна Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, Оренбургский государственный университет
Talalai Tatiana Sergeevna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Orenburg State University

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

LEXICAL FEATURES OF THE TRANSLATION OF THE ADVERTISING TEXT FROM GERMAN INTO RUSSIAN

Аннотация. Реклама в настоящее время широко распространена и представляет интерес для лингвистических исследований. В данной статье проведен анализ лексических особенностей перевода рекламных текстов с немецкого языка на русский, а также рассматриваются лексические особенности рекламы. Значительное внимание уделяется особенностям перевода фразеологизмов и аллюзий.

Abstract. Advertising is currently widespread and is of interest for linguistic research. This article analyzes the lexical features of the translation of advertising texts from German into Russian, and also examines the lexical features of advertising. Considerable attention is paid to the peculiarities of the translation of phraseological units and allusions.

Ключевые слова: лексические особенности, рекламный текст, особенности перевода, реклама, немецкий язык, русский язык.

Key words: lexis, advertising text, translation features, advertising, German, Russian.

В настоящее время реклама играет огромную роль в жизни общества. Многие люди отмечают, что она часто слишком навязчива, здесь речь идет о рекламе в интернете или о звонках из различных колл-центров. С другой стороны, реклама является успешным двигателем продаж. Мы находимся нужной автомобиль, телефон, планшет, наушники с помощью рекламы. Но задумывались ли мы о том, почему из всех предложенных товаров мы выбираем только один? Влияет ли на наш выбор реклама и ее текст? Определенно, да. В этом мы сможем убедиться, если рассмотрим рекламный текст, как объект лингвистического изучения. Определение рекламы мы можем найти в толковом словаре русского языка С.И. Ожегова, оно звучит следующим образом: «Реклама – оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей» [9].

Рекламный текст уже давно исследуется как объект лингвистического изучения разными лингвистами. И все они дают различные определения рекламному тексту. А.Д. Кривонос дает следующее определение: «Рекламный текст – это текст, содержащий рекламную информацию и обладающий следующими отличительными признаками:

1) содержит информацию о физическом или юридическом лице; товарах, идеях и начинаниях;

2) предназначен для неопределенного круга лиц;

3) призван формировать или поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям;

4) способствует реализации товаров, идей, начинаний [6].

Создание рекламного текста – это трудный процесс. Поэтому его изучают психологи, социолог, лингвисты и многие другие специалисты. Процесс считается трудным, так как реклама должна подтолкнуть потенциального покупателя на покупку, она должна побудить его, замотивировать. Поэтому текст рекламы должен быть кратким, но в тоже время красивым и убедительным.

Рекламный текст построен следующим образом: сначала идет заголовок, затем основной текст, слоган и концовка, которая должна еще раз подчеркивать информацию о товаре и текст которой должен быть ярким, чтобы остаться в памяти покупателя [10].

Для того, чтобы достичь главную цель любой рекламы – побудить покупателя на совершение покупки для того, чтобы сделать рекламу, люди применяют различные языковые средства, например, фонетические, синтаксические, лексические [2]. Одно из самых известных фонетических средств является аллитерация, о нем мы говорим, когда видим повтор звуков, например, «*Тантум Верде Форте – атакует он микробы в горле!*» (реклама противовоспалительного и обезболивающего препарата). Продажа подобного товара будет расти, в силу оригинальности рекламного текста. В качестве еще одного примера можно привести следующий рекламный лозунг: «*Сам Самыч - пельмешки без снежки!*».

Слова и выражения, используемые в переносном смысле, относятся к стилистическим приемам. Здесь речь идет о тропах, например, метафора, гиперболы, сравнение. Пример метафоры: «*Наш удар по ценам*» (магазин Эльдардо); «*Окунись в прохладу*» (чай Lipton).

Использование стилистического приема мы можем увидеть в рекламе бытовой техники “Philips”. Данный пример показывает нам ситуацию, когда перед нами возникает вопрос, на который невозможно ответить «нет»: «Вам нравится современная бытовая техника? И, конечно, любите подарки?»

Из вышесказанного, можно сделать вывод, что реклама направлена также на развитие речевой деятельности. Поэтому необходимо продолжать изучение лексических особенностей рекламного текста [4].

Реклама особенна тем, что она противоречива. Ведь она существует не по желанию покупателя, но в итоге способна влиять на его действия при совершении покупок. Для еще более яркой выразительности текстах рекламы используются разная лексика, например, неологизмы, а также визуальные методы, например, графические средства выделения текста.

Согласно толковому словарю Т.Ф. Ефремовой, «неологизм – это новое слово, выражение или новое значение у существующего слова, вновь появившееся в языке на определенном этапе его развития (в лингвистике)» [8]. Примеры неологизмов: «*Банк ВТБ – ВнешТоргБанк*» (реклама банка ВТБ); “*Milka*” Milch (с немецкого «молоко») Какао (с немецкого «какао») (реклама шоколада Milka); “*BMW - Bayerische Motoren Werke*” (с немецкого «Баварские моторные заводы»).

При создании рекламного текста шрифт также немаловажен. В следующем примере мы видим использование заглавных букв, которые используются для выделения наиболее значимого слова: «*Если кашляешь – прими БРОМГЕКСИН БЕРЛИНХЕМИ!*» (реклама препарата Бромгексин Берлин-Хими).

Таким образом, можно сделать вывод, что рекламный текст – это своего рода творческая работа, наполненная различными лексическими средствами, основной целью которой является побуждение потенциального клиента на совершение покупки. Для того чтобы создать качественный рекламный текст, который способен повлиять на сознание клиента, необходимо уметь применять разные лексические средства [3].

Именно это умение позволяет создать рекламный слоган, который хорошо запомнится в памяти получателя. Для его создания можно использовать разные языковые средства: лексические, фонетические, синтаксические. Удачное сочетание перечисленных средств – это долгая и трудная работа, которая включает в себя детальный анализ.

Реклама в Германии также очень популярна и развита, она немного специфична и имеет свои особенности. Улицы, парки, вокзалы и любые другие общественные места в Германии не являются лучшим местом для размещения рекламы, все это хорошо контролируется, и даже на телевидении существует ограничение в ее количестве. Не секрет, что к каждому делу немцы подходят с большой ответственностью и если рассматривать, например, оформление витрин, то можно заметить много тонкостей в оформлении, дизайне и расположении вещей [5].

Точно также дела обстоят с созданием рекламного текста. Любой переводчик или человек, изучающий немецкий язык, посмотрев на текст немецкой рекламы, сможет также определить, какие языковые средства в нем присутствуют. И самое интересное, что смысл понятен, но точный перевод на русский в голове появляется не сразу. И тут возникает вопрос: «А как бы этот рекламный текст звучал на русском языке? С помощью каких переводческих трансформаций мы бы могли получить адекватный перевод, полностью отражающий эмоции и посыл текста оригинала?»

Для того чтобы разобраться и ответить на поставленные вопросы, необходимо определить случаи, в которых можно столкнуться с трудностями при переводе рекламных текстов. Трудности может вызвать перевод фразеологизмов и аллюзий [1].

«Фразеологизмы – устойчивые по составу словосочетания (выражения), смысл которых принципиально невыводим из значений составляющих их слов» [4]. Перевод

фразеологизмов действительно требует огромной работы с поиском информации, так как дословный перевод в этом случае может привести к сильному искажению текста оригинала и ввести получателя в заблуждение. Способ передачи фразеологизмов, идиом, пословиц и поговорок заключается в аналогичной замене, в которой находится такая же степень семантической связанности. Так, например, рекламный слоган: *“Auch eine Art, Hebel in Bewegung zu setzen”* (реклама пива в Германии) на русский язык будет передан при помощи эквивалента: «пускать в ход, приводить в движение». Рекламный слоган стиральной машины Bosch: *“Sie kann mit jedem Waschprogramm kurzen Prozess machen”*, если переводить дословно на русский следующее выражение: «kurzen Prozess machen», то мы получим: «сделать маленький процесс», эквивалент же звучит по-другому: «легко справится с чем-либо».

«Аллюзия – стилистическая фигура, намек посредством сходно звучащего слова или упоминания общеизвестного реального факта, исторического события, литературного произведения» [4]. Создатели рекламных текстов могут использовать прямое или скрытое цитирование из фрагментов текстов известных фильмов, книг, песен и т.д. Поэтому при переводе аллюзий переводчику необходимо работать с поиском информации для того, чтобы хорошо понять контекст. Так, например, одна из популярных в Германии реклама банковских вкладов гласит «Чем дольше зреет, тем слаще будет, как гласит одна популярная в Германии реклама срочных банковских вкладов», где скрытой цитатой является текст рекламы *“Die besten Früchte reifen am längsten”*.

Перевод – это всегда сложный процесс, требующий профессиональных знаний родного языка и языка перевода. Для того чтобы создать текст, максимально приближенный к оригиналу, переводчику необходимо работать с огромным количеством информации, вычлнять из нее самое главное. Еще сложнее дело обстоит с переводом рекламы, так как в этом случае переводчику необходимо существовать в двух культурах одновременно, знать все ее тонкости и особенности, чтобы правильно интерпретировать посыл автора оригинала. Поэтому иногда рекламу, состоящую из двух предложений, можно переводить целую неделю, чтобы получить адекватный перевод, несущий в себе все лексические особенности оригинала.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. Учеб. пособие для студ филол. и лингв, фак. высш. учеб. заведений . М. : 2004. – 352 с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник.– 4-е изд., стер. . М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К.» 2020. – 326 с.
3. Бернадская Ю.С. Основы рекламы. Учебник . М. : 2005. – 281 с.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования // Лингвистическое наследие XXI века. 2006. – 144 с.
5. Горбунова С.Ю. Репрезентация представлений о целом и части в текстах немецкой социальной рекламы // Казанский вестник молодых ученых. 2018. С. 112.
6. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций // Петербургское Востоковедение. 2001. № 2. С. 51.
7. Словарь литературоведческих терминов, Белокурова С.П., 2005. URL: <https://rus-literary-criticism.slovaronline.com/> (дата обращения: 10.10.2022).
8. Толковый словарь русского языка, Ефремова Т.Ф., 2000. URL: <https://gufo.me/dict/efremova> (дата обращения: 10.10.2022).
9. Толковый словарь русского языка, Ожегов С.И., 1992. URL: <https://ozhegov.slovaronline.com/> (дата обращения: 10.10.2022).
10. Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста // Петерб. ин-т печати. 2003. С. 225.

Хаустова Алиса Владимировна, студент, Вятский государственный университет
Khaustova Alisa Vladimirovna, student of Vyatka State University

Ситникова Вера Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и методики обучения иностранным языкам, Вятский государственный университет

Sitnikova Vera Alexandrovna, candidate of philological sciences, associate professor of the department of Foreign Languages and Methods of Teaching Foreign Languages, Vyatka State University

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

PECULIARITIES OF TRANSLATING ADVERTISING SLOGANS (BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH AND FRENCH LANGUAGES)

Аннотация. Статья посвящена изучению характерных особенностей перевода рекламных слоганов на материале английского и французского языков. В основу исследования лёг сопоставительный анализ оригинальных слоганов международных компаний и их франкоязычных аналогов. В результате были описаны основные особенности и приёмы трансформаций при переводе рекламных слоганов с примерами.

Abstract. The article is devoted to the study of the essential features of the translation of advertising slogans by the material of the English and French languages. The study was based on a comparative analysis of the original slogans of international companies and their French analogues. As a result, the main transformation techniques in translation of advertising slogans were described with examples.

Ключевые слова: рекламный текст, слоган, перевод текста, особенности перевода, переводческие трансформации.

Key words: advertising text, slogan, translation of the text, translation peculiarities, transformations.

В современных экономических условиях реклама стала многоликим явлением, затрагивающим абсолютное большинство социально-экономических сфер и оказывающим влияние на стиль нашей жизни. Главная цель рекламы заключается в привлечении потенциальных потребителей с помощью различных художественных, технических, психологических и лингвистических приемов для формирования и стимулирования спроса и продаж. Одним из ключевых инструментов реализации данной цели является рекламный текст, призванный захватить внимание целевой аудитории и убедить её в необходимости приобретения того или иного товара.

Появление крупных международных компаний и их желание продвигать свой товар на внешних рынках привело к необходимости перевода рекламных текстов на язык иностранного потребителя и адаптации его содержания к культурным реалиям другой страны. При переводе рекламных текстов важно учитывать традиционные, национальные и социальные особенности, стереотипы поведения конкретной аудитории, с чем связано частое использование переводчиками различных языковых приёмов.

В связи с этим научный интерес представляет выявление особенностей перевода рекламных текстов, а именно слоганов, на материале английского и французского языков, что и определило цель нашего исследования.

Материалом исследования послужили 120 рекламных слоганов, полученных методом сплошной выборки из прессы и интернет-ресурсов. Следует отметить, что из

всего многообразия рекламных текстов слоган был выбран нами неслучайно. Рекламный слоган, являясь неотъемлемой составляющей любой рекламы, ее идейным зерном, позволяет в краткой и экспрессивной форме выразить ключевую идею рекламной кампании и объяснить основное предложение. Краткое и афористичное высказывание помогает выделить товарный знак среди конкурентов и делает серию рекламных мероприятий целостной [6]. На сегодняшний день финансовый словарь определяет слоган как рекламный лозунг или девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную формулировку рекламной идеи [2].

Лингвистические особенности рекламного слогана в большинстве своём схожи с характеристиками любого рекламного текста. В данном контексте представляется необходимым упомянуть такое понятие, как информативность рекламного слогана. Слоган, сочетая в себе, как правило, четыре вида информации: эмоциональную, эстетическую, оперативную и когнитивную – выполняет свои коммуникативные и социальные функции [4]. Однако объём когнитивной и оперативной информации в слогане, как и в любом рекламном тексте, невелик, а может вообще отсутствовать. На передний план выходят эстетическая и эмоциональная составляющие. Так, оригинальный слоган известной шоколадной пасты Nutella «*Spread the happy!*» и его французская версия «*Chaque jour c'est du bonheur à tartine!*» явно не несут особой смысловой нагрузки и не сообщают нам никакую когнитивную информацию, однако вызывают у потребителя положительные эмоции и соответствующие позитивные ассоциации с брендом.

Следует отметить, что подавляющее количество слоганов являются краткими, афористичными и имеют простую синтаксическую структуру. Размер 90 % проанализированных нами слоганов не превышает 10 слов. Это связано с предъявляемым требованием к быстрой меморизации текста слогана, иными словами слоган должен быть запоминающимся. По этой же причине в слоганах преобладают элементарные предикативные конструкции и непредикативные синтаксические единицы: *Life Gets Bueno* (Kinder Bueno); *Zestfully clean!* (Zest).

Ещё одним важным свойством слогана является аттрактивность [5]. Для того, чтобы текст был привлекательным и захватывающим внимание покупателя, используются различные стилистические приёмы, фонетические и лексические средства выразительности, императивные конструкции и т.п. Слоган крупного производителя косметики Kenzo *The power of a flower* ярко демонстрирует умелое использование подобных «языковых трюков», что делает их бренд поистине запоминающимся и в то же время создаёт весьма серьёзные трудности для перевода. Очевидно, французские переводчики не смогли подобрать эквиваленты, чтобы передать исходный текст слогана и решили проблему, осуществив его полную замену: *Pour un monde plus beau*. По данным нашего исследования, полная замена слогана встречается довольно часто – в 15 % случаев.

Проблема невозможности перевода текста некоторых рекламных слоганов – весьма распространённое явление, появляющееся при попытке адаптации англоязычных слоганов во французском рекламном пространстве. Данная трудность обусловлена влиянием многих факторов: ключевым из которых является несоответствие социокультурным особенностям целевой аудитории. Иными словами, слоган должен быть адаптирован к культуре страны, так как копирование даже лучших иностранных слоганов может не вызвать тех же ассоциаций у носителей другого языка. К примеру, производитель косметики Herbal Essences во французской адаптации «*L'aphrodisiaque pour les cheveux*» слогана «*Superfood for hair*» произвёл лексическую замену существительного *Superfood* (*Суперпродукт*) на *L'aphrodisiaque* (*Возбуждающее средство*), руководствуясь особенностями французского менталитета (французы известны как одна из самых чувственных и страстных наций, в отличие от чопорных англичан).

Приведённые примеры в высшей степени свидетельствуют о том, что при переводе рекламных слоганов эквивалентность уходит на второй план. Основная цель состоит в том, чтобы донести желаемый эффект до потенциального покупателя. Данный факт объясняет наличие разнообразных форм адаптации слоганов к иноязычной среде, таких как: переводческие трансформации (66 %), полная замена слогана оригинала (15 %) или, наоборот, сохранение языка оригинала (19 %) (рисунок 1).



Рисунок 1 - Формы адаптации рекламных слоганов к иноязычной среде

Рассмотрим их применение в контексте перевода англоязычных текстов коммерческой рекламы. Вслед за В.Н. Комиссаровым мы подразделяем переводческие трансформации на три большие группы: лексические, грамматические, лексико-грамматические [3].

При переводе слоганов наиболее распространёнными оказались грамматические трансформации (27 %). Среди них стоит отдельно выделить:

1. Приём дословного перевода или синтаксического уподобления (7 %): *Sega, it's stronger than you!* – *Sega, c'est plus fort que toi!* (SEGA); *Open Happiness!* – *Ouvre du bonheur!* (Coca-Cola). Данные слоганы не требуют каких-либо языковых или культурных адаптаций, поэтому буквальный перевод допустим.

2. Приём перестановки (8 %). Перестановки — это изменение расположения (порядка следования) языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом подлинника [3]. Данный приём чаще всего используется для смещения акцентов в предложении или при подчинении порядка элементов предложения правилам иностранного языка (например, в английском предложении прилагательное стоит перед главным словом, а во французском – оно должно стоять после). Перестановка очень чётко прослеживается при сравнении английского и французского вариантов слогана авиакомпании Qatar Airways: *Worlds 5 Star Airline* – *Votre compagnie 5 étoiles*. Во французской версии по правилам языка словосочетание *5 étoiles* (пятизвёздочная) стоит после главного слова.

3. Грамматические замены (13 %) пользуются большой популярностью при переводе рекламных текстов. Замене подлежат формы слова, части речи, члены предложения и даже типы предложений. Показателен пример замены в слогане компании Electrolux *Thinking of you*. Во французской адаптации форма герундия была заменена на более употребимую и характерную для французского языка конструкцию с неопределённо-личным местоимением «on»: *On pense à vous*.

4. Приёмы объединения и членения не столь распространены при переводе слоганов. Очевидно, это объясняется тем, что слоганы в большинстве своём состоят из 1 предложения или словосочетания. Тем не менее, мы можем пронаблюдать операцию объединения двух предложений в одно, осложнённое однородными глаголами в повелительном наклонении на примере рекламы eBay: *Buy it. Sell it. – Achetez, vendez!*

Грамматические трансформации очень часто сочетаются с приёмами лексических трансформаций (22 %). Среди них при переводе слоганов наиболее важными являются различные замены и модуляция: *Twist. Lick. Dunk – Tournez. Goutez. Plongez.* (Oreo); *Inspire the Next. – Découvrez le futur* (Hitachi). Приём опущения также

активно применяется переводчиками. С этой точки зрения, интересна трансформация слогана Wikipedia, который в английском варианте звучит следующим образом: *Wikipedia, the Free Encyclopedia*. Очевидно, что слоган с целью усиления эффекта запоминания и привлечения внимания включает элемент рифмы, который при переводе на французский язык сохранить не удалось, поэтому слово *Wikipedia* – за неимением рифмующейся пары – было опущено: *L'encyclopédie libre*.

Лексико-грамматические трансформации при переводе слоганов встречаются нечасто (4 %). Наиболее используемым является антонимический перевод: *Without heart we would be mere machines* – *Alfa Romeo. Sans coeur, nous ne serions que des machines* (Alfa Romeo).

Как было отмечено нами ранее, при переводе одного слогана может быть использовано сразу несколько приёмов. В результате слоган изменяется до неузнаваемости и остаётся эквивалентным оригиналу только на уровне цели коммуникации. В данном случае речь идёт о корайтинге [1] или целостном преобразовании текста (23 %). Убедительной иллюстрацией данного приёма может послужить слоган производителя аккумуляторов Duracell *No battery is stronger longer* и его французский аналог *Elles durent vraiment plus longtemps*. Как мы видим, предложения различаются не только на лексическом уровне, но и на структурно-синтаксическом. Данные различия обусловлены спецификой каждого языка и желанием автора перевода достичь благозвучия на иностранном языке. При этом основная идея слогана, убеждающая покупателя в том, что батарейки данного производителя являются самыми долговечными, сохранена в обоих вариантах слогана. Это ещё раз подтверждает, что при переводе слоганов эквивалентность уходит на второй план.

Таким образом, при переводе рекламных слоганов происходит не просто перевод слов и словосочетаний, а осуществляется целая операция по пересозданию смыслов при помощи переводческих трансформаций. Выполняя перевод рекламного текста, важно учитывать не только стилистико-грамматические и социолингвистические особенности языка оригинала, но также ориентацию на потребителя и цель рекламного сообщения, которую владелец бренда хочет достигнуть с помощью рекламной кампании. Перевод рекламных текстов требует от переводчика знания тонкостей иностранного и родного языков, стилистических особенностей языка оригинала, а также психологии потребителя.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Агеева А.В., Абдуллина Л.Р. Лингвокультурная адаптация англоязычных слоганов во французском рекламном дискурсе // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2018. № 2. С. 11-15.
2. Благодатин А.А. Финансовый словарь . М. : Инфра-м, 2005. – 165 с.
3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. . М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Раренко М.Б. Перевод рекламных текстов: теория и практика // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 18. С. 296-306.
5. Свекла Т.П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияние на массовое сознание // Коммуникативные исследования. 2015. № 3 (5). С. 87-95.
6. Шидо К.В. Рекламный слоган как особый жанр английских рекламных текстов: автореферат дис ... канд. филол. наук // Саратов, 2002. – 22 с.

Цинь Мэн, аспирант кафедры общего и русского языкознания Гуманитарного института Новосибирского государственного университета

Qin Meng, Postgraduate student in the Department of General and Russian Linguistics of institute for human sciences, Novosibirsk State University

Берендеева Мария Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и русского языкознания Гуманитарного института, доцент кафедры истории, культуры и искусств Гуманитарного института, Новосибирский государственный университет

Berendeeva Maria Sergeevna, Candidate of Sciences(Philology), Associate Professor, Department of General and Russian Linguistics, Department of History, Culture and Arts, Novosibirsk State University

СТРУКТУРА КОНЦЕПТА ТРУД В РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА 1980-2000 ГГ. (НА ФОНЕ КИТАЙСКОЙ)

CONCEPT LABOUR STRUCTURE IN RUSSIAN PUBLICIST WORLDVIEW 1980-2000 (IN CHINESE BACKGROUND)

Аннотация. Статья посвящена исследованию структуры концепта ТРУД, отражающей публицистическую картину мира в языковом сознании носителя русского языка 1980-2000 гг. По своей структуре данный концепт является многоуровневым и отражает особенности менталитета носителя русского языка данного времени. Материалом послужила выборка из 500 контекстов публицистического подкорпуса «Национального корпуса русского языка» и 500 контекстов публицистического подкорпуса «Национального корпуса китайского языка ВСС» за период 1980-2000 гг. с вхождением в контекст репрезентантов концептов ТРУД / 劳动. На основе семантического и концептуального анализа концепта ТРУД / 劳动 определен ряд когнитивных признаков, репрезентированных лексическими средствами в контекстах публицистики 1980-2000 гг. и являющихся актуальными для структуры концепта ТРУД / 劳动 данного периода. В результате составлена структурная модель концепта ТРУД / 劳动 в русской и китайской языковых картинах мира 1980-2000 гг.

Abstract. The article is devoted to the study of the structural of the concept LABOUR, reflecting the journalistic worldview in the linguistic consciousness of native speakers of the Russian language in 1980-2000 years. The structure of this concept is a multilevel block, containing features and specifics of the mentality of Russian native speakers of the period. The material were 500 contexts of the journalistic subcorpus of the “National Corpus of the Russian language” and 500 contexts of the journalistic subcorpus of the “National Corpus of the Chinese language ВСС” for the period from 1980 to 2000, which included LABOUR / 劳动 concept representants. On the basis of the semantic and conceptual analysis of the concepts LABOUR / 劳动 a number of cognitive features, presented and fixed by lexical representatives in the contexts of publicity in 1980-2000, which are real for a structural component of the concepts LABOUR / 劳动 of this time, has been determined. As a result a structural model of the concepts LABOUR / 劳动 in the Russian and Chinese language worldviews 1980-2000 was made.

Ключевые слова: концепт, структура концепта ТРУД / 劳动, когнитивные признаки, языковая картина мира.

Key words: concept, concepts LABOUR / 劳动 structure, cognitive features, linguistic worldview.

Введение

Труд является одним из наиболее важных видов человеческой деятельности, именно труд способствовал прогрессу и историческому развитию общества, что делает концепт ТРУД одной из важнейших констант культуры. Концепт ТРУД/ 劳动 представляет собой ментально-когнитивное образование, включающее совокупность представлений об определённом фрагменте действительности, структурирующее в своём пространстве разнородные когнитивные элементы, связанные с одной референтной областью действительности, отражающие этнические особенности, поэтому любые значимые изменения внешней ситуации – экономического, социального или культурно-исторического характера – отражаются в его структуре и способствуют формированию новых блоков содержания концепта и новых когнитивных признаков.

Объектом данного исследования служит лексическая репрезентация концепта ТРУД / 劳动 в контекстах русского публицистического дискурса, включающих ключевые репрезентанты концепта ТРУД / 劳动 - лексемы *труд, работа, дело* и их дериваты.

Предмет анализа – когнитивные признаки концепта ТРУД / 劳动, составляющие его содержательную структуру в русской и китайской языковых картинах мира периода 1980-2000 гг. **Цель** – разработать структурные модели концептов ТРУД / 劳动, выявить специфику русского концепта ТРУД путем сопоставления получившихся моделей концептов в русской и китайской картинах мира.

Материалы и методы. Материалом для исследования послужили 1000 публицистических контекстов русского и китайского языков за период 1980-2000 гг., отобранные методом сплошной выборки из «Национального корпуса русского языка» (www.ruscorpora.ru) и «Национального корпуса китайского языка ВСС» (<http://bcc.blcu.edu.cn>).

Актуальность и новизна данного исследования обусловлена тем, что изучение ключевых концептов культуры на различном материале в синхронном и диахронном аспектах является активно развивающимся направлением современной лингвокультурологии, многие работы посвящены концепту ТРУД [Ганапольская 1995; Токарев 2003; Жуков 2004; Островская 2005; Банкова 2007; Мукатдесова 2012; Кочемасова 2012; Габоева 2014], но до настоящего времени в лингвистике нет достаточного количества работ, посвященных изучению структуры концепта ТРУД на материале публицистических контекстов за период 1980-2000 гг., а также сопоставительному изучению концептов ТРУД и 劳动.

Результаты

На основе сравнительного анализа русских и китайских публицистических контекстов за период 1980-2000 гг., характеризующих концепт ТРУД / 劳动, выделение когнитивных признаков производилось по принципу объединения контекстов, в которых вербально эксплицирован какой-то смысловой компонент через сочетаемость лексем-репрезентантов концепта ТРУД в контексте. Частота репрезентации конкретного признака в выборке контекстов позволяет отнести признак к ядерной или периферийной зоне концепта: так, признаки, репрезентированные минимум в 15 % контекстов, относятся к ядру концепта, признаки, частота репрезентации которых составляет 5-15 %, - к ближней периферии, признаки, встречающиеся редко (менее 5 % контекстов), - к дальней периферии. В таблице 1 приводится модель концептов ТРУД / 劳动 с указанием ядерных и периферийных признаков и частоты их репрезентации.

Таблица 1 – Концептуальные признаки концептов ТРУД / 劳动

Концепт	ТРУД / 劳动		
Концептуальные признаки			
Ядро и Периферия	Ядро (больше 15 %)	Ближняя периферия (5-15 %)	Дальняя периферия (меньше 5 %)
Русская картина мира	<ol style="list-style-type: none"> 1) несправедливость при распределении результатов труда 2) потеря чувства благополучия в труде 3) акцент на трудовую дисциплину и контроль над трудом 	<ol style="list-style-type: none"> 1) низкая эффективность и производительность труда 2) массовая безработица 3) глубокий кризис в сфере трудовой деятельности 4) ослабевание материальной заинтересованности и стимулов трудящихся 5) дискриминация трудящихся по половому признаку 	<ol style="list-style-type: none"> 1) паразитический образ жизни трудящихся 2) привилегированное положение некоторых работников 3) невысокая трудовая активность
Китайская картина мира	<ol style="list-style-type: none"> 1) стремление к деньгам как единственный окончательный результат труда 2) утрата стабильности 	<ol style="list-style-type: none"> 1) человеческие связи как эффективный способ трудоустройства 2) свобода при выборе профессии 3) дискриминация труда на базовом уровне 4) акцент на конкуренции и трудоспособности 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ценность образования и знаний трудящихся 2) главенство коллектива над личностью 3) внимание трудящихся к науке и технике

Заключение

Таким образом, изучение публицистической картины мира через посредство описания семантики слов-репрезентантов позволяет смоделировать национально-специфическую характеристику менталитета носителя русского и китайского языков. На основе сопоставления можно сделать следующие выводы о структуре концепта ТРУД в публицистической картине мира 1980-2000 (в сопоставлении со структурой концепта 劳动): эмоциональная составляющая концептов различается, так, все когнитивные признаки русского концепта ТРУД связаны с негативным осмыслением труда и с реакцией на изменения рынка труда (*потеря благополучия, несправедливость, кризис, безработица, дискриминация* и т. п.). Негативная окраска присуща и китайскому концепту 劳动, но в меньшей степени, так как в его структуре есть и положительно окрашенный полюс, связанный с ценностью свободы, знаний и научного прогресса. В структуре концептов ТРУД и 劳动 изучаемого периода прослеживаются также элементы сходства: в обеих картинах мира наблюдается разрушение идеологизированного представления о труде, сформированного в социалистическом государстве (в большей степени в русской картине мира, так как в китайской на периферии есть признак *главенство коллектива над личностью*); в обеих картинах мира есть представление о потере стабильности и благополучия, а также признак *дискриминация трудящихся* и негативное представление о роли личных связей при трудоустройстве. Различия связаны также с тем, что в русской картине мира существует более явное представление о кризисе на рынке труда, за счет чего концепт ТРУД не имеет положительной эмоциональной составляющей; в структуре концептов просматривается также разное отношение к деньгам как к стимулу труда и разное представление о степени активности трудящихся, связанное с особенностями внешней экономической ситуации рассматриваемого периода в России и в Китае.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Банкова Л.Л. Вербализация концепта “труд” в британском варианте английского языка. Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Нижний Новгород, 2007. – 22 с.
2. Гананольская Е.В. Фразеосемантическое поле “ТРУД” в русском языке (в сопоставлении с английским). Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Санкт-Петербург, 1995. – 16 с.
3. Габоева З.М. Концептуализация трудовой деятельности человека в разных лингвокультурах. Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Нальчик, 2014. – 22 с.
4. Жуков К.А. Языковое воплощение концепта “Труд” в пословичной картине мира: На материале русской и английской паремиологии. Автореферат дис. ... доктора. филол. наук // Великий Новгород, 2004. – 28 с.
5. Кочемасова Д.Р. Языковая репрезентация концепта “труд” в паремиологических единицах английского и немецкого языков. Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Чебоксары, 2012. – 24 с.
6. Мукатдесова Ч.Р. Концепт “труд” в татарском и немецком языках: на материале пословиц и поговорок. Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Казань, 2012. – 27 с.
7. НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: Режим доступа: www.ruscorgo.ru (дата обращения: 20.09.2022).
8. Островская, Т.А. Концепт “труд” в русской и американской лингвокультурах. Автореф. дис. ...канд. филол. наук // Краснодар, 2005. – 22 с.
9. Токарев Г.В. Теоретические проблемы вербализации концепта “труд” в русском языке. Автореферат дис. ... док. филол. наук // Волгоград, 2003. – 48 с.
10. BCC 语料库 (Корпус китайского языка BCC). URL: <http://bcc.blcu.edu.cn> (дата обращения: 20.09.2022).

УДК 81-2

Четвериков Леонид Алексеевич, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Chetverikov Leonid Alekseevich, 1st year student, Komsomolsk-on-Amur State University
Васильченко Александра Владимировна, кандидат культурологии, доцент кафедры «История и культурология», Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Vasilchenko Alexandra Vladimirovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-na-Amure State University

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

FEATURES OF THE LANGUAGE OF ADVERTISING TEXTS

Аннотация. Основной целью работы является исследование особенностей языка рекламных текстов. Рассмотрены некоторые приемы создания удачного рекламного слогана: цитация, аллюзия, метафора, каламбур, повтор. Отмечено, что особенности рекламных текстов, такие, как эмоциональность, экспрессивность, образность, оригинальность используются для привлечения внимания потребителей, создания в их сознании положительного образа рекламируемого продукта, а также для успешного продвижения товаров и услуг на рынке, формирования их конкурентоспособности.

Abstract. The main purpose of the work is to study features of the language of advertising texts. Some techniques of creating a successful advertising slogan are considered: quotation, allusion, metaphor, pun, repetition. It is noted that the features of advertising texts, such as emotionality, expressiveness, imagery, originality are used to attract the attention of consum-

ers, create a positive image of the advertised product in their minds, as well as for the successful promotion of goods and services on the market, the formation of their competitiveness.

Ключевые слова: язык, реклама, текст, слоган, цитация, аллюзия, каламбур, метафора, повтор.

Key words: language, advertising, text, slogan, quotation, allusion, pun, metaphor, repetition.

В настоящее время активно расширяется коммуникативное пространство общества, развиваются медийные практики, брендинг и реклама. Появляются новые рекламные технологии, связанные с формированием успешного позиционирования товаров, услуг, компаний и т.п. Следует подчеркнуть, что реклама стала неотъемлемым элементом жизни современного человека, она присутствует везде: на страницах периодической печати, на телевизионных экранах, в лифтах, на различных сайтах, в социальных сетях, на баннерах и даже в отзывах потребителей. Особую актуальность имеет исследование **языка** рекламных текстов, т.к. он представляет собой важный и необходимый структурный компонент рекламного продукта, а также обладает своими исключительными особенностями [1].

Цель работы – исследовать стилистические и структурные особенности языка рекламных текстов.

Рекламные тексты относятся к публицистическому стилю речи и, в связи с этим, имеют особенности данного стиля, такие как эмоциональность, экспрессивность, общедоступность, нацеленность на массовое восприятие.

Язык рекламных текстов имеет также и свои речевые особенности, при помощи которых передается смысл высказывания. Необходимо отметить, что мысль можно излагать различными речевыми способами, например, по-разному построить композицию рекламного текста, по-разному расположить слова в предложении и т.д. [4].

Рекламный текст должен быть изложен доступным языком, чтобы облегчить людям его прочтение и понимание. Например, особенно трудные для восприятия слова иностранного происхождения желательно заменять отечественными аналогами. Например, слово *доминировать* можно заменить словами *преобладать*, *господствовать*; *эсклюзивный* можно заменить словами *исключительный*, *неповторимый*; *конвертировать* - словом *преобразовывать* и т.п.

В рекламных текстах для привлечения внимания людей используются предложения, состоящие из нескольких словосочетаний. Первое словосочетание, как правило, дает название рекламируемому товару, а следующие за ним кратко характеризуют сам товар или услуги продавца. Приведем пример рекламного текста.

Сельскохозяйственная ферма «Дары Поволжья» предлагает экологически чистую продукцию высшего качества: мясо, молочные продукты, полуфабрикаты; постоянным клиентам предоставляем скидки; реализуем доставку по всему региону. Телефон: 99-99-99.

В данном тексте содержится необходимая информация о продукции, однако, главная цель рекламного текста заключается в привлечении внимания потребителей, создания у них положительных эмоций, а также воздействии на чувства и ощущения покупателей при помощи эмоционально окрашенных слов и выражений. Поэтому, представляется целесообразным этот рекламный текст для достижения большей эффективности переделать следующим образом.

Соскучились по вкусной домашней еде и свежему мясу? Хотите попробовать натуральные молочные и мясные продукты как в деревне у бабушки? Сельскохозяйственная ферма «Дары Поволжья» доставит экологически чистую продукцию непревзойденного качества и вкуса прямо к вашему дому! Постоянные покупатели получают приятные бонусы. Просто позвоните по номеру 99-99-99 для уточнения подробной информации.

Язык рекламы должен соответствовать следующим требованиям:

- 1) быть кратким и понятным;
- 2) быть необычным и запоминающимся;
- 3) быть эмоциональным и образным;
- 4) учитывать потребности и желания клиентов, т.е. быть в тренде.

Наиболее сильным для восприятия информации рекламного текста является слоган, представляющий собой короткие фразы. Слоган присутствует во всех рекламных произведениях, так же как товарный знак и логотип. Часто именно благодаря слогану можно привлечь внимание потребителей и вызвать к нему интерес [2].

Чтобы разработать удачный слоган, необходимо применять ряд приемов. Назовем некоторые из них.

1. Использование в языке рекламы цитаций или аллюзий. Цитации и аллюзии схожи между собой, они призваны чаще всего для узнавания продукта. Цитация – это популярная фраза или строка из какой-либо песни, фильма или книги. Аллюзия представляет собой общеизвестное высказывание из истории, литературы, философии и даже из обычной повседневной жизни. Приведем примеры цитаций и аллюзий.

- *Просим к столу!*
- *Как стать звездой!*
- *Накорми меня по-французски!*
- *Что тебе подарить?*
- *Как прекрасен этот мир!*
- *Брать или не брать – вот в чем вопрос!*

2. Употребление метафор. Данный прием дает возможность создать краткий девиз с элементом незаконченности. Именно незаконченность создает интригу и привлекает внимание покупателей, которые должны как бы сами додуматься, о чем идет речь. Использование метафор позволяет добиться красочности, образности и экспрессивности рекламного текста. Метафора должна формировать положительные эмоции, связанные с восприятием того или иного рекламируемого продукта [6]. Основная цель использования метафоры в рекламном тексте заключается в создании оригинального, уникального, запоминающегося образа рекламируемого продукта и привнесении элемента субъективности в текст. Приведем примеры удачных, на наш взгляд, метафор, используемых в рекламных текстах:

- *апельсиновый заряд;*
- *аромат жизни;*
- *движение к лучшему;*
- *радуга фруктовых ароматов;*
- *магия цвета;*
- *вкус желаний;*
- *море блаженства для тебя;*
- *на волне удовольствия;*
- *сияние кожи здоровьем;*
- *шаг к вечному двигателю;*
- *гармония цены и качества;*
- *солнечный удар по ценам;*
- *чай со вкусом лета;*
- *твоя пристань в океане мебели;*
- *золотой источник вкуса* и т.п.

Метафора так же в своем выражении может иметь элемент убеждения и навязывания. Реклама навязывает покупателю товар при помощи создания положительного образа продукта и при помощи фраз, побуждающих к тем или иным действиям. Приведем примеры.

- *Давайте быть вместе на волне успеха!*
- *Только улыбайся!*
- *Разбуди вулкан удачи!*
- *Почувствуй силу цвета!*
- *Вдохните жизнь в ваши ноги!*

3. Создание каламбура. В основном при помощи создания каламбура обыгрывается название товаров или его качеств и характеристик. Благодаря этому приему создаются слоганы с двойным значением [3]. Например, «*Человек на семьдесят процентов состоит из воды. Фильтруешь?*» (реклама фильтров Instapure).

Слово *фильтруешь* употребляется в данном контексте в двух смыслах: 1) использование фильтра – прямое значение 2) *соображаешь* – сленговое значение. В представленном примере при помощи каламбура достигается причинно-следственная связь между этими значениями: если *соображаешь*, то будешь использовать фильтр для здоровья.

Фраза «*Хорошие хозяйки любят “Лоск”*» (реклама стирального порошка *Лоск*) также имеет двойное значение благодаря слову *лоск*. Основное значение этого слова – блестящий вид гладкой поверхности, блестящий внешний вид. Также *Лоск* – это название стирального порошка. В этом примере при помощи каламбура достигается следующая причинно-следственная связь: если хочешь иметь блестящий внешний вид, используй стиральный порошок под названием *Лоск*. Использование каламбура должно быть оправдано, каламбурная фраза обязательно должна содержать в себе слово, обозначающее рекламируемый предмет. Например, «*Чтобы быть в тонусе, надо, чтобы “Тонус” был в тебе*». В данном примере рекламируется сок под названием *Тонус* и обыгрывается при помощи создания каламбура. Необходимо, чтобы игра слов была адекватно осмыслена потребителями. Они должны рекламу сока *Тонус* прочитать и понять следующим образом: для достижения активности организма, необходимо употреблять полезный сок.

4. Использование повторов. Повторы усиливают воздействие рекламного текста на сознание потребителя, создают определенный эмоциональный фон и способствуют лучшему запоминанию информации. В рекламных фразах чаще всего используют лексические повторы [5]. Приведем примеры повторов, используемых в рекламных текстах.

- *Ваши здоровые ноги – это ваше лицо.*
- *Улыбка меняет жизнь, а мы меняем улыбки.*
- *Не просто чисто – безусловно чисто.*
- *Ваши деньги – это бумага, наши бумаги – это ваши деньги.*

Таким образом, специфические особенности рекламных текстов, такие как *эмоциональность, образность, оригинальность* должны способствовать привлечению внимания потребителей, помогать продвижению товаров и услуг на рынке, их конкурентоспособности. *Экспрессивность* рекламных текстов нацелена на то, чтобы привлечь внимание покупателя, убедить его в приобретении товара и побудить к соответствующему действию. Такие приемы, как цитация, аллюзия, метафора, каламбур, повтор способствуют созданию положительного запоминающегося образа рекламируемого товара в сознании потребителей, формированию у них положительных эмоций при его восприятии.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- 1 Беяева М. А., Самкова В. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов. Урал. гос. пед. ун-т // Екатеринбург, 2016. – 184 с.
- 2 Гордеева, Н. В. Основы создания хорошего текста в рекламе // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. 2017. № 2. С. 1.
- 3 Каламбур в рекламном тексте. URL: <https://www.freepapers.ru/99/kalambur-v-reklamnom-tekste/198980.1201313.list2.html> (дата обращения 23.10.2022).
- 4 Каплан В. А., Никитина В. С., Сахно А. С. Язык рекламы // Юный ученый. 2020. № 5 (35). С. 1-3. URL: <https://moluch.ru/young/archive/35/2036/> (дата обращения: 23.10.2022).
- 5 Матвеева, Е. В. Лексический повтор в рекламном тексте: особенности использования, стилистические возможности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskiy-povtor-v-reklamnom-tekste-osobennosti-ispolzovaniya-stilisticheskie-vozmozhnosti/viewer> (дата обращения 23.10.2022).
- 6 Что такое рекламный текст? URL: <https://www.gd.ru/articles/11007-reklamnyy-tekst-primery> (дата обращения 23.10.2022).

РАЗДЕЛ 2

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

УДК 338.48

Антонова Ксения Николаевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Antonova Ksenia Nikolaevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Попова Карина Владимировна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Popova Karina Vladimirovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Кудрякова Надежда Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kudryakova Nadezhda Valerievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING PRICING IN TOURISM ACTIVITIES

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию особенностей ценообразования в туризме, а также основных направлений совершенствования ценообразования в туристической деятельности. Ценообразование выступает ведущим фактором маркетинга компании, вместе с введением новой продукции, сегментацией рынка, издержками продаж. Цена – главный компонент совокупности маркетинга. Собственно, именно от ценовой политики в итоговом результате зависят полученные коммерческие показатели, а верно выбранная ценовая политика, оказывает долговременное и конечное влияние, как на конкурентоспособность туристских продуктов, так и на работу самого предприятия.

Abstract. This work is devoted to the study of the peculiarities of pricing in tourism. Pricing is the important factor in the company's marketing, along with the introduction of new products, market segmentation, and auctions costs. Price is the chief component of the advertising combination. Essentially, the resulting commercial indicators depend on the pricing rule in the final result, and the correctly selected pricing policy has a long-term and final impact both on the competitiveness of tourist products and on the work of the initiative itself

Ключевые слова: туризм, ценообразование, маркетинг, сегмент рынка, конкурентоспособность, цена, ценовая политика, туристский продукт, ценовая стратегия, цена.

Key words: tourism, pricing, marketing, market segment, competitiveness, price, pricing policy, tourist product, pricing strategy, price.

Цена всегда была ведущим фактором в выборе покупателя. Фиксация некой цены на товар выступает для дальнейших продаж и получения прибыли. Особо важно установить цену так, чтобы она не казалась слишком высокой или же наоборот – низкой.

Достижение положительных результатов туристической фирмы в процессе работы на рынке туристских услуг в большей мере зависит от формирования общего благоприятного представления о своих услугах среди потребителей. Организация и развитие данного представления является одной из самых главных задач и выступает как процесс формирования цен на свои услуги. Отношение потребителей к туристским

услугам на рынке определяется по предыдущему опыту, отзывам от клиентов о туристической фирме и ее услугах, первое впечатление о компетентности персонала – всё это формирует в сознании потребителя представление о туристском предприятии.

На сегодняшний день туристические компании имеют такую возможность как производство широкого ассортимента своих услуг. Здесь выступает не только формирование туристической путевки различных направлений отдыха, а также организация дополнительных услуг, а именно, помощь в оформлении визы, авиа и железнодорожных билетов, индивидуального трансфера, различного вида страхования и так далее, за это, конечно же, берётся дополнительная плата. Это является неким аспектом в процессе ценообразования туристского предприятия. И, конечно же, почти каждое туристское предприятие стремится оказать свои дополнительные услуги наиболее высокому количеству потребителей.

Рассмотрим, что же представляет собой процесс ценообразования, какие факторы оказывают влияние на процесс формирования цены на туристский продукт, а также основные направления совершенствования политики ценообразования в туристской деятельности.

Ценообразование является довольно сложным процессом, так как при формировании конкурентно способной цены на свои услуги, предприятию необходимо учитывать ряд факторов, а именно внешние и внутренние. Внутренние факторы представляют собой производственный потенциал, имидж организации, систему управления, финансовую сторону, уровень конкуренции среди других предприятий той же сферы деятельности. Внешние: оказывают влияние политическая обстановка в стране, общий уровень инфляции, уровень спроса потребителей на туристские услуги, внешняя экономика государства.

При формировании цены на свой продукт предприятия в сфере туризма учитывают весьма специфические факторы, а именно:

- а) уровень спроса на туристские услуги эластичен по отношению уровню дохода потребителей;
- б) услуги, оказываемые, туристической фирмой находятся под влиянием сезонности;
- в) процесс организации туристских услуг имеет потребность в привлечении посредников;
- г) туристские услуги связаны с определенной местностью, то есть, дестинацией.

Процесс разработки и формирования ценообразования предприятия в сфере туризма имеет особую сложность в том, что руководству организации необходимо определить и установить наиболее подходящую цену на свой продукт, так как он имеет такое свойство как неосязаемость, а это значит, что его нельзя потрогать, попробовать и так далее.

В сфере услуг, в данном случае у туристского предприятия, не всегда есть возможность точно оценить реальную себестоимость своей услуги, которую оно предоставляет. Всё это вызвано тем, что предприятие имеет трудности в оценке издержек на оказание единицы своей услуги.

Максимальную долю себестоимости формируют нематериальные расходы, здесь часто бывает не особо ясно, что стоит в первую очередь определять за начальную точку расчета цены. В конечном счете, получается так, что слишком низкая цена может привести к недополученной прибыли и нарушить финансовую стабильность. Высокая цена, наоборот, может снизить количество потенциальных потребителей и уменьшить эффективность деятельности туристского предприятия.

Для того чтобы правильно определить ценовую политику и стратегию для своего предприятия, следует учитывать то, на какой продукт формируется и устанавливается цена, это может быть новый продукт или же продукт сформировавшегося рынка сбыта.

Уровень новизны продукта на стадии ценообразования играет немаловажную роль, потому как способы определения цены на новые, уникальные туристские услуги является не особо простым процессом. И это действительно так, у новейших и уникальных продуктов существуют более широкие и менее четкие границы для сравнения их с другими туристскими продуктами. Кроме этого, в некоторых случаях это невозможно, так как здесь отсутствуют аналогичные продукты. Данная ситуация чаще всего приводит к гибким подходам при формировании цены.

Чтобы продвижение туристского продукта на рынок было успешным, можно применять несколько стратегий ценового образования. Самыми распространёнными стратегиями в области ценообразования являются: стратегия «снятия сливок» и внедрение на рынок.

Для того, чтобы сделать правильный выбор какую лучше всего стратегию использовать, в первую очередь следует учитывать характеристику и степень новизны туристского продукта.

Политика формирования цен в туристской деятельности опирается на стратегии сбыта туристского продукта. Ссылаясь на стратегии, принципы деятельности туристского предприятия по установлению цен, могут быть различными. Политика цен разрабатывается на долгое время, но также имеет свойство приспосабливаться к изменениям условий рынка. Самым целесообразным направлением будет являться использование гибкого подхода, так как он позволит добиться поставленных целей наиболее эффективно на этапе долгосрочной стратегии развития.

В заключении следует подчеркнуть, что весь процесс ценообразования с туристской деятельности нуждается в совершенствовании, так как существует значительное несоответствие между ценой на туристский продукт и степенью удовлетворенности потребителей. В таком случае, следует совершенствовать материальную базу туристского предприятия, повышать коммерческие характеристики туристского продукта. Самым важным здесь стоит отметить то, что цена на туристский продукт должна адекватно отражать содержание самого продукта.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Слепов В. А., Николаева Т. Е. [и др.] Ценообразование: учебное пособие / под ред. В.А. Слепова ; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 144 с.

2. Ямпольская, Д.О. Ценообразование, методы и стратегии разработки ценовой политики: учебник для вузов. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 193 с.

3. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие . М. : Юрайт-Издат, 2004. – 332 с.

4. Голлай И.Н. Эволюция подходов к ценообразованию и их влияние на уровень конкурентоспособности товара (услуги) // Управление инвестициями и инновациями. 2017. № 2. С. 54–58.

5. Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия (метод. пособие) . М. : ИНФРА-М, 1995. – 224 с.

6. Бубнова Т.В. Анализ факторов, влияющих на ценообразование товара // Синергия Наук. 2017. № 14. С. 137-143.

7. Тюрин С.Б. Особенности ценностного подхода к ценообразованию // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-13 (24). С. 135-137.

Багаева Алена Сергеевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Bagaeva Alyona Sergeevna, student, Komsomolsk-na-Amure State University

Кириченко Любовь Павловна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kirichenko Lyubov Pavlovna, candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ

SOCIAL PROBLEMS OF THE FORMATION OF MARKET RELATIONS IN RUSSIA

Аннотация. Данная работа посвящена социальным проблемам становления рыночных отношений в современной Российской Федерации. В статье отображены цели развития, основные задачи и приоритеты развития социально-рыночной экономики России. Определена взаимосвязь государства и рыночной экономики, влияние власти на социальное благосостояние граждан и на развитие экономики в целом. Изучены хронологические данные, касаемо данной проблематики и сделаны соответствующие выводы с дальнейшими перспективами развития данной темы.

Abstract. This work is devoted to the social problems of the formation of market relations in the modern Russian Federation. The article reflects the development goals, the main tasks and priorities of the development of the socio-market economy of Russia. The interrelation of the state and the market economy, the influence of the government on the social welfare of citizens and on the development of the economy as a whole is determined. Chronological data concerning this problem have been studied and relevant conclusions have been drawn with further prospects for the development of this topic.

Ключевые слова: экономика, государство, Российская Федерация, социальные проблемы, политика, благосостояние, граждане, СССР.

Key words: economy, state, Russian Federation, social problems, politics, welfare, citizens, USSR.

Основополагающие цели развития социальной работы в эпоху современного российского общества XXI века и всего государства Российской Федерации в наибольшей степени взаимодействуют с таким научным термином как социально-рыночная экономика.

Центром рыночной экономики является сама экономическая система в целом, важнейшая цель и задача которой заключается в перспективе роста производства и прибыли. Выполняя поставленную цель одновременно с этим, рыночная экономика исключает многие социальные проблемы, такие как:

- снижение уровня безработицы, путем предоставления трудовой занятости на предприятиях

- расширение кадрового состава и повышение производства,
- финансовые выплаты за проделанный труд, именуемые заработной платой,
- развитие и осваивание новых сегментов рынка,
- реклама и продвижение выпускаемой продукции,
- привлечение инвестиций и т. д.

Тем не менее, важно отметить один негативный факт, что любая рыночная экономика базируется на соперничестве и конкуренции, поэтому ей, к сожалению, нет особого дела до социального равенства и справедливости.

Решением данной проблемы в первую очередь занимается государство Российской Федерации путем прямого воздействия на всю экономику в целом путем переучета производимых полезных благ, внедрением законодательной налоговой политики, предоставление грантов, поддержка стартапов, проведение модернизаций и внедрение инновационных технологий, поддержка молодых семей (выплаты материнского капитала и предоставление губернаторских выплат с ежегодным повышением индексаций и др.), предоставление льготных ипотечных систем по развитию отдаленных территорий страны, приоритетный акцент на пенсионные реформы, предоставление пособий, защита граждан и их собственности и т. д.

Таким образом, государство выступает в роли голоса и воли своих граждан, направляя экономику к интересам и желаниям народа России, тем самым формирует в экономике важный статус в виде социально-рыночного.

Следуя данной стратегии, как следствие, при направлении политики в сторону социального благосостояния людей, живущих в данном государстве, пропорционально снижается уровень эффективности развития и продвижения экономики.

В качестве наглядного примера данной ситуации можно привести внедрение аудиовизуальной сигнализации на дороге для пешеходов, а также внедрение инновационных специализированных модульных подъемников для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата в Москве и Санкт-Петербурге.

Отсюда следует вывод, что перспективно приоритетной целью социально-рыночной экономики служит социальное равенство против повышения и развития глобальной экономики.

При данных действиях все имеющиеся ресурсы государства направлены на социальную гармонию и благополучие живущих в России граждан.

Обращаясь к истории нашего государства, следует отметить, что до конца 1991 года социальное благосостояние граждан СССР придерживалось тактики «консервации», то есть уровень развития социальной справедливости за все существование советского союза фиксировался на примерно одном уровне.

С момента новейшей истории России у действующей власти пришло осознание того, что социальные процессы довольно пластичны и ими возможно управлять, направляя динамику развития в положительную сторону.

Немаловажен и тот факт, что ранее понятие социальной работы сравнивалось больше с термином благотворительности. Таким крупным именитым организациям как «Фонд Подари Жизнь», «Фонд продовольствия Русь», «Русфонд», «WorldVita», «Благотворительный фонд Константина Хабенского», «Президентский фонд» и т. д. в период начала 2000-х гг. государство предоставляло ограниченные полномочия в социальной сфере жизни.

В последующем в ответ со стороны населения возникла крупная социальная поддержка и взаимопомощь, формируя тем самым еще большее число равнодушных очевидным социальным проблемам страны, тем самым зарождая развитие социальной политики современного времени.

Однако, в сравнении масштабов воздействия на социально-рыночную экономику частных организаций и государства, очевиден тот факт, что государство имеет меньшее физические ограничения, тем самым получая право главенства по перераспределению и накоплению общественных средств на нужды своих граждан.

Основной источник восполнения необходимых средств для развития социально-рыночной экономики – это налоги с трудоспособных слоев населения. При их использовании государство следует чувствительному балансу, поскольку их снижение может вызвать низкий уровень и спад социального благополучия, в тоже время их повышение приведет к недовольству работающих граждан, вызвав тем самым длительный простой и спад капиталов.

В тоже время, помимо налогообложения, государство обладает рядом других инструментов воздействия для реализации целей социально-рыночной экономики, путем стимулирования в виде предоставления льгот и субсидий, как для населения, так и для частных организаций с выгодной перспективой для каждой из сторон.

Таким образом, государство формирует необходимые комфортные условия для социальной деятельности путем ранее указанных поощрений, тем самым создавая необходимую социальную инфраструктуру для благосостояния общества.

При такой форме составной частью социальной политики государство так же включает отдельные социальные группы формирования и социальные институты, предоставляя поддержку конкретным лицам или организациями.

Как уже ранее отмечалось, что современная социальная политика рыночных отношений формировалась на основе базы советской эпохи, которая уже на тот момент достигла пика государственного господства, где социально-рыночная экономика имела черты социальной инженерии.

Социальный статус советского гражданина подчеркивал его важность и защищенность по отношению ко всем имеющимся экономическим рискам.

Форма социальной сферы была представлена в трех видах: государство в целом, профессиональные союзы (профсоюзы), а также отдельное благосостояние конкретных предприятий, благодаря которым советский гражданин имел преимущество по сравнению с другими странами той эпохи.

Благодаря опыту прошлых поколений социальная сфера современной России стала источником финансирования перспективных проектов и идей, направленных на улучшение и качества социальной жизни населения страны.

Именно поэтому стремление к поставленным целям, предложения и идеи по инновации социальной сферы экономики, подразумевает за собой налаживание наиболее результативных механизмов взаимодействия общества, любых форм бизнеса и государства России в целом, основной задачей которых должна послужить направление и взаимоподдержка с учетом всех интересов слоев общества при разработке нового вектора направления социальной политики страны в обозримом будущем.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день для гармоничного баланса развития социально-рыночной экономики и экономики государства в целом, необходимо расставить конкретные приоритеты в пользу определенных сфер и отраслей хозяйства страны с акцентом на долгосрочность перспектив, инновации или модернизации текущих нормативно-законодательной базы Российской Федерации исходя из мировых стандартов, предоставление надежных гарантий для вложений и инвестиций отечественным и иностранным инвесторам с обеспечением дополнительных льгот и других преимуществ, покупка современного оборудования или разработка собственных технологий по обновлению крупных промышленных регионов, требующих особого внимания.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аширов, Ф. Х. Основы экономической теории и практики. М. : Логос, 2018. – 153 с.
2. Борисов, Е. Ф. Экономическая теория. М. : Экономика, 2018. – 134 с.
3. Буров, М. П. Экономика России. М. : Дашков и К, 2017. – 134 с.
4. Грошева, Т. А. Россия на пути к социально ориентированной рыночной экономике // CyberLeninka. 2015. № 5. С. 1-4.
5. Губин, Е. П. Государственное регулирование рыночной экономики и предприятия: правовые проблемы. М. : Логос, 2015. – 182 с.

Баранов Никита Антонович, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Baranov Nikita Antonovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Попова Карина Владимировна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Popova Karina Vladimirovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Капустенко Ирина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kapustenko Irina Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИМИ И ВНУТРЕННИМИ РИСКАМИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ АГЕНТСТВЕ

EXTERNAL AND INTERNAL RISK MANAGEMENT PROCESS IN A TOURIST AGENCY

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию проблемы рисков в туристическом бизнесе. Предметом исследования выступают виды рисков, препятствующие развитию туристических агентств в Российской Федерации. Актуальность данной темы заключается в том, что развитие туризма и туристской инфраструктуры в целом на территории РФ будет способствовать повышению высокодоходного сектора отечественного бизнеса. В статье актуализируется проблема методов снижения рисков посредством рассмотрения схематичного процесса управления ими в туристическом агентстве.

Abstract. This work is devoted to the study of the problem of risks in the tourism business. The subject of the study is the types of risks that hinder the development of travel agencies in the Russian Federation. The relevance of this topic lies in the fact that the development of tourism and tourism infrastructure in general on the territory of the Russian Federation will help increase the highly profitable sector of domestic business. The article actualizes the problem of risk reduction methods by considering a schematic process of risk management in a travel agency.

Ключевые слова: туризм, турагентство, риск, управление рисками, виды рисков, внутренние риски, внешние риски, методы управления рисками, диверсификация.

Key words: tourism, travel agency, risk, risk management, types of risks, internal risks, external risks, risk management methods, diversification.

Деятельность любого предприятия, безусловно, сопровождается большим количеством рисков, которые в свою очередь воздействуют как на работу самого предприятия, так и на туристов. Но предприятие в свою очередь чаще всего идёт на эти риски, так как оно заинтересовано в получении какой-либо прибыли, но при этом понимая, что может понести и потери, если подвергнется неблагоприятным событиям. Риск-менеджмент – это комплекс мероприятий, направленных на принятие управленческих решений, которые направлены на снижение вероятности неблагоприятного результата и снижению возможных потерь [1, с. 173].

Управление рисками понимается, как процесс принятия решений для предотвращения или минимизации рисков [2, с. 128]. Вследствие мер по управлению рисками, капитал фирмы расходуется экономнее, при этом повышается статус организации. В первую очередь при управлении рисками необходимо выявить риск, далее проанализировать, затем дать ему оценку. Оценка может быть выполнена благодаря использова-

нию статистических данных вероятности или в преобразование относительных показателей в денежные потери [1, с. 174]. Далее следует выбор метода снижения риска. Здесь может быть, как один, так и несколько из методов: назначение риска, диверсификация, снижение риска путём получения дополнительной информации (рисунок 1).

В туристическом бизнесе положено классифицировать риски по области возникновения на внутренние и внешние (рисунок 2).



Рисунок 1 – Процесс управления рисками



Рисунок 2 – Виды рисков в турагентстве

Источником образования внешних рисков выступает внешняя среда по отношению к организации. Сам предприниматель не в силах оказывать на них влияние, он в свою очередь может только предугадать их в своей деятельности [3, с. 200]. Из чего следует, что к внешним рискам относятся риски, которые напрямую не связаны с деятельностью туристического предприятия. В данном случае рассматривается: неустойчивый политический режим в стране, изменение законодательства, регламентирующий деятельность организации, экономическая обстановка в стране и на международной арене, уровень платежеспособности, курсы валют, высокая конкуренция, демпинг, непредвиденные катаклизмы и обстоятельства, то есть риски, которые практически невозможно предвидеть турфирме.

1) Отношения с туроператорами. Поскольку туроператор формирует турпродукт, а турагентство реализует его, то большая ответственность за оказание услуг возложена на первое лицо, потому что любая ошибка по туру (встреча в аэропорту, организация трансфера, бронирование мест в транспорте или номеров) способна испортить впечатление туристов о путешествии и репутацию того, кто продал турпродукт (турагентство). Поэтому успешные отношения с крупными туроператорами снижают риски по организации туров, оказанию некачественных услуг от поставщиков (гостиниц, транспортных компаний, организаций общественного питания) и их дальнейшей поддержке. Решением этой проблемы может стать участие турагентства в различных мероприятиях и выставках, которые часто проходят во Всемирный день туризма (27 сентября). С финансово-экономической точки зрения, проблемы туроператора (аннулирование договорных отношений с туристом) могут лишить (или уменьшить) турагентство комиссионных [3, с. 201].

2) Непредвиденные природные и антропогенные катаклизмы. Являются наименее прогнозируемым риском в работе туристического предприятия. Стихийные бедствия (наводнения, землетрясения, оползни и пр.) и аварии помимо того, что угрожают здоровью туристов, так еще и отражаются на доходе турагентства снижением цен на данное направление, на его бренде. Примерами могут послужить нефтяное пятно в Мексиканском заливе (что спровоцировало упадок спроса на прибрежные туры), а также частые землетрясения в Таиланде, Японии, Курильских островах и Калифорнии (США). Для того, чтобы снизить этот риск, необходимо иметь среди коммерческих предложений альтернативные направления (например, Таиланд и Турция, Япония и Китай).

3) Напряженная политическая обстановка на определенной территории. Войны и теракты порождают проблемы закрытия определенных туристических рынков и направлений, влияющие как на туроператора, так и на турагента, которые специализируются по данной стране, что приводит к тотальному кризису для фирм и к смене туристских потоков.

4) Курс валюты. Если компания специализируется на турах международного характера (в основном выездного), то этот фактор будет преимущественно влиять на продажу и покупку туров (со стороны туристов). Решением данной ситуации является переходом предприятия на рубли, поскольку курс евро и доллара в современное время весьма неустойчив на международной арене.

5) Высокая конкуренция. Данный риск заключается в количестве конкурентов на определенном направлении или на территории, где расположено туристическое агентство (географический фактор) [2, с. 175]. Другая сторона проблемы заключается в том, что новые конкуренты из-за неумения ввести бизнес и излишней направленности на продажу своих услуг через определенное период времени начинают демпинговать (снижать цены до уровня «ниже порога рентабельности»), тем самым лишая дохода и заинтересованности услугами турагентства «бюджетных (экономных) потребителей». Для снижения этого риска нужно повышать качество турпродукта, детально продумывать маркетинговую стратегию предприятия (акции, бонусы, кэшбек), разрабатывать инновационные проекты (приложения, новые направления и пр.).

6) Демпинг. Сущность данного риска заключается в открытии новых турагентств, которые предлагают большие скидки, выгодные акции потребителю и перебивают цены своих конкурентов. Если фирмы ввязываются в данную «бессмысленную войну», то процесс банкротства является вопросом времени. Чтобы снизить данный риск, необходимо ориентироваться на свою целевую аудиторию и формировать свою базу лояльных клиентов, которые довольны качеством оказываемых услуг и готовы воспользоваться ими еще не один раз.

Внутренние риски связаны, прежде всего, с особенностями турагентства и продаваемыми им турами. В эту группу входят риски, связанные с сезонностью туров, документацией, излишней закредитованностью фирмы, формой бизнеса, персоналом предприятия, расположением офиса и специализацией. Риск сезонности затрагивает две стороны вопроса: период открытия фирмы (в летний период начинается отпускной период, что позволит предприятию покрыть свои убытки) и климатические особенности определенной страны или направления для отдыха (например, Приморский край: спрос является высоким с начала июля по конец сентября). Риск излишней закредитованности (возможного банкротства) заключается в том, что предприятие становится неплатежеспособным, главным признаком которого является невозможность выдачи заработной платы сотрудникам организации. Риск формы бизнеса связан с проблемой выбора организации деятельности: открытие нового бренда (индивидуальность) или покупка франшизы (отсутствие расходов на продвижение услуг, устойчивость). Доходы туристической фирмы, в первую очередь, зависят от ее сотрудников, которые должны обладать необходимыми компетенциями, знаниями, опытом, профессионализмом, умениями корректно, терпеливо и вежливо общаться с клиентами. Риск специализации (направленности) отражается на выборе профиля работы предприятия: широкие направления (рекреационный и познавательный туризм) или уникальные предложения (гастротуризм, агротуризм, экотуризм), что повышает конкурентоспособность фирмы.

Таким образом, риск-менеджмент играет немаловажную роль в деятельности туристического предприятия. Внешние и внутренние риски по-разному оказывают влияние на предприятия туризма (первые из них возникают извне и сильнее влияют на организацию, а вторые зависят непосредственно от фирмы и ближнего ее окружения), а методы и способы управления рисками снижают их отрицательное воздействие на фирму.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Новикова, И. Н. Методы управления рисками в туристическом бизнесе // NovaInfo. 2017. № 58. С. 171-176.
2. Киселева, И. А. Риски в деятельности туристической компании // NovaInfo. 2017. № 58. С. 125-137.
3. Петрова, А. Н. Организация риск-менеджмента на предприятии // NovaInfo. 2017. № 60. С. 197-203.

УДК 338

Баронкина Елена Владимировна, студент, Костромской государственной университет
Baronkina Elena Vladimirovna, student of Kostroma State University

Грабова Ольга Николаевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры
«Экономика и экономическая безопасность», Костромской государственной университет (КГУ)

Grabova Olga Nikolaevna, Dr. Sci. (Econ.), Professor of Department of Economics and Economic Security, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kostroma State University" (KSU)

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

IMPLEMENTATION OF NATIONAL PROJECTS IN THE KOSTROMA REGION: INTERIM RESULTS AND PROSPECTS

Аннотация. В статье рассмотрены промежуточные итоги реализации национальных проектов, реализуемых в Костромской области, а также проведён анализ полноты финансирования и достижения целевых показателей нацпроектов. Выявлены барьеры и перспективы реализации национальных проектов на территории Костромской области.

Abstract. The article discusses the interim results of the implementation of national projects implemented in the Kostroma region, as well as an analysis of the completeness of financing and achievement of target indicators of national projects. The barriers and prospects for the implementation of national projects in the Kostroma region are identified.

Ключевые слова: национальные проекты, целевые показатели, финансирование, реализация, социально-экономическое развитие.

Key words: national projects, targets, financing, implementation, socio-economic development.

Актуальность темы исследования определяется сложными и в то же время амбициозными целями и задачами социально-экономического развития России. Временной ориентир достижения национальных целей развития, определенный президентом Российской Федерации, продлен с 2024 г. на 2030 г. Инструментом достижения поставленных целей определены – национальные проекты. В настоящее время в России происходит реализация 13 национальных проектов, которые направлены на комплексное социально-экономическое развитие России. Комплексным целевым показателем их реализации следует считать повышение уровня жизни населения страны. Нормативно-правовым основанием их разработки и реализации является Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Различными аспектами теоретической проработки и практического анализа реализации национальных проектов занимаются такие авторы как: Акашева В.В., Ахмет-

ханова А.Р., Белоусова И.А., Беркович М.И., Габидуллина Э.В., Грабова О.Н., Киселев И.К., Колесник Н.Ф., Крыкова О.О., Кузнецова О.П., Кулеева И.Ю., Ларичева З.М., Маршова Т.В, Моисеенко Н.В., Мордкович О.В., Мосина Л.А., Осипов М.Ю., Поверина Р.Я., Силин Н.А., Тадевосян К.К., Файзуллина А.А. Шибилева О.В. и многие другие. В своих исследованиях они затрагивают формы и механизмы реализации конкретных мероприятий проектов, барьеры межуровневого взаимодействия, риски и проблемы достижения целевых показателей, правовые основы обеспечения качества и способы согласования интересов основных стейкхолдеров [3, 4]. Отдельным направлением рассмотрения вопроса следует назвать региональные особенности реализации нацпроектов.

В связи с этим, целью нашего исследования является анализ реализации национальных проектов России на территории Костромской области. Объект исследования - Костромская область. Предмет исследования - реализация Национальных проектов на территории Костромской области.

Важным параметром анализа результатов реализации национальных проектов является объем финансирования мероприятий, предусмотренных проектами. Так, в 2021 г. на реализацию национальных проектов на территории Костромской области было выделено 8,7 млрд рублей. Из них федеральный бюджет выделил 5,5 млрд рублей, областной - 3,2 млрд рублей (рисунок 1).



Рисунок 1 – Объем финансирования реализации национальных проектов на территории Костромской области в 2021 г., млрд руб.

Кроме объема выделенных и освоенных финансовых ресурсов, нацпроекты имеют основные индикаторы их оценки. Так, каждый национальный и региональный проект имеют конкретные целевые показатели и сроки их достижения [6]. Выделим наиболее значимые из них, оказавшие существенное влияние на социально-экономическое развитие региона [1].

Значимым результатом реализации национального проекта «Демография» на территории Костромской области в 2021 г. стало получение более чем 10 тысячами семей с детьми поддержки в виде ежемесячных выплат на первенцев и при появлении на свет третьих детей. В рамках национальных проектов «Здравоохранение», «Образование», «Жилье и городская среда» был достроен и ведён в эксплуатацию новый современный корпус Костромского областного онкологического центра, построена новая школа на 1000 мест и многоквартирный жилой дом в областном центре.

Реализация национального проекта «Безопасные и качественные дороги» на территории Костромской области в 2021 г. позволила отремонтировать 157,7 км дорог и 20,5 км улично-дорожной сети. В рамках федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» было благоустроено 24 общественных и 79 дворовых территорий. Одним из показательных объектов нацпроекта следует назвать создание парка «Ткацкий двор» в городе Нерехте. Проект включен в перечень лучших практик создания комфортной городской среды. В рамках национального проекта «Культура» в 2021 г. осуществлен капитальный ремонт 7 ДШИ (детских школ искусств) и Дом культуры в Костромском районе.

Важным целевым показателем национального проекта «Жилье и городская среда» является объем жилищного строительства. В 2021 г. данный показатель превысил целевое значение в 1,5 раза и составил 350 тысяч кв. метров. Благодаря мероприятиям нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство» в 2021 г. более 6,5 тысяч жителей

Костромской области зарегистрировались в качестве самозанятых, больше тысячи субъектов малого и среднего бизнеса получили поддержку.

За счет средств, предусмотренных национальным проектом «Здравоохранение» медицинские учреждения Костромской области, было поставлено 149 единиц оборудования. Реализация нацпроекта «Спорт – норма жизни!» позволила завершить строительство физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном в городе Нерехте, и приобрести более 520 наименований спортивного инвентаря и оборудования в спортивные учреждения области.

Реализация нацпроектов на территории Костромской области в 2022 г. выявила дополнительные барьеры их реализации: несогласованность действий различных органов и недостаточная ответственность подрядчиков-исполнителей [5]. Эти барьеры влияли на сроки выполнения мероприятий и в отдельных случаях на качество работ. При этом запланированное на 2022 г. финансирование в объеме 11,4 млрд рублей выделяется в соответствии с предусмотренным графиком. Распределение между федеральным и региональным бюджетами выглядит следующим образом: из федерального бюджета – 8,1 млрд, из областного – 3,3 млрд рублей (рисунок 2).



Рисунок 2 – Объем финансирования реализации национальных проектов на территории Костромской области в 2022 г., млрд руб.

Полнота финансирования мероприятий национальных проектов свидетельствует о приоритетности данных статей расходов для бюджетов всех уровней.

Реализация запланированных мероприятий, не смотря на все сложности, также осуществляется в соответствии с графиком. К концу года планируется завершение строительства значимых объектов - двух детских садов на 280 мест и школы на 900 мест, сельского дома культуры, трех многоквартирных домов для переселения граждан из ветхого и аварийного жилья, четырех водоочистных сооружений и двух объектов сети водоснабжения. Начато строительство новых социальных объектов: физкультурно-оздоровительного комплекса с универсальным залом игровых видов спорта и ледовой дорожкой, трех модельных библиотек и виртуального концертного зала. В 2022 г. начаты работы по реконструкции детской областной больницы со строительством лечебно-диагностического корпуса, определен подрядчик и начата реконструкция театра юного зрителя.

Ремонт дорог, активная фаза которого приходится на период весна-лето-осень, подходит к завершению. В 2022 г. в Костромской области отремонтировано более 200 км автодорог общего пользования регионального и муниципального значения. Продолжается капитальный ремонт детских школ искусств (целевой показатель 2022 г. – 8 ед.), благоустройство дворовых и общественных территорий (целевые показатели на 2022 год соответственно 28 и 30).

Таким образом, реализация национальных проектов на территории Костромской области предполагает достижение показателей комплексного социально-экономического развития региона. Стабильность и полнота финансирования в 2021 и 2022 гг. свидетельствуют о приоритетности решаемых национальными проектами задач. При этом межрегиональная конкуренция за финансовые ресурсы федерального бюджета обязывает региональные власти четко отслеживать сроки и качество реализации запланированных проектами мероприятий [2]. Достижение промежуточных целевых показателей может влиять на увеличение объемов финансирования из федерального бюджета в рамках каждого конкретного национального проекта.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аверин, А. Н. Национальные проекты – инструменты достижения национальных целей Российской Федерации: учебное пособие. 2-е изд., стер. Москва : Дашков и К°, 2022. – 200 с.
2. Грабова, О. Н. Проблемы прогностической функции экономической теории // Постсоветский материк. 2022. № 1 (33). С. 51-69.
3. Грабова О. Н., Грабов А. В. Проблемы современного социально-экономического развития: стратегия инвестиций и макроэкономические взаимосвязи // Вестник евразийской науки. 2019. Т. 11. № 5. С. 48.
4. Грабова, О. Н., Институциональные проблемы трансформаций экономических отношений в современных условиях // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2012. Т. 18. № 1. С. 47-52.
5. Крыкова, О. О. Практическая реализация национальных проектов (на примере национального проекта «Экология») // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 4-1 (86). С. 252-256.
6. Маршова Т. Н., Моисеенко Н. В. Риски реализации национальных проектов (на примере реализации национального проекта «Культура») // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. 2021. № 4 (30). С. 20-39.

УДК 32.019.5

Белозерова Анастасия Юрьевна, студентка, Российский Государственный Социальный Университет

Belozerova Anastasia Yuryevna, student of Russian State Social University

Авцинова Галина Ивановна, доктор философских наук, профессор, Российский Государственный Социальный Университет

Avtsinova Galina Ivanovna, Doctor of Philosophy, Professor, Russian State Social University

КОММУНИЦИРОВАНИЕ АКТОРОВ ПОЛИТИКИ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ: НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ АККАУНТОВ

COMMUNICATION OF POLICY ACTORS IN THE DIGITAL SPACE: ON THE EXAMPLE OF POLITICAL ACCOUNTS

Аннотация. Целью исследования стал анализ политических публикаций в социальных сетях, которые побуждают общество к диалогу в цифровом пространстве. Предметом работы являются – политические аккаунты в социальных сетях. При отборе материалов использовался метод сплошной выборки. В результате исследования выявлено, что общество откликается на материалы, публикуемые политическими аккаунтами. Сделан вывод о том, что развитие политических аккаунтов повлияло на возможности политической элиты.

Abstract. The purpose of the study was to analyze political publications in social networks that encourage society to dialogue in the digital space. The subject of the work is political accounts in social networks. The method of continuous sampling was used in the selection of materials. As a result of the study, it was revealed that society responds to materials published by political accounts. It is concluded that the development of political accounts influenced the capabilities of the political elite.

Ключевые слова: социальные сети, аккаунт, интерактивная среда, политический лидер, публикация. Рейтинг.

Key words: social networks, account, interactive environment, political leader, publication, rating.

В XXI веке меняется природа политических коммуникаций. Наблюдается тенденция, когда через социальные сети, а именно персональный аккаунт, в диалог вступают не только пользователи, но и политическая элита. Умение адаптироваться к современным реалиям, а также усвоение новых технологий позволяет политическим лидерам влиять на общественное мнение. Кроме того, это позволяет определить наиболее влиятельных лиц, которые совершают руководящий процесс, при анализе политической ситуации.

Вовлеченность политических лидеров в цифровую среду имеет ряд своих преимуществ. Во-первых, позиционирование себя. Это возможность выразить себя, показать свои идеологические взгляды, рассказать о проектах, в которых принимаешь участие. Если правильно поработать над этими составляющими, можно заработать себе хорошую репутацию через социальные сети.

Во-вторых, развитие межличностных и групповых коммуникаций. Некоторые представители политической элиты оставляют комментарии к своим постам открытыми, там же вступают в диалог с пользователями. Можно проводить мини опросы без строгого регламента. В любом случае, комментарии позволяют «услышать» общественное мнение. Пост может быть также с призывом к офлайн встрече на митинге или любом другом мероприятии. Через сами посты политик может общаться с другими представителями власти. Они могут записать обращение друг другу, дать рефлексию на слова оппонента.

В-третьих, это возможность формирования интерактивной среды. Тут уже формируется площадка для политических дискуссий и диалога, формируются группы и контргруппы сетевой общественности. Все это позволяет найти свою аудиторию, а в офлайн режиме свой электорат.

Важную роль играет цифровая площадка, на которой ведется аккаунт. В 2022 г. предпочтение отдается социальной сети Telegram. Рейтинг канала определяется по количеству аудитории и среднему количеству просмотров одного поста. Несколько месяцев в числе лидеров держаться (представлены данные за октябрь 2022 г.): Дмитрий Медведев (аудитория – 897,9; просмотры – 2,3 млн), Вячеслав Володин (622,6; 1,7 млн) [1].

Популярным способ взаимодействия с обществом через социальные сети является проведение опросов. 10 июля 2022 г. спикер Государственной Думы Вячеслав Володин провёл опрос на своей странице в Telegram. Он сформулировал всего лишь один вопрос: «Считаете ли Вы необходимым введение запрета пропаганды нетрадиционных ценностей?». С вариантами ответов: «да/нет/не знаю». В опросе приняли участие более 1 млн 600 тыс. человек, абсолютное большинство высказалось за введение запрета. В комментариях под этим развилась настоящая дискуссия с более 70 тыс. комментариев. Этот опрос и поддержка населения показали интересы российского сообщества, и подтолкнули власть провести парламентские слушания, в результате которых соответствующий закон был принят [2].

Другой значимый опрос провел американский предприниматель, основатель компании SpaceX и гендиректор Tesla Илон Маск. Это попытка решения мировых проблем через социальные сети. Сначала на своей странице в Twitter (заблокирован в РФ), он предложил план решения российско-украинского вопроса. А затем провёл опрос: «Должны ли жители Донбасса и Крыма решить, принадлежат эти территории России или Украине?» - с вариантами ответов - «да/нет» [3]. Этот опрос вызвал большой общественный резонанс на просторах Интернета. Но опять же это попытка мирного урегулирования конфликта на Украине с помощью такого ресурса как социальные сети.

Вячеслав Володин использует Telegram и для более серьезных целей. Как известно, россияне столкнулись с некоторыми проблемами во время частичной мобилизации, нарушениями в некоторых случаях. Об этом он написал в своей публикации, а также предложил писать о нарушениях прямо в комментариях под этим постом. На эти

обращения в комментариях должна реагировать Государственная Дума [4]. Это уникальный феномен, когда социальная сеть становится инструментом контроля государственного плана мобилизации, а также инстанцией, принимающие гражданские обращения, без юридических формальностей.

Необходимо отметить политические аккаунты региональных лидеров. Вячеслав Гладков – губернатор Белгородской области до начала специальной военной операции в Украине активно вел социальные сети, где демонстрировал рабочие будни. С началом военной операции его аккаунт в социальной сети Telegram стал набирать еще большую популярность, в ноябре 2022 г. на его аккаунте 288 тыс. подписчиков [5]. Во-первых, он всегда один из первых публикует информацию о происшествиях в регионе в детальной форме. Во-вторых, он всегда сам прибывает на место происшествия и также делает фото или видео отчет. В-третьих, он не стесняется записывать письменные или видео обращения со словами поддержки к своему населению. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что региональные политические акторы также должны вести аккаунты в социальных сетях для выстраивания диалога с населением на региональном уровне.

Рамзан Кадыров один из главных медийных лиц России. Он не стесняется выкладывать фото и видео боев СВО и их последствий в своем Telegram [6]. Под каждой его записью можно оставить комментарий или реакцию. В случае Кадырова это имеет положительный результат. Многие пользователи его поддерживают, общаются с друг другом, да и его самого считают истинным патриотом страны. Рамзан часто использует сегмент видеоконтента. Многие его высказывания становятся главной новостной повесткой (в рейтинге цитируемости у него также ключевые места). Посты он выкладывает каждый день, иногда несколько в день. Посты достаточно длинные и информативные, но при этом просты в понимании. Количество подписчиков на его канале постоянно растет благодаря доступности и открытости на канале.

Рамзан Кадыров не наделен полномочиями принимать международные решения, но в своём канале он обращался к мировым лидерам, например, Владимиру Зеленскому – президенту Украины, озвучивал угрозы, также публиковал местоположение штаба президента Украины. И хоть с юридической стороны Кадыров исполняет роль главы региона, но неформально он участвует в международном диалоге, не неся при этом ответственности как официальные представители. Аккаунт Рамзана Кадырова – это не только способ заработать личный авторитет, но и способ демонстрации национальных интересов нашего государства.

Американское сообщество знает важность ведения политических аккаунтов в социальных сетях. Поэтому, когда из-за риска насилия в январе 2021 ряд социальных сетей заблокировали аккаунты, действующего на тот момент президента США, Дональда Трампа, он перешел на новую цифровую площадку – Parler – американский сервис микроблогов и социальная сеть. Главной особенностью данной платформы является её популярность среди людей консервативных взглядов, а также сторонников Трампа. Теперь в его руках не только такой инструмент как персональный аккаунт, но и личная социальная сеть.

Таким образом, развитие медийного пространства напрямую повлияло на возможности политической элиты. Аккаунт в социальных сетях нужно использовать не только для поддержания имиджа и укрепления репутации, но и как технологию коммуникации с властью и обществом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Рейтинг Telegram-каналов. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/politics?sort=reach> (дата обращения: 27.10.2022).
2. Володин, В. Запись в Telegram: 10 июля в 09:08 (2022). URL: https://t.me/vv_volodin/511 (дата обращения: 27.10.2022).

3. Маск предложил свое видение мира между Россией и Украиной. URL: <https://ria.ru/amp/20221003/referendумы-1821272115.html> (дата обращения: 05.11.2022)
4. Володин В. Запись в Telegram: 16 октября (2022). URL: https://t.me/vv_volodin/558 (дата обращения: 27.10.2022).
5. Гладков В. URL: <https://t.me/s/vvgladkov> (дата обращения: 27.10.2022).
6. Кадыров Р. URL: https://t.me/s/RKadyrov_95 (дата обращения: 27.10.2022).

УДК 364.08

Бондаренко Дарья Алексеевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Bondarenko Daria Alekseevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ходжер Александра Сергеевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Hodger Alexandra Sergeevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Гусева Жанна Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Guseva Zhanna Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

АКТУАЛЬНОСТЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

RELEVANCE OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF SOCIAL WORK

Аннотация. В статье раскрыто понятие «социальные инновации». Указаны задачи и особенности инноваций в социальной сфере. Представлены направления инноваций в сфере социальной работы. Рассмотрен пример инновационных технологий в сфере социальной работы с семьёй. Перечислены условия дальнейшего развития инновационных технологий социальной работы с семьёй.

Abstract. The article reveals the concept of «social innovation». The tasks and features of innovations in the social sphere are indicated. The directions of innovations in the field of social work are presented. An example of innovative technologies in the field of social work with the family is considered. The conditions for the further development of innovative technologies of social work with the family are listed.

Ключевые слова: социальная работа, инновации в социальной работе.

Key words: social work, innovations in social work.

Понятие «инновация» связано с созданием чего-то нового, с генерацией идей и реализаций, а также применением в профессиональной сфере. Инновационные технологии показывают развитие общества в целом.

Социальные инновации представляют собой создание новых технологий, способствующих решению значимых задач в обществе. Поэтому отказ от инноваций может привести к регрессу или деградации общественного развития. Отсюда и возникает необходимость внедрения новейших технологий [1]. Социальные инновации обусловлены общественными потребностями, требуют четкого определения промежуточных целей, серьёзной подготовки квалифицированных специалистов, инноваторов – разработчиков и исполнителей [2, с.32]. Социальная направленность государственной политики Российской Федерации реализуется через совершенствование социальной работы, формирование эффективной системы социальной защиты населения.

Специалисту социальной сферы необходимо организовывать свою деятельность с самыми разнообразными категориями населения: инвалиды, дети, различные катего-

рии семей; лица пожилого возраста, безработные граждане, сироты, лица без определённого места жительства. Это «вынуждает» предъявлять к профессиональной подготовке специалиста по социальной работе высокие требования.

Эффективную помощь в этом могут оказать инновационные технологии. Умение применять в своей деятельности современные технологии и внедрять новые является одной из значимых компетенций специалиста в этой сфере. В современной практике социальной работы инновации могут быть расширены перечнем социальных услуг.

В современном обществе существуют следующие социальные услуги:

- социально-бытовые;
- социально-медицинские;
- социально-психологические;
- социально-педагогические;
- социально-психологические;
- социально-правовые;
- социально-экономические;
- срочные социальные услуги.

На сегодняшний день система социального обслуживания в России развивается давно и наиболее распространённой услугой является материальная помощь. Инновационные модели социального обслуживания должны быть ориентированы на категории населения, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации и на всё оставшееся население. Самодостаточные люди стремятся получить качественные услуги от квалифицированных специалистов в области социальной работы: индивидуальной, семейное консультирование, социальный патронаж, обучение здоровому образу жизни [3].

Задачами инноваций в социальной сфере являются:

1. Повышение эффективности деятельности организаций в сфере социального обслуживания населения.

2. Снижение численности людей из неблагополучных слоёв общества с помощью увеличения доступности предоставляемых услуг.

3. Развитие качества социальных услуг путём соответствия развивающимся технологиям в обществе.

Инновации в социальной сфере обладают следующими особенностями:

1) Внедрение нового ведёт к неизвестным последствиям для общества. Они могут быть как положительными, так и отрицательными.

2) Инновационные функции специалистов по социальной работе должны реализовываться на качественных и эффективных технологиях социального обслуживания.

3) Использование комплексного подхода: создание новой идеи порождает необходимость развития новых способов изменения социальной организационной структуры.

Основными направлениями инновационной сферы в области социальной работы являются:

1) Индивидуализация социальных услуг, оказание внимания именно адресной социальной помощи.

2) Создание технологий в удовлетворении социальных потребностей:

- в стимуляции к активности и действиям;
- в событиях;
- в узнавании;
- в достижениях и признании;
- в структурировании времени.

3) Создание оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей.

4) Рост субъектов в решении социальных проблем общества.

Рассмотрим на примере инновационные технологии работы с семьёй. Актуальной деятельностью работы с семьёй является как индивидуальная работа с детьми, так и работы с родителями.

В практике социального учреждения следует использовать следующие методы работы с семьёй:

- методы работы с многодетной семьёй;
- методы работы с семьями, в которых главный способ воспитания – жесткое обращение с детьми;
- методы работы с неполной семьёй.

В качестве инновационных форм работы с семьёй применяются следующие:

1. Информационные уголки с помощью программы Adobe Photoshop. Она позволяет сделать стенгазеты более выразительными, яркими и привлекают внимание.

2. Электронная фотовыставка. Она помогает сохранить фотографии с каждого мероприятия, проводимого для детей.

3. Диск – домашнее задание. Он нужен для индивидуальных занятий родителей с ребёнком.

4. Форум с родителями в сети Интернет. Любая интересующая информация для родителей предоставляется на сайте и постоянно обновляется [4].

Дальнейшее развитие инновационных технологий социальной работы с семьёй зависят от:

- информационного, правового и исследовательского обеспечения;
- совершенствования управления регионального и местной уровней социальной работы;
- разграничения функций между государственными и негосударственными учреждениями;
- подготовки и переподготовки социальных работников, специалистов по социальной работе, социальных педагогов и психологов;
- поддержки добровольческих программ;
- содействия развитию сети технологии социальной работы с семьёй.

Таким образом, инновационные технологии играют важную роль в области социальной работы. Главную цель, которую преследуют инновации в социальной сфере – это решение социальных проблем в обществе.

Для осуществления идей должны выступать специалисты, которые имеют высокие профессиональные знания в сфере социальной работы, а также те, кто готов нести ответственность к социальным новообразованиям в своей стране.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Герасимов, Р. Ю. Внедрение инноваций в социальную сферу // Финансы, экономика и управление: проблемы, тенденции и перспективы развития в условиях нестабильности. 2017. С. 69-70. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32515286> (дата обращения: 06.11.2022).

2. Вишневская, Н. Г. Инновации и управление в социальной сфере. Уфа : РИЦ БашГУ, 2017. – 218 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30556859> (дата обращения: 06.11.2022).

3. Платонова, Н. М. Социальная работа как область инновационной социальной деятельности // Отечественный журнал социальной работы. 2012. С. 61-67. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20468476> (дата обращения: 07.11.2022).

4. Мусина-Мазнова, Г. Х. Инновационные практики социальной работы : учеб. пособие. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 316 с. URL: <https://znanium.com/read?id=358260> (дата обращения: 07.11.2022).

Бучнев Евгений Владимирович, преподаватель кафедры политологии и прикладной политической работы, аспирант, Российский Государственный Социальный университет
Evgeny Vladimirovich Buchnev, Tutor of Department of Political Science and Applied Political Work, PhD student, Russian State Social University

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ

PROBLEMS OF APPLYING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN MODERN RUSSIAN POLITICS

Аннотация. В статье приводится анализ проблемного поля использования российскими политическими институтами технологий искусственного интеллекта. Принимая во внимание направленность деятельности политических акторов на цифровизацию, рассматривается возможность построения автономной интеллектуальной модели, которая будет способствовать суверенизации цифрового пространства Российской Федерации в условиях социально-политических изменений. Автор статьи анализирует нормативно-правовую базу России, поднимая проблему операционализации понятий “искусственный интеллект” и “цифровая безопасность”. В статье выявлены ключевые направления развития политики российского государства в области искусственного интеллекта, а также рассматривается роль технологий ИИ в рамках концепции кибербезопасности России как составной части национальной стратегии безопасности. Особую роль в формировании политики использования технологий ИИ автор предлагает институтам гражданского общества, как возможный регулятор правового доминирования в государстве.

Abstract. The article analyzes the problem field of the use of artificial intelligence technologies by Russian political institutions. Taking into account the focus of political actors on digitalization, the possibility of building an autonomous intellectual model, which will contribute to the sovereignty of the digital space of the Russian Federation in the conditions of socio-political change, is considered. The author of the article analyzes the regulatory and legal framework of Russia, raising the problem of operationalizing the concepts of "artificial intelligence" and "digital security". The article reveals the key directions of development of Russian state policy in the field of artificial intelligence, and also considers the role of AI technologies within the concept of cybersecurity of Russia as an integral part of the national security strategy. The author proposes a special role in the formation of policy on the use of AI technologies to civil society institutions as a possible regulator of legal dominance in the state.

Ключевые слова: искусственный интеллект, цифровизация, цифровая безопасность, национальная стратегия, гражданское общество, суверенитет, национальный интернет.
Key words: artificial intelligence, digitalization, digital security, national strategy, civil society, sovereignty, national Internet.

Технологии искусственного интеллекта как объекта политической науки и деятельности государства являются предметом исследований отечественных и зарубежных ученых с середины прошлого века. Представление об искусственном интеллекте как об одном из акторов человеческой действительности зародилось первоначально в литературном мире фантастики, из которого в дальнейшем медленно проникал в рутинную действительность. В ранний период сфера ИИ преимущественно ограничивалась сложными и специфическими отраслевыми процессами, в основном концентрирующимися на математических науках. На современном этапе это технологии и безопасности, и медицины, и государственного управления. Для настоящего времени технологии искусственного интеллекта связываются с управленческим и контролирующим потенциалом. В некоторых наиболее развитых с технологической точки зрения государств, включая

Россию, технологии искусственного интеллекта воспринимаются как дополнительная, но необходимая функция формирования государственного информационного суверенитета.

Исследуя технологии искусственного интеллекта, необходимо изначально определить развитие в современном мире цифровых информационных технологий. В большинстве стран в последнее десятилетие формируются предпосылки к так называемой «Четвертой промышленной революции». Одним из наиболее известных политологов, который рассматривает данное явление как специфическую особенность современного мира, является президент Всемирного экономического форума в Давосе Клаус Шваб, который в обращении к читателю в собственной книге «Четвертая промышленная революция» отмечал следующее: «мы стоим у истоков революции, которая фундаментально изменит нашу жизнь, наш труд и наше общение. По масштабу, объему и сложности - это явление, которое я считаю Четвертой промышленной революцией, не имеет аналогов во всем предыдущем опыте человечества» [1].

Данную концепцию обычно принято отождествлять с цифровизацией жизнедеятельности человека, цифровизацией отношений и услуг, диджитализацией общественных движений, институтов и связей, цифровую упорядоченность социальных, технологических и прочих процессов, а также систем управления и, вероятно, контроля. Причем, данная цифровая рационализация прежде всего должна привести к качественному структурному изменению, затрагивающему все сферы жизнедеятельности человека, а не только к замене рутинных процессов цифровой составляющей.

Тем не менее, внедрение технологий искусственного интеллекта в жизнь гражданина затрагивает сложное и специфическое поле социально-правовой действительности, в котором задействованы охрана и обеспечение прав человека, его интересов и защиты его свободы.

В России проблемы развития технологий искусственного интеллекта и систематизации их внедрения в гражданскую действительность поднимается на уровне высших должностных лиц, что может говорить с одной стороны о заинтересованности государства в собственном цифровом преимуществе, а также в обеспокоенности применения неподконтрольных механизмов и систем для государственного управления со стороны политической элиты. Примером этого служат слова Президента о том, что «искусственный интеллект – это будущее не только России, это будущее всего человечества. Здесь колоссальные возможности и трудно прогнозируемые сегодня угрозы. Тот, кто станет лидером в этой сфере, будет властелином мира» [2].

Отсюда наибольший интерес вызывает государственная операционализация понятия «искусственный интеллект» и место его в формировании политики цифрового суверенитета.

Само понятие «интеллект» имеет большое количество смыслов и трактовок, которые варьируются в зависимости от времени и исторического нарратива. Так в классической интерпретации под интеллектом понимают способность человека к мыслительной деятельности или само умственное начало; способность человека к познанию, восприятию и анализу своей деятельности [3]. В философии это способность к проницательности, восприятию знаний или критическому анализу уже полученных знаний [4]. Религиозные деятели понимали под интеллектом своеобразного управителя человеческой воли [5], социологи и мыслители, наоборот, подчиняли интеллект воле [6].

Интеллект в таком понимании является инструментом личности, системой врожденных и приобретенных качеств, характеризующих человека как объект и субъект биологических и социальных отношений, наделенный сознанием и духом, носитель разума и воли субъекта. Можно также говорить о том, что интеллект - это мыслительный компонент души, отражающий человеческое восприятие рациональной деятельности. Таким образом, необходимо понять, что на современном этапе развития технологий создать даже примерную модель искусственного интеллекта, отражающую всю психику человека, невозможно принципиально, так как для подобного необходимо смоделировать и человека, и всю систему его социально-общественных отношений.

Искусственный интеллект - это искусственный инструмент, созданный живым интеллектом, но моделирующий его рутинные причинно-следственные функции.

Термин "искусственный интеллект" был впервые введен в 1956 г. американским компьютерным ученым Джоном Маккарти. В целом, это способность машин имитировать человеческое поведение, воспринимать информацию и принимать решения; это четко выстроенная система программ или алгоритмов, основанная на возможности машин к обучению [7].

Искусственный интеллект отличается от традиционных компьютерных алгоритмов прежде всего тем, что он способен к самообучению на основе полученного опыта. Эта уникальная особенность позволяет искусственному интеллекту вести себя по-разному в схожих ситуациях и зависит от выполненных ранее действий. Поэтому эффективность и потенциал технологий искусственного интеллекта в большинстве случаев весьма неопределенный [8]. Суммируя представленные определения, можно говорить о том, что "искусственный интеллект" все еще понятие достаточно эфемерное и расплывчатое. Благодаря литературе и зарубежному кинематографу в современном обществе искусственный интеллект представляется для большинства как специфическая программа или компьютерный андроид, который действует достаточно агрессивно по отношению к человечеству в целом, выступая антагонистом развитого человека. При этом понятийное поле и смысловая интерпретация употребления данного понятия в различных сферах человеческой деятельности, а также отраслях наук не позволяет структурировать ключевые пути развития данной информационно-интеллектуальной технологии, обеспечить ее должное законодательное регулирование.

Основу стратегии использования технологий ИИ в российской научной и социально-политической сферах формируют следующие нормативно-правовые документы: Кодекс этики в сфере искусственного интеллекта [9], Методические рекомендации по цифровой трансформации государственных корпораций и компаний с государственным участием [10] и Национальная стратегия развития искусственного интеллекта в России [11].

Кодекс этики определяет этические принципы и правила поведения для акторов искусственного интеллекта в их непосредственной деятельности. Причем, данный акт предполагает использование технологий ИИ только в гражданских, а не военных целях. Кодекс представляет из себя гражданскую инициативу и устанавливает принципы, связанные с этикой создания, внедрения и использования ИИ во время жизненного цикла, которые не регламентируются российским законодательством [12].

Методические рекомендации сформированы как указательные нормативы к обеспечению порядка разработки и актуализации программ цифровизации, включая рекомендации к структуре, содержательной части и ключевым критериям эффективности.

Национальная стратегия представляет из себя совокупность распоряжений и рекомендаций, направленных от органов власти России в сторону возможных сфер использования технологий искусственного интеллекта. Озвучивая высокие темпы развития непосредственно цифровых технологий, связанных с новыми методами математического исчисления и практически прорывным развитием российской технологической науки, некоторые отечественные исследователи говорят о достаточно низком количестве внедренных успешных технологий, что также может показывать низкий интерес отечественных отраслей к современным информационным технологиям [13]. Отношение к ИИ со стороны российских властей можно оценить заслуживающим особого рассмотрения. К примеру, в середине августа 2022 г. вице-премьер Дмитрий Чернышенко анонсировал предстоящий запуск Национального центра развития искусственного интеллекта при Правительстве РФ [14].

Многие отечественные и зарубежные ученые считают, что моделирование когнитивного функционирования человека в целом невозможно, поскольку человеческое познание и мышление всегда точно и узко специализированно, зависит от системы установок и убеждений, а также от эмоциональной поддержки. Искусственный интел-

лект - это технология, облегчающая обработку, хранение, контроль, использование и обмен информацией. Использование этой технологии представляется логичным и целесообразным в связи с растущим "загромождением" информации.

С технической, правовой и моральной точки зрения недопустимо разрабатывать технологию, а тем более применять ее для оценки соответствия действий морали, этике и совести в отсутствие общепринятого и надежного понимания природы морали, этики и совести. Именно эти явления важны для разработки критериев эффективности правовой системы.

Национальная стратегия безопасности России [15] формируется как общая программа по обеспечению системной защиты в шести направлениях: экономика, международные отношения, борьба с терроризмом, военно-промышленный комплекс, информация, государство и общество. В каждой из указанных отраслей могут быть применены технологии ИИ, которые позволят заменить рутинные базовые операции и увеличить скорость принятия решений на уровне государства. На данном этапе развития в России искусственный интеллект не представляет из себя комплексного механизма или даже программы, полностью способной заменить присутствие человека и избежать человеческого фактора. Однако уже технологии ИИ применяются в медицине, в деятельности правоохранительных органов. Наиболее осязаемым примером использования данных технологий может быть работа платформы Gosuslugi.ru [16], где общение с человеком сведено к необходимому минимуму. Сложность использования технологий заключается с одной стороны в недостаточном уровне образования населения, с другой в неприятии и некотором недоверии самим технологиям. Причем проявление последнего есть фактор действия культуры населения, когда физический носитель (печать, диск, рукописный текст) являются подтверждением реального существования, в отличие от облачных ресурсов и пр.

Политический аспект использования технологий ИИ очевиден во многих областях человеческой деятельности. Интеграция цифрового пространства в повседневную деятельность человека на национальном, региональном и, тем более, глобальном уровне также определяет специфику проявления ИИ. Однако эффективность использования этих технологий напрямую зависит от самого человека.

Области применения технологий ИИ настолько широки, что формируют сложное проблемное поле его использования. С одной стороны, технологии достаточно сложны и нуждаются в четком сложном нормативно-правовом регулировании, которое бы определяло методику использования технологий, а также возможные критические точки указанной системы. С другой стороны, влияние государственных структур на цифровое пространство уже оценивается российским обществом как сильно активное. Дополнительное проникновение политических акторов в пространство взаимодействия может быть чревато завышенным контролем и цензурованием всего цифрового пространства.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шваб, К. Четвертая промышленная революция. М. : Эксмо. 2016.
2. Дружинин, А. Путин: лидер в сфере искусственного интеллекта станет властителем мира. 2017. URL: <https://ria.ru/20170901/1501566046.html?ysclid=I9r57356r0886761593> (дата обращения 20.10.2022).
3. Большая российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/psychology/text/2013918?ysclid=I9r5eejatj264775224> (дата обращения 20.10.2022).
4. Челомбицкая М.П. Интеллект как мобильный ресурс современного общества // Вестник ВГУ. Серия : Философия. 2013. № 1. С. 182-190.
5. Аквинский Фома. О единстве интеллекта против аверроистов. Глава 1. С-Петербург. 2021. – 140 с.

6. Лупандин И., Апполонов А., Мансуров И. Блаженный Иоанн Дунс Скотт. Избранное . Москва : 2020. – 458 с.
7. McCarthy, J. What is artificial intelligence? // Stanford, 2007.
8. Бостром, Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии . М. : 2016.
9. Кодекс этики в сфере ИИ. 2022. URL: <https://a-ai.ru/ethics/index.html> (дата обращения 20.10.2022).
10. Методические рекомендации по цифровой трансформации государственных корпораций и компаний с государственным участием // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. 2022.
11. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта. 2019-2022. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Национальная_стратегия_развития_искусственного_интеллекта (дата обращения 20.10.2022).
12. Емельяненко, В. В России подписан "Кодекс этики искусственного интеллекта" // Российская газета. 2021. URL: <https://rg.ru/2021/10/26/v-rossii-podpisan-kodeks-etiki-iskusstvennogo-intellekta.html> (дата обращения 20.10.2022).
13. Технологии и решения искусственного интеллекта. Аналитический обзор статей. Обзор TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Технологии_и_решения_искусственного_интеллекта:_точка_перелома._Обзор_TAdviser (дата обращения 20.10.2022).
14. Информационные технологии. Россия. Обзор TAdviser. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Национальный_центр_развития_искусственного_интеллекта (дата обращения 20.10.2022).
15. Национальная стратегия безопасности Российской Федерации. Утверждена указом Президента РФ от 02.07.2021 г №400. URL: <http://www.scrf.gov.ru/media/files/file/l4wGRPqJvETSkUTYmhpezRochb1j1jqh.pdf> (дата обращения 20.10.2022).
16. Портал государственных услуг Российской Федерации. URL: <https://www.gosuslugi.ru/?ysclid=l9wpg5i0jd796366808> (дата обращения 20.10.2022).

УДК 329

Дель Дарья Станиславовна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Del Daria Stanislavovna, student, Komsomolsk-na-Amure State University

Васильченко Александра Владимировна, кандидат культурологии, доцент кафедры «История и культурология», Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Vasilchenko Alexandra Vladimirovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-na-Amure State University

ИМИДЖМЕЙКИНГ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА (НА ПРИМЕРЕ МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР)

IMAGE-MAKING OF A POLITICAL LEADER (USING THE EXAMPLE OF MARGARET THATCHER)

Аннотация. Данная работа посвящена изучению особенностей имиджмейкинга политического лидера. В качестве примера рассматривается личность премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер. Отмечено, что имидж Маргарет Тэтчер сочетал в себе такие личностные внутренние качества, как сила воли, последовательность, стойкость, прагматичность, ответственность, жесткость, пунктуальность, целеустремленность, уверенность в себе; а также внешние качества, которые проявлялись в обаянии, умении хорошо выглядеть перед публикой, подбирать одежду и аксессуары согласно обстанов-

ке и ситуации общения. В заключении сделан вывод о том, что имидж Железной леди Маргарет Тэтчер был сконструирован целенаправленно и в настоящее время является эталоном для людей, стремящихся достигнуть успеха в политической сфере.

Abstract. This work is devoted to the study of the features of the image-making of a political leader. The personality of British Prime Minister Margaret Thatcher is considered as an example. It is noted that the image of Margaret Thatcher combined such personal inner qualities as willpower, consistency, perseverance, pragmatism, responsibility, rigidity, punctuality, purposefulness, self-confidence; as well as external qualities that manifested charm, the ability to look good in front of the public, to choose clothes and accessories according to the situation and communication situations. In conclusion, it is concluded that the image of the Iron Lady Margaret Thatcher was designed purposefully and is currently an ethos for people seeking to achieve success in the political sphere.

Ключевые слова: имидж, имиджмейкинг, образ, Маргарет Тэтчер, история, политический лидер.

Key words: image, image-making, image, Margaret Thatcher, history, political leader.

В настоящее время активно расширяется коммуникативное пространство общества, развиваются медийные практики, брендинг и реклама. Появляются новые технологии, связанные с формированием успешного позиционирования личности. К таким технологиям относится имиджмейкинг, целью которого является построение успешного имиджа человека, а также имиджа продуктов его деятельности, например, товаров, услуг, компаний и т.д. В настоящее время создание благоприятного имиджа особенно актуально, поскольку конкуренция на рынке труда, услуг и бизнеса, а также на политическом поприще будет возрастать. Особую значимость приобретает имидж лидера-руководителя, а также политического лидера, т.к. в обществе именно по личности человека судят об организации и государстве в целом.

Следует подчеркнуть, что для современного имиджмейкинга важно учитывать опыт прошлых лет по формированию удачного, благоприятного, позитивного имиджа.

В современной науке имиджологии существует такое понятие, как человек-бренд. Данное понятие раскрывает уникальность, эксклюзивность, исключительность личности. Позитивные бренд-личности привнесли в общество какие-то достижения, способствовали его развитию и процветанию. Отрицательные бренд-личности напротив, бросали вызов устоявшимся в обществе ценностям, эталонам и стереотипам [1]. Бренд-персонами признаны такие личности, как Фидель Кастро, Че Гевара, Джон Кеннеди, Грейс Келли и многие другие. Особый интерес и в нынешнее время вызывает образ Маргарет Тэтчер, т.к. она является одной из ярких и известных бренд-персон и политиков прошлого столетия.

Цель работы: исследовать особенности имиджмейкинга политического лидера на примере премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер.

Маргарет Тэтчер была первой женщиной премьер-министром Великобритании. Она занимала этот пост с 1979 по 1990 гг.. Формирование имиджа М. Тэтчер поначалу происходило стихийно и интуитивно. Большую роль в формировании ее нестигаемого характера и лидерских качеств сыграло семейное воспитание. Отец М. Тетчер, Элфрид Робертс, не имел среднего образования, однако, несмотря на это, он сумел внушить своей дочери важные жизненные принципы, которыми она руководствовалась всю свою жизнь. Эти принципы следующие:

- Нужно постоянно и много трудиться, чтобы заработать на свою жизнь.
- Никогда, и ни при каких сложных или конфликтных ситуациях нельзя терять самообладание, особенно при людях.
- Никогда нельзя терять свое лицо, особенно на публике.
- Нельзя говорить людям о своих недостатках, промахах и неудачах. Конечно,

невезения могут быть в жизни любого человека, но сообщать о них людям, акцентировать на них внимание, вспоминать о них не в коем случае нельзя.

- Нельзя говорить такие фразы, как я это не могу, мне это трудно сделать, я не в состоянии это выполнить.

- Не нужно быть похожим на толпу, не надо к ней приспосабливаться. Наоборот, надо уметь отличаться от толпы, иметь свой собственный стиль, свою уникальность и исключительность. Не стоит идти вслед за толпой, а нужно, в некоторых случаях, повести толпу за собой. Данный принцип в полной мере проявился в стиле руководства М. Тэтчер. Когда М. Тэтчер стала лидером партии консерваторов, она не приспосабливалась к этой партии, а своей сформированной железной волей приспособила ее к себе [4].

М. Тэтчер всегда говорила, что всем, чего она достигла, обязана своему отцу.

В дальнейшем, когда М. Тэтчер достигла статуса политического лидера, ее имидж стал формироваться целенаправленно в двух направлениях. В начале политической карьеры имидж М. Тэтчер должен был позиционироваться как образ женщины-хозяйки, женщины-матери, заботящейся о своих гражданах, как о собственных детях, и способной навести порядок в государстве. Однако, это имиджевое направление не получило дальнейшего развития в силу жесткости характера М. Тэтчер. Еще одним важным фактором, отрицательно сказавшимся на формировании образа матери и хозяйки, явился тот факт, что М. Тэтчер в 1970 г. отменила в школах поставку детям бесплатных молочных продуктов. Тем самым она получила прозвище М. Тэтчер – Похитительница молока [2].

В связи с вышесказанным, имидж М. Тэтчер стал разрабатываться по второму направлению – это образ мужчины-лидера. И это направление имиджмейкинга оказалось гораздо удачнее первого. Западные идеи эмансипации проявились и воплотились в образе М. Тэтчер в гипертрофированном виде. Она никогда не пользовалась привилегиями слабого пола, наоборот, всеми своими поступками и своими действиями М. Тэтчер пыталась доказать, что она не слабый пол. М. Тэтчер были свойственны такие черты характера, как целеустремленность, высокая работоспособность, сила воли, прагматичность, пунктуальность, жизнестойкость, стрессоустойчивость, а главное – уверенность в себе. Последняя особенность М. Тэтчер очень ярко проявлялась в ситуации, связанной с ее социальным происхождением. Необходимо подчеркнуть, что для формирования благоприятного имиджа социальная среда имеет большое значение. М. Тэтчер происходила из низких по социальному статусу слоев общества. Однако, она никогда не скрывала своего происхождения, а наоборот гордилась тем, что является дочерью лавочника, и при этом достигла больших высот в политике и обществе.

В 1976 г. в одном из своих выступлений М. Тэтчер очень резко осудила коммунизм, и, в связи с этим, один из советских дипломатов назвал ее *Железной леди*. Это прозвище М. Тэтчер очень понравилось. В дальнейшем М. Тэтчер стала позиционировать себя как Железная леди, а ее окружение всячески в этом поддерживало.

Главными качествами, благодаря которым конструировалась политическая карьера М. Тэтчер, были последовательность, жесткость и стойкость. Она всегда оставалась верна своим принципам и не отступала от них ни на шаг [3].

Такие мужские черты характера, как смелость и самообладание помогли М. Тэтчер пережить трагическую ситуацию, связанную с покушением на нее. В 1984 г. Ирландская республиканская армия заложила бомбу в отеле, где проходила конференция Консервативной партии, с целью убийства М. Тэтчер и членов ее партии. Она чудом избежала гибели, однако, в результате террористического акта погибли пять человек и еще тридцать пострадали. В ответ на эту ситуацию, Маргарет Тэтчер с уверенностью и самообладанием заявила, что нападение провалилось и все последующие попытки уничтожить демократию с помощью терроризма потерпят неудачу. Благодаря своему несгибаемому характеру и железной воле она продолжила свою политику, несмотря на покушение [5].

Важной составляющей имиджа той или иной персоны является внешний вид. М. Тэтчер осознавала, что конструирование успешного, благоприятного имиджа той или иной партии предполагает создание соответствующего внешнего образа ее лидера. Несмотря на жесткость в политике, Маргарет Тэтчер всегда отличалась умением выглядеть безупречно, она накануне выборов придерживалась особой диеты т.к. считала, что ей следует немного похудеть для того, чтобы отлично выглядеть во время выборов перед телевизионными камерами [2].

Подобно зонту Джозефа Чемберлена и сигаре Уинстона Черчилля, постоянной спутницей и фирменным символом Маргарет Тэтчер была ее сумочка. Как отметил бывший министр правительства лорд Бейкер, сумка была ее секретным оружием. Маргарет Тэтчер обычно вынимала из него документ, который становился решающим аргументом в споре. Журналисты называли аксессуар политика «страшной сумкой». Более того, термин «сумочка» так часто использовался по отношению к политическому стилю Маргарет Тэтчер, что это слово вошло в Оксфордский словарь английского языка и стало обозначать безжалостную, жесткую и суровую женскую атаку на личность или идею.

Формируя свой гардероб, М. Тэтчер отдавала предпочтение деловым костюмам преимущественно темных, спокойных тонов. Ее деловые костюмы состояли в основном из двубортных классических пиджаков или жакетов и юбки. М. Тэтчер любила носить платья, но ее личный стилист М. Кинг убедила отказаться от них в пользу деловых костюмов, т.к. они удачно получаются на фотографиях, выигрышно смотрятся на деловых переговорах и действуют на людей психологически. Женщине, выбирающей строгий деловой костюм, окружающие автоматически припишут такие качества, как серьезность, трудолюбие, уверенность в себе, деловитость, организованность.

Важной особенностью М. Тэтчер являлось то, что она, прислушиваясь к советам своих стилистов, всегда оставляла за собой последнее слово и старалась придать своему образу какую-то исключительность, уникальность, оригинальность, т.е. имела свою изюминку. Так, например, стилисты неоднократно предлагали ей отказаться от жемчужных бус, которые подарил ей супруг в честь рождения их детей. Однако, М. Тэтчер сделала эти бусы самой яркой деталью своего облика. Она также использовала другие украшения и аксессуары, чтобы добавить яркости своему образу и украсить деловой костюм. М. Тэтчер прикалывала красивую брошь к своему жакету, и эта брошь всегда удачно сочеталась с ее нарядом и образом. Конструируя свой гардероб, она также отдавала предпочтение блузам с красивыми бантами на шее. Платья М. Тэтчер надевала только в исключительных случаях, в основном на неофициальные мероприятия, корпоративы, приемы гостей и во время визитов в другие страны. Ее платья также отличались строгостью, элегантностью, имели спокойные расцветки преимущественно пастельных и сине-голубых тонов.

Благодаря своему хорошему от природы вкусу, своей харизме, обаянию, силе характера, компетентности и профессионализму, а также уверенной манере поведения М. Тэтчер как женщина сумела утвердить себя на международной политической арене и внушить к себе уважение. Британский министр иностранных дел Д. Хоу отмечал, что, когда М. Тэтчер прилетела в Токио на свой первый саммит, она привела всех в восторг и все оценили ее как успешного политического лидера [2].

Важно подчеркнуть, что политический имидж М. Тэтчер актуален и в наше время. Многие политики-женщины стараются подражать манере поведения и стилю М. Тэтчер. Например, бывший госсекретарь США Кондолиза Райс старалась на своих политических дебатах выглядеть как М. Тэтчер, и она также ставила свою женственность на второе место после работы.

В заключение следует отметить, что имидж М. Тэтчер был целенаправленно построен ею самой и ее стилистами благодаря имиджмейкингу, он был сконструирован на основе жесткого тотального консерватизма. Удачно сконструированный имидж помог

М. Тэтчер добиться блестящей политической карьеры и занять достойное место в социальной иерархии. Политическая деятельность М. Тэтчер характеризуется целеустремленностью, волюнтаризмом, прагматизмом и дисциплиной, однако оценивается политологами неоднозначно: одни считают, что она была провальная и катастрофическая для страны, вызвала много проблем и пагубно повлияла не только на Англию, но и на СССР; другие считают, что благодаря ей Великобритания обрела статус великой державы. Но, несмотря на это, в настоящее время внешний стиль Железной леди М. Тэтчер является стандартом и эталоном для женщин, стремящихся сделать успешной свою политическую карьеру. Внешний образ М. Тэтчер полностью соответствовал ее имиджу Железной леди и во многом походил на образ мужчины-лидера. Это проявлялось не только в ее речи, действиях и поступках, но и в стиле одежды - строгом деловом костюме, в выборе классических цветов в одежде, сдержанных украшений и аксессуаров, строгой прическе. Образ Маргарет Тэтчер и в настоящее время является эталоном для многих современных политических лидеров.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Беляева М. А, Самкова В. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов ; Урал. гос. пед. ун-т. // Екатеринбург, 2016. – 184 с.
2. Буданова И. А. Маргарет Тэтчер: профессионал... Политик... Женщина... // Интеллигенция и мир. 2008. № 4. – 116 с.
3. Громыко, А. А. Российско-британские отношения во второй половине XX века // Россия и Британия. Выпуск «Связи и взаимные представления XIX - XX века.», отв. ред. А.Б. Давидсон, Институт всеобщей истории РАН, М., 2006. – 312 с.
4. Денискина, В. Я. Политический портрет М. Тэтчер. М. : ИНИОН, 1991. – 112 с.
5. Замятин, Л. М. Горби и Мэгги. Записки посла о двух известных Политиках. М. : Б. м. Б, 1995. – 213 с.

УДК 364.08

Герашченко Руслан Игоревич, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Gerashchenko Ruslan Igorevich, student, Komsomolsk-na-Amure State University

Гусева Жанна Игоревна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Guseva Zhanna Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ САМОРЕАЛИЗАЦИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

STUDY OF THE INFLUENCE OF WORK MOTIVATION ON THE PROFESSIONAL SELF-REALIZATION OF SOCIAL WORK SPECIALISTS

Аннотация. В статье рассматриваются мотивационный процесс внутренних побудительных сил к труду специалиста по социальной работе. Выделяются особенности влияния мотивов на переосмысление потребностей, ценностей и интересов личности в трудовой сфере. Анализируются соотношения различных мотивов, влияющих на структуру мотивации специалиста по социальной работе.

Abstract. The article discusses the motivational process of internal motivating forces for the work of a social work specialist. The peculiarities of the influence of motives on rethinking the needs, values and interests of an individual in the labor sphere are highlighted. The correlation of various motives influencing the structure of motivation of a social work specialist is analyzed.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, социальная работа, самореализация, личность.

Key words: motivation, stimulation, social work, self-realization, personality.

Мотивация для специалиста по социальной работе играет огромную роль в трудовой деятельности, а также является важнейшим фактором в области профессиональной самореализации социального работника. Актуальность данной темы обозначается тем, что в профессиональной деятельности специалист по социальной работе сталкивается с трудностями в повышении своего уровня мотивации. Эти трудности негативно отражаются на уровень профессиональной компетентности и мотивов, которые побуждают его к повышению уровня личной мотивации. При осуществлении трудовых обязанностей и задач, возложенных на работника, оказывается воздействие внешних побудительных мотивов на внутренние мотивы, т.к. работник неординарно расставляет приоритетные цели, а также сам занижает уровень своей мотивации. В связи с чем, организация сталкивается с такой проблемой, как остановка экономического роста организации или учреждения. Внутренняя мотивация влияет на результаты не только социальной, но и творческой активности работников, т.к. именно от нее зависит высокий уровень внутренней мотивации, а также конечные результаты предприятий в их многогранной социально-экономической деятельности, в том числе в области оказания услуг населению органами социальной защиты. Поэтому руководителям и менеджерам по управлению персоналом необходимо уделять большое внимание. Изучение мотивов, содействующих выполнению специалистами своих профессиональных обязанностей, крайне важно.

Исследованию методов мотивации и стимулированию труда посвящено не мало работ в области социологии, психологии, социальной работы, а также и в экономике. Так, рассматриваются важность и эффективность методов мотивации в управлении персоналом (Афанасьева В.С.) [1]; влияния новых современных подходов к мотивации персонала (Балаев В.А., Гридчин В.С., Чаплыгин Н.А.) [2]; анализируются проблемы формирования трудовой мотивации и основные факторы, влияющие на эффективность системы управления персоналом (Гордеева Е.В., Севастьянова Ю.С.) [3]; проблемы мотивационной сферы и ее динамики в процессе профессиональной подготовки с точки зрения психологии (Горбач Н.С.) [4] и множество других аспектов этой сложной многокомпонентной проблемы.

В настоящее время авторами разработаны основные методики исследования мотивации, представленные на рисунке 1.

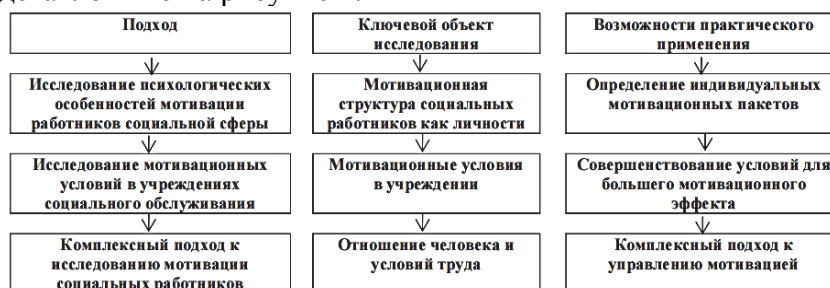


Рисунок 1 – Подходы к исследованию трудовой мотивации

Категориально-понятийный аппарат менеджмента рассматривает мотивацию как динамическую систему, взаимодействующей с внутренними факторами (мотивами), которые вызывают и сопровождают направленное поведение человека или группы.

Среди внутренних факторов мы выделили потребности, желания, ожидания, стремления, восприятие, ценностные отношения и другие психологические элементы личности.

Мотивация в профессиональной деятельности оказывает большое влияние на профессиональную самореализацию специалистов по социальной работе, поскольку мотивационный компонент профессиональной самореализации базируется на системе ценностных ориентаций, установок и предпочтений специалиста. Будущий социальный работник вступает в профессиональную деятельность с уже сформированным кругом ценностей, должен предъявлять к себе требования работы, которые будут нести в себе определенную мотивацию, которая, в отличие от сознания ценностей, определяющего смысл и перспективы работы, в первую очередь определяет выбор средств и методов ее осуществления. Высокая и стабильная эффективность работы возможна при сосредоточении внимания на таком природном комплексе, в котором внутренние движущие силы занимают центральное место. Реализация особого интереса зависит от желания человека, индивидуальных предпочтений и иерархии ценностных и мотивационных программ.

Приоритетным фактором для специалиста по социальной работе в профессиональной самореализации выступает его собственная система ценностей, которая в конечном итоге определит его профессиональную пригодность и самореализацию.

Система профессиональных ценностей социального работника построена по следующей системе, которая связывает в группу ценностей профессии:

- 1) ценности, которые отражают альтруистический характер профессиональной деятельности, - помощь гражданам, которые нуждаются в социальной поддержке;
- 2) ценности культурно-этической ответственности перед профессией - отстаивание и защиты чести и достоинства, а также целостности профессии, развитие этических норм, знаний и миссии социальной работы;
- 3) ценности, связанные с потребностью в самореализации, самоутверждении и совершенствовании личности социального работника.

Перечисленные профессиональные ценности позволяют утверждать, что многообразие ценностей, отражают необходимые, значимые качества эффективной профессиональной деятельности работников этой сферы.

Построенная структура системы мотивации работников учреждений социального обслуживания, представляет собой сферу социальной работы, которая является достаточно трудной в контексте профессиональной мотивации.

В свою очередь, нами представлена мотивация в трудовой деятельности специалистов по социальной работе в рамках структуры, она включает в себя три ступени: первая ступень - трудовая мотивация, выступающая для человека как ценность, как благо; вторая ступень - мотивация к выбору профессии (специальности) которая, с одной стороны, связана со способностями, склонностями и интересами человека, с другой стороны - с социальной значимостью и престижем выбранного направления работы; на третьей ступени - мотивация выбора конкретного места работы можно рассматривать, как на необходимость при выборе профессии специалиста по социальной работе, так и на престиж профессии.

На наш взгляд, выбор профессии происходит с ориентацией на социальные ценности. Так как если главным для человека является общественный престиж, то и профессия выбирается исходя из существующей моды и престижности профессии в обществе. Поэтому именно социальные ценности определяют потребность в мотивации у будущих специалистов, способных обеспечить самореализацию личных и трудовых потребностей.

Социальная среда учреждений по большей части основывается на материальной, финансовой мотивации сотрудников, которая помогает учреждению сохранять наиболее ценных и важных для нее сотрудников, однако эта среда базируется не на материальной мотивации, а на стимулировании к полной самоотдаче, максимально профессиональному карьерному росту сотрудника.

Таким образом, влияние на мотивацию оказывают следующие компоненты, которые побуждают к мотивам самореализации личности в профессиональной деятельности: иерархия личных и профессиональных ценностей, возможностей в самореализации, вспомогательные средства, которые направляют к постановке и реализации целей и т.д.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасьева, В. С. Эффективные методы мотивации персонала // Аллея науки. 2020. Т. 2. № 12 (51). С. 456-458.
2. Балаев В. А., Гридчин В. С., Чаплыгин Н. А. Мотивация персонала. Современные подходы в мотивации персонала // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сборник статей по материалам CLX международной научно-практической конференции, Москва, 06 апреля 2020 г. Москва : ООО «Интернаука», 2020. С. 267-271.
3. Гордеева Е. В., Севостьянова Ю. С. Мотивация как важнейший фактор повышения эффективности системы управления персоналом организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 11-1 (69). С. 226-229.
4. Горбач, Н. С. Мотивация в психологии: история и современное состояние проблемы // Молодой ученый. 2021. № 3 (345). С. 42-44.

УДК 316.4

Голодяева Татьяна Валерьевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Golodyaeva Tatyana Valerievna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Товбаз Елена Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Tovbaz Elena Gennadievna, Candidate of Psychology Science, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКИХ ЖЕНЩИН В ПОСЁЛКЕ ХУРБА ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

THE SOCIAL STATUS OF RURAL WOMEN IN THE VILLAGE OF KHURBA, Khabarovsk Krai

Аннотация. Данная статья содержит итоги социологического исследования уровня социального благополучия пожилых женщин в сельской местности. Проанализированы результаты опроса по таким показателям, как источники дохода и материальное положение, состояние здоровья и медицинское обслуживание, структура расходов, оказание социально-бытовой помощи и жилищные проблемы. Сделаны выводы о возможных причинах нахождения пожилых женщин в сельской местности в сложных условиях жизнедеятельности.

Abstract. This article contains the results of a sociological study of the level of social well-being of older women in rural areas. The results of the survey were analyzed in terms of such indicators as sources of income and financial situation, health status and medical care, cost structure, provision of social assistance and housing problems. Conclusions are drawn about the possible reasons for finding elderly women in rural areas in difficult conditions of life.

Ключевые слова: социальные проблемы, сельская местность, пожилые люди, сельские женщины, социальное положение.

Key words: social problems, countryside, elderly people, rural women, social status.

Социально-экономические и политические изменения, происходящие в нашей стране, снижение жизненного уровня, правовая незащищенность, неблагоприятная демографическая ситуация, конфликты, рост негативных тенденций привели к тому, что значительная часть населения России оценивает свою жизнь как нестабильную. Особенно обострены проблемы социально незащищенных слоев населения и, в первую очередь, пожилых людей [2].

«Пожилые люди – это группа, содержащая в себе индивидов с разнообразными проблемами, от относительно здоровых и крепких до глубоких стариков, обремененных недугами. Она включает в себя выходцев из самых разных социальных слоев, с разным уровнем образования, квалификацией и интересами» [1].

Вследствие структурной перестройки общества увеличились проблемы сельского населения страны, в особенности пожилых граждан, что повлияло на снижение продолжительности жизни и уровень социального благополучия [3]. Неудовлетворительное состояние здоровья, неустойчивое материальное положение, уменьшение конкурентоспособности на рынке труда в предпенсионном и пенсионном возрасте – типичные проблемы большинства граждан пожилого и престарелого возраста. Многие граждане пожилого и престарелого возраста в современной социально-экономической среде чувствуют свою неприспособленность и социальную невостребованность, на фоне недостаточного удовлетворения их индивидуально-бытовых и медицинских потребностей [2].

Кроме того, для современного российского общества характерны старение и феминизация полового состава населения. Например, по данным Росстата, численное превышение женщин над мужчинами в Хабаровском крае отмечается с 1941 г. и с возрастом увеличивается. Такое неблагоприятное соотношение сложилось из-за сохраняющегося высокого уровня преждевременной смертности мужского населения, и в основном это характерно для сельской местности [5].

Поэтому, роль сельских женщин в социальном развитии села приобретает решающее значение и во многом определяется не только традициями, где сельская женщина опора семьи и хранительница семейного очага, мать и жена, но и «добытчица пропитания», благодаря радикальным социальным переменам в обществе. Всё более активной становится позиция женщины в коммуникационной среде и значительно определяет общественное мнение сельского социума [3; 4].

В целях изучения социального положения сельских жительниц проводилось социологическое исследование в поселении Хурба, которое находится в Комсомольском районе Хабаровского края и расположено в двадцати пяти километрах к югу от города Комсомольска-на-Амуре. Население Хурбы – 6298 человек. В опросе (анкетировании) принимали участие 35 женщин в возрасте 60-69 лет.

Прежде всего рассматривалась категория здоровья как показатель удовлетворенности жизнью и успешность адаптации к наступлению старости. Респонденты ответили на вопрос, насколько они удовлетворены состоянием своего здоровья (рисунок 1).

Несмотря на то, что только 14 % респондентов удовлетворены своим здоровьем, лишь 4 % женщин посещают врача систематически, остальные 96 % – по мере необходимости, время от времени. Более того, кардинально поправить своё здоровье готовы лишь 23 % опрошенных.

Причиной этому может быть пассивность участников исследования, безразличие по отношению к собственному здоровью, либо занятость иными проблемами.

Следующий вопрос касался уровня достатка и оценки степени удовлетворённости пожилых женщин своим материальным положением (рисунок 2).

В свою очередь, данные об основных источниках дохода сельских жительниц пожилого возраста отражены на Рисунке 3.

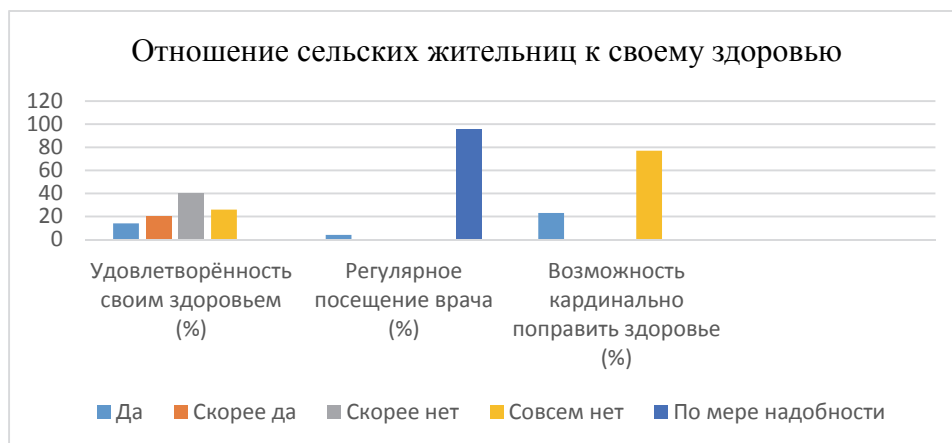


Рисунок 1 – Показатели отношения сельских жительниц к своему здоровью

Уровень материального положения сельских женщин

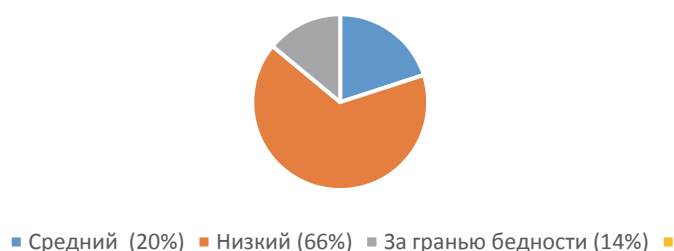


Рисунок 2 – Оценка своего материального положения жительницами посёлка Хурба

Показатели основных источников дохода

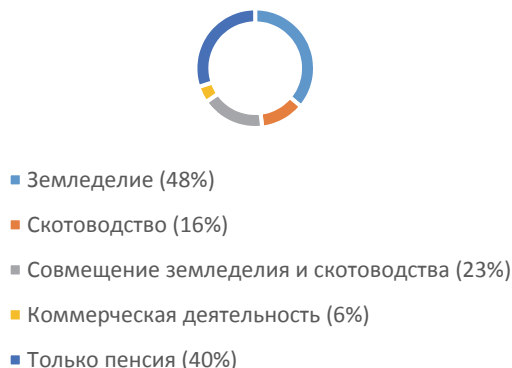


Рисунок 3 – Основные источники дохода жительниц посёлка Хурба

При этом всего 20 % участниц опроса получают материальную помощь от своих детей, а 26 % сами помогают своим детям материально.

Также для женщин пожилого возраста характерна специфическая структура расходов: питание, жилищно-бытовые услуги, медицинские услуги и лекарственные препараты.

В целом, степень удовлетворенности уровнем жизни у пенсионерок в полной мере, составляет 20 %, частично – 71 %, не удовлетворяет совсем – 9 %. Наряду с этим отмечается наличие жилищных проблем, в частности в устройстве жилья. Большинство респондентов (80 %) проживает в собственных домах старой постройки, которые зачастую находятся в аварийном состоянии и требуют капитального ремонта, а также материальных затрат на приобретение дров, угля и физических усилий на уборку территории возле дома.

Важной проблемой, как выяснилось в ходе исследования, являются также недостаток общения и сочувствия со стороны односельчан, отсутствие интересного досуга, одиночество (таблица 1). Например, более чем у половины респондентов возникают трудности в общении, с людьми, сложности в коммуникации. Практически все испытывают чувство одиночества.

Таблица 1 – Основные характеристики досуга пожилых женщин в посёлке Хурба

Условия и круг общения	Увлечения и развлечения	Место (вид) отдыха
Нет условий Нет постоянного круга общения	Телевизор, радио	Диван, лавочка во дворе
Помещение магазина, соседи	Работа на приусадебном участке	Сад, огород
Друзья, ходят в гости и при- нимают гостей	Рукоделие	В гостях у родственников

Таким образом, пожилые женщины в сельской местности находятся в сложных условиях жизни, обусловленных низким уровнем социального благополучия, которое в свою очередь складывается из ряда проблем: неудовлетворительное состояние здоровья, отсутствие прибыльных источников дохода, сужение круга общения, недостаточное оказание социальной, материальной и медицинской помощи, а также, в ряде случаев, и полное их отсутствие. Главной проблемой является нехватка на селе специалистов в области социальной работы, социальная инертность и консервативность сельских жителей. Всё это создаёт комплекс негативных изменений, ведущих к чувству опустошённости, ощущению ненужности и состоянию одиночества, но довольно быстро преодолевается, если женщины пенсионного возраста поддерживают собственную социальную и психологическую активность.

Исходя из всего вышеизложенного, следует отметить, что большинство пожилых сельских жительниц нуждаются в широком спектре услуг и помощи, что порой затруднительно из-за нехватки источников общественной и частной поддержки характерной для сельской местности в связи с недостатком действующих социальных организаций.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гурьянова И. В., Сычкова Н. В. Подготовка специалистов по социальной работе к работе с пожилыми // Актуальные психологические проблемы становления личности в современном мире: матер. III Всерос. науч.-практ. конф. // Магнитогорск : МаГУ, 2015. – 183 с.
2. Джамалаева Э. И., Ярычев М. У. Социальные потребности пожилых людей // Наука и молодежь. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 535-539.
3. Коробейников М. Н. Совершенствование социального управления – фактор развития сельских поселений // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 6. С. 51-54.
4. Пациорковский В. В. Сельская Россия : проблемы и перспективы // Социологические исследования. 2017. №1. С. 90-99.
5. DVHAB.RU.: сайт. URL: <https://www.dvnovosti.ru/khab/2018/09/04/87821/> (дата обращения: 01.11.2022).

Гордышев Кирилл Романович, курсант, Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации
Gordyshev Kirill Romanovich, cadet, Novosibirsk Military Order of Zhukov Institute named after General of the Army I.K. Yakovlev, National Guard Troops of the Russian Federation
Зайцев Николай Николаевич, кандидат педагогических наук, Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации
Zaitsev Nikolai Nikolaevich, Candidate of Pedagogical Sciences, Novosibirsk Military Order of Zhukov Institute named after General of the Army I.K. Yakovlev, National Guard Troops of the Russian Federation

ПРИЧИНЫ И ЧАСТНЫЕ ИТОГИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ НА УКРАИНЕ

REASONS AND PRIVATE RESULTS OF THE SPECIAL MILITARY OPERATION IN UKRAINE

Аннотация. Коллективом авторов рассматривается актуальная проблема, связанная со специальной военной операцией. Авторами проанализированы ряд причин, обусловивших необходимость её проведения. В результате авторы приходят к выводу, что сложившаяся ситуация явилась закономерным итогом внешнеполитического курса коллективного Запада, пренебрежения ООН, как гаранта мира, экспансии НАТО на Восток. Для достижения целей ослабления России на Украине к власти был приведен режим, осуществляющий геноцид русскоязычного населения.

Abstract. The team of authors considers an urgent problem related to a special military operation. The authors analyzed a number of reasons that led to the need for its implementation. As a result, the authors come to the conclusion that the current situation was a logical result of the foreign policy of the collective West, neglect of the UN as a guarantor of peace, and NATO expansion to the East. To achieve the goals of weakening Russia in Ukraine, a regime was brought to power that carried out the genocide of the Russian-speaking population.

Ключевые слова: специальная военная операция, Россия, НАТО, Украина, Донецкая Народная Республика, Луганская Народная Республика.

Key words: special military operation, Russia, NATO, Ukraine, The Donetsk People's Republic, The Lugansk People's Republic.

В середине декабря 2021 г. Россия запросила юридические гарантии того, что НАТО прекратит военную деятельность в Восточной Европе, а также запрета на членство Украины в военном альянсе в будущем. Дипломаты НАТО ответили, что Россия не является членом НАТО и не имеет права диктовать политику нынешним и будущим членам. Российская сторона утверждала, что расширение НАТО с 1991 г. неприемлемо. Таким образом, Соединенные Штаты и Западная Европа в своей официальной риторике использовали угрозу принятия Украины для продвижения своих геостратегических интересов против России [1].

Украина находилась в центре внимания командования НАТО, отведенная ей роль предполагала ослабление России и усиление влияния США в регионе. Реализация этого плана началась после государственного переворота на Украине с конца ноября 2013 г. по февраль 2014 г., результатом которого стало свержение президента Виктора Януковича, новые президентские и парламентские выборы и начало антитеррористиче-

ской операции на Донбассе. К концу весны 2014 г. в Донецкой и Луганской областях образовались две самопровозглашенные республики: Донецкая Народная Республика (ДНР) и Луганская Народная Республика (ЛНР). Силы народной милиции в ходе боев взяли под контроль более трети своей территории. Конфликт был жестоким, и он был приостановлен благодаря Минским соглашениям, принятым в сентябре 2014 г., подписанным Россией, Украиной и Организацией по безопасности и сотрудничеству в Европе (Трехсторонняя контактная группа по Украине). Однако вскоре боевые действия вспыхнули снова, и 12 февраля 2015 г. в Минске было подписано новое соглашение, которое предусматривало вывод тяжелого вооружения с поля боя, освобождение пленных с обеих сторон и конституционные реформы на Украине, которые предусматривали бы предоставление автономии Донецкой и Луганской областям. Украина должна была восстановить контроль над своими границами, а в двух регионах должны были быть проведены выборы. Однако еще в 2015 г. некоторые аналитики сомневались в искренности намерений, с которыми Украина подошла к подписанию соглашения [2].

Затем последовал восьмилетний период, в течение которого боевые действия периодически продолжались. Две республики Донбасса подверглись тотальному эмбарго со стороны Украины, что является фактически геноцидом населения Донбасса со стороны киевских властей, республики получали поставки только из России. Их статус независимых государств изначально признали только два государства: Абхазия и Южная Осетия. С 2019 г. Россия начала выдавать российские паспорта жителям Донбасса, а 21 февраля 2022 г. Владимир Путин объявил, что Россия признала Донецкую и Луганскую народные Республики независимыми государствами, включая территории, находящиеся под контролем Украинского режима.

24 февраля 2022 г. Россия начала специальную военную операцию (СВО), целью которой является демилитаризация и денацификация Украины. Одним из направлений сосредоточения усилий Вооруженных Сил России стал Мариуполь [3].

Город был освобожден подразделениями Народной милиции ДНР в мае 2014 г., однако, украинские войска отбили его в следующем месяце. Мариуполь был не только крупным портом Украины на Азовском море, но и местом расположения крупнейших сталелитейных заводов страны. Большая часть Донбасса традиционно являлась центром угольной промышленности и связанному с ней производством стали. Почему для России было так важно освободить его? Можно выделить несколько причин.

Во-первых, город продержался более 80 дней с начала СВО, и был освобожден, когда с 16 мая украинские части на заводе «Азовсталь» стали сдаваться в плен. Их капитуляция стала для России психологическим прорывом в боях, которые до сих пор были омрачены потерей в Черном море крейсера «Москва».

Задержание членов экстремистской организации «Азов», является доказательством реального существования неонацистского правительства на Украине [4].

Во-вторых, в стратегическом плане захват Мариуполя оставил Украине открытым только один крупный порт – Одессу, которая, вероятно, станет следующей целью, чтобы отрезать Украину от Черного моря, как от Азовского, лишив ее коммуникаций.

В-третьих, Россия получила наземную связь, соединяющую Донбасс с Республикой Крым. В мае 2018 г. Россия построила мост, обеспечивающий автомобильное и железнодорожное сообщение между материковой частью России и Крымом, но в результате террористического акта 8 октября 2022 г. он был поврежден. Освобождение Мариуполя позволило поставлять все необходимое в Крым. Были созданы предпосылки освобождения Запорожской и Херсонской областей, в последующем вошедших в состав России. В идеале позже должны быть освобождены Николаевская и Одесская области, что позволило бы установить связи с Приднестровьем. В апреле 2022 г. к западу от Одессы, в Приднестровье, произошло несколько взрывов на военных арсеналах, ответственность за которые несет Украина.

Результатом бессмысленного применения украинским режимом военной силы по отношению к мирным жителям, насилия, убийств невинных, станет неприязнь украинцев на протяжении целого поколения. Украина стремится уничтожить русскоязычных украинцев как этническую группу, то есть совершает геноцид. Независимо от того, имеет ли этот термин отношение к злодеяниям совершаемым украинским режимом, это исключает возможность ведения переговоров и каких-либо уступок. Для украинского режима нет очевидного конца или точки выхода из ситуации, он действует в иррациональном мире, в котором не играют роль ни дипломатия, ни разум.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ксенофонов, В. В. Продвижение НАТО на Восток – угроза безопасности России, как главного субъекта русского мира // Социально-политические науки. 2020. Т. 10. № 3. С. 15-20. DOI 10.33693/2223-0092-2020-10-3-15-20.
2. Танич, В. В. Проблема обретения территориальной идентичности современной Россией // Интеллектуальный потенциал Сибири : сборник научных трудов / Под редакцией Д. О. Соколовой. Часть 2. Новосибирск : НГТУ, 2021. С. 463-465.
3. Кочешев, С. П. Специальная военная операция по освобождению Донбасса как гуманистический цивилизационный аспект: переустройство правовой жизни военной организации государства // Военно-юридический журнал. 2022. № 7. С. 2-4. DOI 10.18572/2070-2108-2022-7-2-4.
4. Рябиков, А. С. Проблемы интеграции добровольческих националистических формирований в государственные структуры // Сибирские юридические студенческие чтения : материалы XIX международной научной конференции студентов. Омск : Сибирский юридический университет, 2022. С. 121-125.

УДК 342

Гулиев Илгар Назим оглы, магистрант, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Guliev Ilgar Nazim oglu, graduate student of Komsomolsk-na-Amure State University

Чашина Светлана Ивановна, кандидат юридических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Chashchina Svetlana Ivanovna, Candidate of Law, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГЕКТАР»: В ПОИСКАХ БАЛАНСА ИНТЕРЕСОВ

"FAR EASTERN HECTARE": IN SEARCH OF A BALANCE INTERESTS

Аннотация. Актуальность темы статьи обусловлена необходимостью элиминировать противоречия социально-экономического развития в условиях сложившегося геополитического фактора отношений в мире. Потребность в таком исследовании в первую очередь определилась непрерывным сокращением населения дальневосточного региона и усилением направленности на диверсификационную экономику. Во вторую очередь встаёт учёт особенностей инфраструктурного обустройства территории и населения, которые становятся чрезвычайно важными в настоящий период. В третью очередь - ранжирование экономических величин, которые определились с момента начала реализации закона о «Дальневосточном гектаре» и привели к изменению действующего ранее законодательства.

Abstract. The urgency of the theme of the article is caused by the need to eliminate the contradictions of socio-economic development in the conditions of the current geopolitical factor

of relations in the world. The need for such research is first of all determined by the continuous reduction of population in the Far Eastern region and the increased focus on diversification of the economy. Secondly, it is necessary to take into account the peculiarities of infrastructural arrangement of the territory and population, which are becoming extremely important in this period. In the third place is the ranking of economic values that have been determined since the beginning of the implementation of the law on "Far Eastern hectare" and led to changes in the current legislation.

Ключевые слова: дальневосточный гектар, малоэтажное строительство.

Key words: far eastern hectare, low-rise construction.

Непрерывное сокращение населения дальневосточного региона в последние годы обоснованно усиливает направленность на диверсификационную экономику. Современные меры поддержки и закрепления населения должны учитывать особенности инфраструктурного обустройства территории. Ранжирование экономических величин, которые определились с момента начала реализации закона о «Дальневосточном гектаре» и привело к изменению действующего ранее законодательства.

Поручения Президента РФ, являясь мобильной версией принятия решений на высшем уровне, в последнее время стали широкой практикой. Корректировка действующего правового поля, разработка специального механизма его реализации — всё это для очевидного улучшения качества жизни населения страны. Совсем недавно по итогам проходившего в Санкт-Петербурге юбилейного международного экономического форума – XXV главой государства был утверждён перечень поручений, который, в том числе, касается разработки комплекса необходимых мер, которые направлены на обеспечение жильём население страны [1].

Немного позднее, 7 сентября 2022 г. во время выступления на пленарном заседании VII Восточного экономического форума - 2022, Президентом РФ В.В. Путиным было дано поручение Министерству Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, до конца 2022 г. обеспечить проведение первых конкурсов и отобрать застройщиков в целях реализации программы «Дальневосточный квартал» [2].

Казалось бы, в период жесточайшего структурного кризиса мировой экономики и политической турбулентности как могут на первый план выходить вечные и всеобщие ценности: еда, теплый кров и безопасность. Но есть мнение, что выживаемость населения на период затяжной стагнации мировой экономики напрямую зависит от возможности иметь личное подсобное хозяйство [3].

Данная проблема имеет более локальный аспект применительно к дальневосточному региону нашей страны. Предлагаемые различные варианты реализации государственных планов напрямую затрагивают жизнеобеспечение населения в дальневосточном регионе и приобретённые земельные участки становятся ценнейшим активом, в который имеет смысл вкладываться. Для строительства жилья гражданам предоставляются «дальневосточный» и с недавнего времени «арктический» гектар. По данным открытых источников по программе «Дальневосточный гектар» только с начала 2022 г. в Приморском, Хабаровском краях и Амурской области выдали земельные наделы более трём тысячам граждан. Недавний опрос ВЦИОМ и ДОМ.РФ показал: почти половина (49 %) россиян, имеющих крупную сумму денег, хотели бы вложить её в покупку жилой недвижимости. Число граждан, считающих такую инвестицию выгоднее банковских депозитов и иных способов приумножения средств, - впечатляющее - 72 %. За последние полтора года этот показатель увеличился на 6 % [4].

Между тем, увеличение спроса или его уменьшение на недвижимость, в том числе и малоэтажную, напрямую зависит от состояния российской экономики, от её зависимости от импорта техники и технологий. По прогнозам Правительства России, доля малоэтажного жилья в 2020 г. должна была превысить 70 %. Предполагалось, что развитие малоэтажного строительства поспособствует общему экономическому росту страны за счет создания миллионов рабочих мест в сфере строительно-монтажных, отделочных работ, на рынке стройматериалов и в области специализированных услуг. Реализовать подобные решения в настоящее время становится сложно. Отлаженные технологии малоэтажного строительства, такие как каркасная технология, лёгкие стальные тонкостенные конструкции, SIP-панели, ячеистый бетон, поризованная керамика и другие, которые в значительной степени зависимы от западного зарубежного оборудования. Необходимо в ближайшее время переориентировать на азиатский регион, либо срочно начать наращивать производственные возможности российских изготовителей оборудования и техники. Для того, чтобы реализация национальных проектов, в том числе дальневосточного малоэтажного строительства, не оказались под угрозой срыва, требуется активизация правового регулирования, локального управления и выработка новых критериев эффективности управления малоэтажным строительством. На фоне геополитических сложностей Дальний Восток должен стать авангардом в этом направлении, а динамика его развития будет определяться применением высокоточных технологий в инженерной, социальной, транспортной инфраструктуре.

Немаловажным условием такого развития играет и сопутствующая инфраструктура на специально отведенной территории для малоэтажной застройки. Поскольку благоприятных территорий для застройки и жизни на землях Дальнего Востока и Арктики не так уж много и, с точки зрения повседневного использования эти земли недостаточно комфортны для людей, выбор, как правило, находится в границах или около населённых пунктов.

Кроме того, строительство коттеджных и тому подобных посёлков на дальневосточных и арктических землях приводит к появлению так называемой частной территории, имеющей особый правовой режим. Активное благоустройство частной территории малоэтажной застройки требует оказание публичных услуг жителям таких домовладений. Кроме того, обеспечение безопасности частных домовладений, на указанных территориях, в условиях удалённости от больших населённых пунктов тоже имеет не маловажное значение. В подобных ситуациях возникают разные проблемы, например, ремонт частных дорог в коттеджных посёлках, вывоз твёрдых отходов и другого мусора, общественный транспорт, доступ экстренных служб. В национальных программах по развитию Дальнего Востока и, в частности, в государственной программе Российской Федерации "Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа" не закреплено положение о том, чьей зоной ответственности (контроль за этой территорией) – субъекта Российской Федерации или органов местного самоуправления будут территории малоэтажной застройки [5]. Кроме жилья людям нужно обеспечить доступ к общественным пространствам, (например, водоемам, клубам и т.п.). Формирование инфраструктуры для малоэтажной застройки должно начинаться со строительства автомобильных дорог общего пользования не только местного значения, а потому разграничение полномочий между органами публичной власти должно быть закреплено законодательно. В настоящее время это направление политики государства должно быть реализовано в полной мере. Между тем, обусловленное геополитической обстановкой в мире, наблюдается падение рентабельности малоэтажного частного строительства. А потому необходимо найти баланс интересов - публичных интересов, обусловленных выполнением государственных планов по развитию малоэтажного строительства и частных интересов, формируемых землепользователями и застройщиками, а

впоследствии и собственниками малоэтажной недвижимости. Вместе с тем, должны воссоздаться предпосылки для сосредоточения локального управления непосредственно на ведении работ и получении конечного результата.

Управленческие решения, в рассматриваемом аспекте деятельности, в какой-то мере должны быть эвристическими, поскольку решения управленца, основанные только на формализованных способах, зачастую не способствуют скорости и правильности управленческого решения, поскольку не требуют от руководителя глубокой мыслительной работы. Малоэтажное строительство с точки зрения управления относится к динамичной, вероятностной, открытой и развивающейся системам. Разработка и внедрение отечественного программного обеспечения для проектирования, развитие собственных программ лояльности (не только субсидирование ипотеки, но и «трейд-ин», рассрочки и т. д.), заключение прямых договоров с производителями стройматериалов, увеличение конкурентоспособности товарного предложения, финансовое участие публичной власти по решению поставленных целей должно быть снабжено правовой определённостью и стабильным правовым регулированием.

Таким образом, современные социально-экономические меры закрепления населения на Дальнем Востоке требует основательного анализа ресурсного обеспечения и нормативно-правового обоснования с учетом особенностей инфраструктурных потребностей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Перечень поручений по итогам XXV Петербургского международного экономического форума. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/69045> (дата обращения 14.11.2022).

2. О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 24 апреля 2015 г. N 390 : Постановление Правительства РФ от 26.10.2022 N 1906 // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru>, 27.10.2022. (дата обращения: 14.11.2022).

3. Личное подсобное хозяйство: ответ на мировой экономической кризис. URL: <https://7dach.ru/NatashaPetrova/lichnoe-podsobnoe-hozyaystvo-otvet-na-mirovoy-ekonomicheskij-krizis-105539.html> (дата обращения 14.11.2022).

4. Как выстоять в кризис // Журнал «Компания». URL: <https://ko.ru/articles/kak-vystoyat-v-krizis/> (дата обращения 14.11.2022).

5. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 308 (ред. от 10.12.2021). URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения 14.11.2022).

6. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа»; Постановление Правительства РФ от 30.10.2021 N 1878 «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации "Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа» и распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 ноября 2010 г. N 1950-р" // Официальный интернет-портал правовой информации URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения 14.11.2022).

Джалилова Шемс Сардар кызы, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Dzhalilova Shems Sardar kizi, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Кириченко Любовь Павловна, кандидат экономических наук; доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kirichenko Lyubov Pavlovna, Candidate of Economic Sciences; Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

РЕКЛАМА В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

ADVERTISING IN THE ENTERPRISE ECONOMY

Аннотация. Ведение эффективной рекламной деятельности является сегодня одним из основополагающих факторов повышения стабильности любого предприятия. Особенно значение возрастает в условиях череды кризисов и событий в стране. Статья посвящена изучению влияния рекламы и ее основных аспектов на экономику предприятия. Рассмотрены способы определения относительной экономической выгоды и оценки эффективности рекламы на предприятиях.

Abstract. Conducting effective advertising activities is today one of the fundamental factors for increasing the stability of any enterprise. Especially the importance increases in the context of a series of crises and events in the country. The article is devoted to the study of the influence of advertising and its main aspects on the economy of the enterprise. The methods of determining the relative economic benefits and evaluating the effectiveness of advertising at enterprises are considered.

Ключевые слова: реклама, предприятие, влияние, рекламная кампания, экономика.

Key words: advertising, enterprise, influence, advertising campaign, economy.

В процессе купли-продажи между продавцом и покупателем есть товар, который необходимо реализовать. Зачастую создать товар оказывается легче, чем его продать. И в этом случае решение проблемы принимает на себя реклама. В рыночной борьбе между производителями товаров и услуг реклама – это инструмент захвата рыночной доли между конкурентами.

Реклама никогда не стояла на месте и развивалась вместе с появлением новых технологий, позволяющих эффективно распространять ее. Реклама позволила распространять информацию о товарах не только на определенной территории, но и повсеместно. Поэтому сейчас ни одно предприятие в мире не представляет свою деятельность без рекламы. А вообще реклама берет свои истоки из древности, когда торговцы на шею рабов вывешивали таблички, информирующие о продаже раба. Тем самым они привлекали к себе внимание и получали потенциальных потребителей. Это опять же доказывает, что реклама появилась очень давно и развивается вместе с развитием человеческого общества.

В настоящее время реклама – это основной элемент в экономике организации. Она имеет основные способы и методы продвижения ее товаров и услуг. По сути это установление связей между субъектами хозяйствования, производителями и потребителями товаров, которые будут способствовать росту деловой активности, повышению объемов капиталовложений и числа рабочих мест.

Помимо этого, в условиях конкуренции реклама сама является инструментом воздействия на развитие производства. Она подталкивает предприятия внедрять новейшие технологии производства, чтобы производить быстрее и качественнее конку-

рентов. Реклама стимулирует расширять ассортимент товаров и услуг, дизайн упаковки, поскольку реклама одного и того же товара надоедает покупателю. Так же реклама стимулирует использование и внедрение новых методов менеджмента и новейших методов контроля качества производства.

Стремление к конкурентной среде подталкивает предпринимателей к изучению и внедрению рекламной деятельности в свою компанию, что приводит, к расширению и совершенствованию производства и увеличению прибыли предприятия.

Поэтому на предприятиях формируются целые отделы рекламы, без которой немислимо существование современных предприятий. Ошибочно полагать, что реклама - это только баннеры на улицах и ролики по телевизору. В свою очередь, рекламная деятельность (кампания) – это целый комплекс мероприятий, включающих несколько этапов исследования рынка и прогнозирование дальнейшего существования предприятия, а именно - разработка плана маркетинговой исследования, его документирование. В нем определяется основная стратегия рекламной кампании предприятия и объем затрачиваемых на нее денежных средств.

Обозначим основные этапы маркетингового исследования:

- 1) определение основной проблемы исследования;
- 2) выявление способов отбора информации, а в последствии ее сбор;
- 3) анализ полученных результатов;
- 4) представление итогов.

Прежде чем приступить к практической реализации, исследование ведется в теоретическом формате. Проблема ставится исходя из возможностей базисного субъекта, на который опирается проект, в данном случае коим является предприятие. Далее, рассматриваем основные методы отбора информации. Самый яркий пример: анкетирование, а после проводится его анализ. Отдельно отметим, что обязательно нужно тщательно проанализировать рынок конкурентов, выделив для себя их недостатки, чтобы потом учесть это при организации своей рекламной кампании.

Таким образом, нам предоставляется возможность определить целевую аудиторию: ее боли и потребности, а также требования к товару. На основе всех выше приведенных показателей, мы формируем товар или услугу, которые будут в дальнейшем иметь продвижение и приносить прибыль организации.

Когда все этапы успешно завершены, то специалисты переходят к разработке рекламных мероприятий, которые будут заниматься продвижением товаров и услуг предприятия. Отметим, что средства, потраченные на кампанию, должны, окупится, то есть потребители, на которых будет ориентирован товар или услуга, должны приобрести продукт.

Однако не всегда рекламные кампании проходят успешно, поэтому приходится прибегать к антикризисным мерам, что немаловажно для организаций. Чтобы этого не случилось, в отдел рекламы на предприятии набирают профессионалов, которые смогут создать положительный имидж организации и сформировать устойчивый спрос его товаров на рынке.

Все вышеперечисленное, это то, что ожидается при успешном окончании рекламной кампании. Однако нужно не только имидж и спрос определить, но и экономическую эффективность от воздействия рекламы на все предприятие. К сожалению, в большинстве случаев это определяется только косвенно, так как многие рыночные факторы не поддаются учету [1].

На данный момент существуют несколько способов определения относительной экономической выгоды и эффективности рекламы (рисунок 1).

Способ	Функция
1. Сопоставление товарооборота до и после применения рекламы	уровень оборота сверх ожидаемого; сравнение прибыли за дополнительный оборот и затрат на саму рекламу.
2. Вычисление рентабельности рекламы	как относится результат каждой рекламной акции к ее себестоимости
3. Анализ целевых альтернатив	Насколько были решены поставленные задачи рекламной кампании. Он измеряется в процентах: $ЭЭ = ((ПР_{факт} - З_0) / ПР_{пл} - З_0) \times 100\%$, где: ЭЭ – экономическая эффективность; ПР _{факт} – прибыль по факту действия рекламной компании (в рублях за выбранный период); ПР _{пл} – планируемая прибыль за этот же период; З ₀ – затраты на рекламу.
4. Метод ROI (от англ. «Return of Investment» – «возвращение инвестиций»).	Чтобы измерить инвестиционную составляющую результативности рекламы, применяют формулу: $Э_0 = (V_{20} \times P - V_{10} \times P) / Z_0$, где: Э ₀ – эффективность рекламы; V ₂₀ – показатели выручки до начала кампании за определенный период; V ₁₀ – финансовые данные по выручке за такой же период после рекламной кампании; P – рентабельность продаж рекламируемого продукта (отношение цены за единицу за вычетом себестоимости к чистой цене); Z ₀ – затраты на рекламу.
5. Метод И. Березина	вычисляется разность между планируемым показателем без учета влияния рекламы и фактически достигнутыми цифрами (по выбранному критерию – продажи или обращения).
6. Сравнение с конкурентами	во внимание принимается аналогичный продукт и сопоставимый временной промежуток. На основе анализа уровня продаж делается вывод о результативности рекламной компании.

Рисунок 1 – Способы оценки эффективности рекламы

Помимо выше представленных способов есть и самый простой. Достаточно протестировать рекламу до ее публикации и после размещения.

До публикации. Предварительное тестирование повышает вероятность подготовки наиболее эффективных текстов до того момента, как будут затрачены деньги на размещение рекламы. Оно проводится от начала до конца создания теста. В начале прорабатывается основная идея рекламы, а именно необходимо ответить на несколько вопросов:

- 1) выражает ли идея рекламные цели?
- 2) оригинальна ли идея?
- 3) понял ли бы я эту идею, будучи рядовым покупателем, а не ее создателем?

В процессе создания текста тестируются наброски структуры, аргументация. Рекомендуется проводить тест рекламной текста с помощью группы людей, которые не имеют к ней отношение. Так будет легче выявить ошибки еще на этапе разработки основной идеи. В конце создания текста тестируются его различные варианты. Выбирается лучший из всех возможных.

После размещения. Тестирование рекламы после размещения дает возможность оценить ее реальное влияние на настоящих покупателей. «Пост-тестирование» позволяет рекламодателю найти повторяющиеся факторы, чтобы установить общие тенденции принципы, а затем «точки», влияя на которые можно еще сильнее усилить ответственности рекламы. Проводя анализ тестирования после размещения рекламы, рекламодатель придет к тому, что нужно менять: объявление или носитель, в котором оно размещалось.

Основная задача «пост тестирования» заключается в том, чтобы получить ответы на вопросы, которые определяют дальнейшие действия рекламодателя. Приведем некоторые из них:

- 1) каково количество людей, предрасположенных к покупке товара?
- 2) каково количество людей, обратившихся по поводу товара?
- 3) каково количество людей, купивших товар?

В последствии ответив на эти вопросы, рекламодатель собирает важную информацию: количество посетителей и покупателей его магазина, денежный оборот в разным временных промежутках и т.д. Проводит сравнительную характеристику своих рекламных мероприятий с конкурентами.

При недостатке информации рекламодатель восполняет ее с помощью опросов и тестов. Самыми разными могут быть вопросы-и прямыми, и косвенными, но такими, чтобы по ответам на них предоставлялась возможность судить об эффективности рекламы [2].

Реклама на самых ранних этапах ее развития активно применялась в торговле, но это было не так, как мы ее привыкли видеть сейчас. Однако, с появлением и впоследствии с развитием технологий реклама стала неотъемлемой частью всех сфер жизни человека, в особенности, предпринимательства. Она способствует увеличению товарооборота, спроса и формированию имиджа предприятия, все эти факторы важны для организации при жесточайшей конкуренции в наше время. Это доказывает то, что влияние рекламы на экономику предприятия огромно.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 РЕКЛАМА : специализированная выставка : сайт. Обновляется в течение суток. URL: <https://www.reklama-expo.ru> (дата обращения: 29.10.2022)

2 Назайкин, А. Н. Эффективная продажа рекламы: учебно-практическое пособие. Москва : СОЛОН-Пресс, 2017. – 293 с.

УДК 1234.56

Еремина Дарья Дмитриевна, курсант, Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя

Darya Dmitrievna Eremina, cadet, V. Ya. Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia

Сучкова Маргарита Владимировна, кандидат юридических наук, старший преподаватель, Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя

Suchkova Margarita Vladimirovna, Candidate of Legal Sciences, Senior Lecturer, V. Ya. Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ БЕЖЕНЦЕВ КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН В РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

STATE POLICY ON REFUGEES AS A FACTOR OF INTEGRATION OF FOREIGN CITIZENS INTO THE RUSSIAN SOCIETY

Аннотация. Украинский кризис стал причиной перемещения огромного количества местных жителей в Российскую Федерацию. В отношении беженцев проводится политика по их интеграции в российское общество. На основе опубликованных источников автор анализирует как причины данного кризиса, так и политику российской власти в отношении украинских беженцев.

Abstract. The Ukrainian crisis has caused the displacement of a huge number of local residents to the Russian Federation. In relation to refugees, a policy is being implemented to integrate them into Russian society. Based on published sources, the author analyzes both the causes of this crisis and the policy of the Russian authorities towards Ukrainian refugees.

Ключевые слова: беженцы, гражданская война, гуманизация, кризис, национальная идентичность.

Key words: refugees, civil war, humanization, crisis, national identity.

Актуальность темы исследования института беженцев в Российской Федерации заключается в том, что в первом полугодии 2022 г. наше государство приняло огромное количество граждан Украины, которые хоть и являются русскоговорящими, но юридически относились к другой стране.

Исторически Россия нередко приходила на помощь угнетаемым народам. В качестве примеров можно вспомнить помощь Сербии в XIX веке, страдавшей от Осман-

ской Империи или спасение жителей Армении от турецкого геноцида 1914-1916 гг. Представители этих государств были тепло приняты в Российской империи, и главным фактором тут выступала единая православная религия.

Необходимо отметить, что длительное время само понятие «беженцев» не было юридически закреплено в международных документах. Впервые данный термин был упомянут лишь в августе 1921 г., когда начался процесс создания системы международных законов, конвенций и правил для защиты беженцев в рамках деятельности Лиги Наций. С этого момента начала формироваться правовая база международной защиты беженцев.

В современной России законодательное определение понятия «беженец» отражено в федеральном Законе от 19.02.1993 №4528-1 (ред. от 14.07.2022) «О беженцах» (ст. 1. ч. 1. п.1.):

«Беженец – это лицо, которое не является гражданином Российской Федерации и которое в силу вполне обоснованных опасений стать жертвой преследований по признаку расы, вероисповедания, гражданства, национальности, принадлежности к определенной социальной группе или политических убеждений находится вне страны своей гражданской принадлежности и не может пользоваться защитой этой страны или не желает пользоваться такой защитой вследствие таких опасений; или, не имея определенного гражданства и находясь вне страны своего прежнего обычного местожительства в результате подобных событий, не может или не желает вернуться в нее вследствие таких опасений».

Таким образом, юридические источники нашего государства предельно четко трактуют значение термина «беженец».

Россия и Украина являются странами, которые имеют общую историю, культурные и социальные традиции. Распад СССР, поиск национальной идентичности украинского народа, разрушительное влияние иностранных государств на отношения между братскими народами привели к украинскому кризису, который оказал деструктивное влияние на взаимоотношение между Россией и Украиной.

Гражданская война против мирного населения на Донбассе обострила и усложнила отношения между Россией и Украиной. Несмотря на Минские соглашения, которые не выполнялись киевскими властями, конфликт на Донбассе не был решен.

Наивысшей точкой этого кризиса стал февраль 2022 г., когда президент России Владимир Путин принял решение о проведении специальной военной операции для защиты угнетаемого киевским режимом русскоязычного населения.

Отношения России и Украины в настоящее время характеризуются острым кризисом, который обусловлен следующими причинами:

- влиянием стран Евросоюза и США на политику Украину, которая направлена на конфронтацию с Россией. Западные страны имеют огромный интерес к ресурсам Украины, которые при определенных условиях могут стать залогом экономической безопасности Европы и США. Например, многие крупные украинские предприятия были выкуплены европейскими или американскими компаниями за стоимость ниже рыночной. Черноморский регион рассматривается Западом в качестве важного военного плацдарма, который позволит «остановить геополитическое доминирование России на постсоветском пространстве»;

- приходом к власти на Украине националистических политиков, настроенных на изоляцию от России и сближение с Западом;

- геноцидом местного русскоязычного населения, которое началось с запрета русского языка и отмене русской культуры.

Рассматривая отношения Украины и России, следует указать на формирование националистической украинской идеи, которая базируется на русофобии и уничтожении русскоязычного населения на территории восточной Украины. По нашему мнению,

на сегодняшний день одной из острых и важных проблем является ситуация, связанная с долгосрочной интеграцией беженцев из Украины и определением их статуса.

По данным официальных источников, к октябрю 2022 г. Россия приняла уже 2 млн беженцев с Украины. Их размещают либо в пунктах временного размещения, либо в санаториях и пансионатах. Все люди обеспечиваются трехразовым питанием, медицинской помощью и консультацией по оформлению необходимых документов. Российское правительство заинтересовано в оформлении гражданства для беженцев, потому что только так их можно полноценно интегрировать в общество. Детей записывают в детские сады и школы, а взрослых людей трудоустраивают на работу. Важно, чтобы этот процесс проходил максимально быстро и безболезненно для государства.

Освобождая украинские области, Россия не только не бросает местных жителей на произвол судьбы, но и интегрирует их в своё общество, тем самым продолжая гуманистические традиции прошлого. Политика современного российского государства в отношении беженцев – это не хаос и непоследовательность, а наоборот, продуманный комплекс мер и решений. Российское государство делает все возможное для успешной интеграции украинских беженцев в общество. Правительство Российской Федерации уже разрабатывает закон об убежище для бывших жителей Украины. Проект уже вынесен на обсуждение Государственной Думы, и в ближайшем будущем начнет проводиться государственная программа длительного пребывания эвакуированных людей в России.

Проблема беженцев может заключаться в том, что многие граждане считают их иностранцами, осознавая этнокультурные, социальные и иные различия. Несмотря на единство двух народов, связанных общей историей и ментальностью – это тот вопрос, который, безусловно, будет актуальным в обозримом будущем.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Басалкин, А. Н. Россия и Украина – вместе и врозь. История взаимоотношений // Современные проблемы истории. Материалы научно-практической конференции, посвященной 15-летию исторического факультета ГГТУ. 2016. С. 11.
2. Флоря, Б. Н. О некоторых особенностях развития этнического самосознания восточных славян в эпоху средневековья – раннего нового времени. М. : Школа «Языки русской культуры», 1997.
3. Васильченко, Т. Е. Депортация польских граждан из западных областей УССР и БССР на европейский север (февраль 1940 – 22 июня 1941 гг.) // Вестник Поморского университета. 2008. № 2. С. 5-8.
4. Дашков, К. К. Конфликт на юго-востоке Украины и новый кризис между Западом и Россией // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественная и гуманитарные науки. 2019. № 1. С. 9-14.
5. Жванко, Л. Н. Беженцы первой мировой войны: украинская реальность (1914 – 1918 гг.) // Первая мировая война: современная историография. 2014. С. 214-221.
6. Мозохин, О. Б. Эвакуация населения, объектов промышленности и культурных ценностей из прифронтовой зоны в годы Великой Отечественной войны // Журнал российских восточноевропейских исторических исследований. 2018. № 1. С. 20-22.
7. Маркедонов, С. М. Украинский кризис: воздействие на постсоветские конфликты // Постсоветские исследования. 2019. № 2. С. 951-962.
8. Матвеева, Н. Ю. Конфликт на Украине: социально-политические смыслы участников // История и современность. 2017. № 1. С. 158-176.
9. Фортунатов, В. В. Специальная военная операция как выход из методологического тупика в гуманитарных науках // Переломные моменты истории: люди, события, исследования. 2022. Т. 1.

Иванова Анастасия Геннадьевна, студент, Марийский Государственный Университет
Ivanova Anastasia Gennadevna, student, Mari State University

Цветкова Галина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Марийский
Государственный Университет

Tsvetkova Galina Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Mari
State University

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ГЕРМАНИИ

STRATEGIC ALLIANCES IN THE GERMAN PHARMACEUTICAL INDUSTRY

Аннотация. Рассматриваются стратегические альянсы немецких фармацевтических компаний. Особое внимание уделяется причинам создания альянсов, приводится классификация альянсов по целям создания и по отраслям. Практическая демонстрация совместного сотрудничества рассмотрена на примере трех стратегических альянсов. Сделан вывод о том, что изучение лучших практик стратегических альянсов фармацевтических компаний Германии будет актуально при разработке стратегических решений для отечественного фармацевтического бизнеса.

Abstract. Strategic alliances of German pharmaceutical companies are considered. Special attention is paid to the reasons for the creation of alliances, the classification of alliances according to the goals of creation and by industry is given. A practical demonstration of joint cooperation is considered on the example of three strategic alliances. It is concluded that the study of the best practices of strategic alliances of pharmaceutical companies in Germany will be relevant when developing strategic solutions for the domestic pharmaceutical business.

Ключевые слова: стратегические альянсы, международное сотрудничество, инновации, исследования, фармацевтическая отрасль.

Key words: strategic alliances, international cooperation, innovations, researches, pharmaceutical industry.

Рост инновационной активности международного бизнеса и усиление конкуренции на всех рынках требует от международных компаний поиска новых форм сотрудничества, одной из которых являются стратегические альянсы. Данные GlobalData сообщают, что с 2014 г. по 2019 г. в мировой фармацевтической отрасли было создано около 1300 стратегических союзов и 1000 лицензионных соглашений в области генной терапии, иммуноонкологии, микробиома и орфанной лекарственной терапии [10]. Цель исследования - изучение практики создания стратегических альянсов в фармацевтической отрасли Германии.

Стратегические альянсы представляют собой соглашение между компаниями для достижения целей, представляющих общий интерес [8]. Сотрудничество основано на взаимной выгоде. Это может быть снижение издержек на создание нового инновационного продукта, разделение технологических и финансовых рисков, совместное проведение научных исследований или объединение интеллектуальных ресурсов. Кроме преимуществ, которые предлагает альянс, следует помнить о минусах, которые могут возникнуть в ходе сотрудничества международных компаний: неравенство в получении выгод, конфликты между менеджерами или проблемы с доверием. Поэтому при формировании стратегического альянса компании должны

правильно выбрать партнера, тщательно обсудить с ним все детали сотрудничества, наметить цели, разделить обязанности, договориться об управлении и иметь схожие ценности. В зависимости от целей, стратегий, которые преследуют компании, существуют разные виды альянсов.

Рикки У. Гриффин и Майкл У. Пастей предлагают классификацию, согласно которой стратегические альянсы делятся на: альянсы, создаваемые с целью разделения рисков; альянсы, направленные на обмен знаниями и технологиями; альянсы, создаваемые с целью проникновения завоевания рынков. Стратегические альянсы могут преследовать сразу несколько целей, что находит отражение в их классификации (таблица 1).

Таблица 1 – Виды стратегических альянсов

Виды альянсов	Цели создания альянсов
горизонтальные	- создаются между компаниями из одинаковой отрасли и между конкурентами, мотивом служит снижение рисков за счет их разделения
вертикальные	- создаются между фирмами, которые стоят выше или ниже по цепочке создания продукта (поставщики, компании-потребители). посредством альянса они стремятся проникнуть на новые рынки
родственные	- возрастает актуальность создания альянсов между компаниями смежных областей, которые обмениваются знаниями, технологиями и опытом
конгломератные	- формируется за счет привлечения знаний, навыков партнера из другой отрасли, и который преследует сразу несколько целей. Фармацевтические и биотехнологические компании в основном создают родственные стратегические альянсы, потому что они работают в связке друг с другом для разработки новых лекарств посредством проведения исследований

Составлено на основе [3]

Темпы роста мировой фармакологической индустрии составляют 2-4 % в год, к 2024 г. прогнозируется рост в пределах 6,4 % [5]. Необходимость в создании альянсов в данной сфере обусловлена следующими причинами:

- 1) значительный рост затрат на научные исследования, которые направлены на болезни, раньше считавшиеся трудноизлечимыми;
- 2) медицина становится «персонализированной»: фармацевтические компании обязаны производить лекарства для небольших групп, характеризующиеся определенными свойствами;
- 3) приобретение лицензий, патентов, инноваций у других компаний является дорогостоящим шагом на пути к конкурентоспособности на мировом рынке [2].

Фармацевтическая отрасль становится, действительно, дорогостоящей отраслью, где необходимость в создании альянсов высока. Поэтому даже лидеры отрасли вступают в такие союзы, чтобы обеспечить себе относительное, если не абсолютное, преимущество. Например, ведущая фармацевтическая компания Германии «Boehringer Ingelheim AG & Co KG» с оборотом в 19 млрд евро, производящая лекарства по рецепту, лекарства для самолечения и продукты для здоровья животных, принимает участие в совместных научно-исследовательских проектах с различными партнерами [7]. Одним из таких примеров является программа InnoMed PredTox в области неклинической оценки безопасности [6]. Компания расширяет свою деятельность, участвуя в совместных исследовательских проектах в рамках Инициативы по созданию инновационных препаратов Европейской федерации фармацевтической промышленности и ассоциаций (EFPIA) и Европейской Комиссии.

Bayer Pharma AG является лидером на фармацевтическом рынке в Германии с

оборотом в 18 млрд евро (2019), который имеет много партнерств в области разработок с передовыми университетами, научными, исследовательскими центрами, а также другими производителями препаратов, в том числе их конкурентами. Компания специализируется в области медико-биологических наук, таких как здравоохранение и питание, и стремится увеличить свою прибыльность и создавать ценность за счет инноваций и роста. Bayer придерживается принципов устойчивого развития, а бренд Bayer символизирует доверие, надежность и качество во всем мире.

И третья по объему продаж 16 млрд евро это старейшая в мире фармацевтическая компания Merck, созданная в 1668 г. Основными направлениями деятельности компании являются медико-биологическая продукция, биофармацевтика и высокотехнологичные материалы. Компания предоставляет услуги, начиная от совершенствования технологий редактирования генов и открытия уникальных способов лечения самых сложных заболеваний, заканчивая созданием интеллектуальных устройств. Эти компании несмотря на то, что являются гигантами в своей сфере, находят партнерств для проведения исследований, потому что только через сотрудничество можно добиться высоких и качественных результатов в данной сфере. Стратегические альянсы компаний представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Примеры стратегических альянсов

Участники альянса	Сферы компаний	Цель сотрудничества
Немецкая компания Bayer и немецкая Evotec (2020)	химико-фармацевтическая и исследовательская	Расширение партнерства в области женского здоровья, начатого еще в 2012 г., с новым пятилетним многолетним соглашением. В соответствии с условиями соглашения обе компании будут предоставлять целевые лекарственные препараты и комплексный набор высококачественных технологических платформ для совместной разработки инновационных вариантов лечения [4].
Немецкая Boehringer Ingelheim и американская Eli Lilly (2012)	фармацевтика	Совместная разработка и продвижения лекарственных препаратов для лечения сахарного диабета (таблетированный препарат для терапии сахарного диабета второго типа «Траджента®») [1]. Деятельность альянса фокусируется на совместных исследованиях, разработке и продвижении пероральных сахароснижающих препаратов и аналогов инсулина, представляющих собой многообещающий портфель продуктов для лечения сахарного диабета.
Немецкая Merck и итальянская Nerviano Medical Sciences Srl (NMS) (2022)	научно-технологическая и исследовательская	Сотрудничество с возможностью лицензирования высокоселективного и проникающего в мозг ингибитора PARP1 нового поколения, NMS-293. NMS предоставит Merck эксклюзивные права на исследования, разработку, производство и коммерциализацию NMS-293. В течение опционного периода NMS и Merck будут сотрудничать в клинической разработке NMS-293, при этом NMS будет разрабатывать, спонсировать, проводить и финансировать глобальные клинические испытания [9].

Обобщение практики трех стратегических альянсов показало, что сотрудничество реализуется в рамках горизонтальных и родственных стратегических альянсов. Следует отметить, что фармацевтические компании зарубежных стран (США, Италии) активно сотрудничают с немецкими компаниями, которые

зареккомендовали себя как надежные партнеры, лидеры в области инноваций медицины. Эта тенденция к партнерству обусловлена изменением парадигмы оказания медицинской помощи, требующей все более сложных знаний, компетенций и широкого спектра услуг.

Представляется, что изучение лучших практик стратегических альянсов фармацевтических компаний Германии будет актуально при разработке стратегических решений отечественного фармацевтического бизнеса с учетом целевых установок «Стратегии развития фармацевтической промышленности РФ на период до 2030 г.».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Новости компаний: Компании «Эли Лилли» и «Берингер Ингельхайм» заключили стратегический альянс // МедНовости. URL: <https://medportal.ru/mednovosti/novosti-kompaniy-kompanii-eli-lilli-i-beringer-ingelhaym-zaklyuchili-strategicheskiy-alyans/> (дата обращения: 10.10.2022).

2. Сулейманкадиева А. Э., Петров М. А., Митина А. С., Тумаров Т. Ф. Современные тенденции интеграционных процессов в фармацевтической отрасли: особенности и тренды развития стратегических партнерств и альянсов // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Том 10. № 4. С. 1151-1166.

3. Туровская, М. Эволюция понятий и видов стратегических альянсов в международной практике межфирменной кооперации // Экономика. Менеджмент. Человек. № 7. URL: <https://s.siteapi.org/f48d818f18b0289/docs/2nsor0166d0kc4sooo8k44s0wo00cc> (дата обращения: 10.10.2022).

4. Bayer and Evotec form new strategic alliance focusing on polycystic ovary syndrome // Evotec. URL: <https://www.evotec.com/en/investor-relations/news/p/bayer-and-evotec-form-new-strategic-alliance-focusing-on-polycystic-ovary-syndrome-5893> (дата обращения: 10.10.2022).

5. Brown A., Cairns E., Elmhirst E. World Preview 2019, Outlook to 2024 // EvaluatePharma. URL: <https://www.evaluate.com/thought-leadership/pharma/evaluatepharma-world-preview-2019-outlook-2024> (дата обращения: 10.10.2022).

6. InnoMed PredTox Members // Genedeta. URL: <https://archive.is/20141130074237/https://www.genedata.com/index.php> (дата обращения: 10.10.2022).

7. List of the 200 Largest Pharma Companies in Germany (2022) // ResearchGermany. URL: <https://www.researchgermany.com/product/top-pharmaceutical-companies-in-germany-list-of-the-largest-pharma-companies/> (дата обращения: 10.10.2022).

8. Margarita Işoraitè. Importance of strategic alliances in company's activity // INTELLECTUAL ECONOMICS 2009. No. 1(5). p. 39–46.

9. Merck Enters Collaboration and Option to License Agreement with Nerviano Medical Sciences to Develop Next-Generation PARP1 Selective Inhibitor / Press Releases // Merck. URL: <https://www.merckgroup.com/en/news/nerviano-collaboration-21-09-2022.html> (дата обращения: 10.10.2022).

10. North America leads in number of strategic pharma partnerships between 2014 and H1 2019 Oct. (2019) // Global Data. URL: <https://www.globaldata.com/north-america-leads-in-number-of-strategic-pharma-partnerships-between-2014-and-h1-2019> (дата обращения: 10.10.2022).

Идрисов Ильяс Муратович, аспирант, Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир.

Idrisov Ilyas Muratovich, postgraduate student of Vladimir State University after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletov, Vladimir.

Соколов Алексей Павлович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры корпоративного управления и инноваций Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Москва; профессор кафедры менеджмента и маркетинга Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

Sokolov Aleksey Pavlovich, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Corporate Governance and Innovations of the Russian University of Economics. G.V. Plekhanov, Moscow; Professor of the Department of Management and Marketing, Vladimir State University after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletov, Vladimir

МОНИТОРИНГ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

MONITORING THE LEVEL OF ECONOMIC SECURITY OF AN ORGANIZATION AS A BASIS FOR MAKING MANAGERIAL DECISIONS

Аннотация. В статье рассмотрены основные вопросы обеспечения мониторинга уровня экономической безопасности организации. В современных условиях, характеризующихся нестабильностью экономической ситуации в стране и в мире, а также усиливающимся санкционным давлением, организации все больше обращают внимание на вопросы обеспечения экономической безопасности своей деятельности, ведь от того насколько оперативно организация будет реагировать на возникновение внутренних и внешних угроз, зависит эффективность ее деятельности.

Abstract. The article deals with the main issues of monitoring the level of economic security of the organization. In modern conditions, characterized by the instability of the economic situation in the country and in the world, as well as the growing pressure of sanctions, organizations are increasingly paying attention to the issues of ensuring the economic security of their activities, because the efficiency depends on how quickly the organization responds to the emergence of internal and external threats of its activities.

Ключевые слова: экономическая безопасность, управленческие решения, мониторинг, угроза, служба безопасности.

Key words: economic security, management decisions, monitoring, threat, security service.

На фоне сложной экономической ситуации в стране и в мире, а также нарастающего санкционного давления, все большее число отечественных организаций уделяют внимание обеспечению экономической безопасности деятельности. Состояние экономической безопасности организации в конкретный период ее хозяйствования зависит от того, насколько руководство организации и ее сотрудники могут своевременно обнаруживать, идентифицировать и избегать возможные угрозы, ликвидировать последствия отрицательного воздействия внутренней и внешней среды [4].

Из всего спектра угроз, с которыми может столкнуться организация в ходе реализации своей деятельности, особое внимание уделяется тем угрозам, которые способны оказать негативное влияние на производственный потенциал организации. В условиях ограничения ввоза зарубежных товаров, важно то, насколько быстро организация сможет переориентироваться на других (отечественных) поставщиков товаров или комплектующих, тем самым обеспечивая бесперебойность работы организации и выполняя свои обязательства перед потребителями производимых товаров и услуг.

Мониторинг является одной из важнейших основ комплексной системы обеспечения уровня экономической безопасности организации. Основной целью мониторинга выступает отслеживание факторов возникновения внутренних и внешних угроз организации, а также принятие мер по их нейтрализации. Обострившаяся в последнее время нестабильность внешней среды организаций, способствует возникновению новых угроз и приводит организации к необходимости регулярного проведения мониторинга ключевых показателей деятельности [1].

Проведение мероприятий по обеспечению безопасности деятельности организации любой сферы хозяйствования представляют собой непрерывный системный процесс, сопровождаемый необходимой оперативной, и, что немаловажно, актуальной, информационной поддержкой. Своевременность обнаружения и идентификации возникающих угроз во внешней и внутренней среде организации оказывает прямое влияние на эффективность работы организации. В то же время, организация должна иметь четкий регламент нейтрализации угроз или ликвидации негативных последствий от их влияния, поскольку от этого зависит то, насколько быстро организация сможет возобновить свою работу.

«Мониторинг экономической безопасности представляет собой слаженную систему сбора, анализа, оценки и прогнозирования данных, характеризующих уровень безопасности организации. Аналитическая составляющая мониторинга заключается в определении источников и причин угроз, степени их опасности для организации, прогнозировании возможного ущерба и разработке мероприятий по обеспечению безопасности, а также минимизации рисков либо их устранения, если это возможно» [3].

При разработке системы мониторинга деятельности организации или ее среды функционирования необходимо обращать внимание на систему показателей, применяемую для оценки. Она должна соответствовать ряду критериев:

- объективность: показатели должны отражать действительность в полном объеме;
- открытость: систему показателей можно дополнять отдельными индикаторами и их пороговыми значениями при необходимости. Дополнение системы не должно сказываться негативным образом на ее показателности и работоспособности;
- понятность и простота: данный критерий необходим для интерпретации полученных результатов, предполагает возможность применения системы сотрудниками организации без необходимости применения дополнительных знаний;
- ориентированность во времени: система отражает положение организации на данный момент, а не в прошлом.

Проводимый мониторинг деятельности организации должен быть гибким, т.е. у менеджеров службы безопасности организации должна быть возможность быстро перестроить систему под меняющиеся условия внешней среды, чтобы оперативно реагировать на новые, ранее неизвестные организации, угрозы.

«Комплексный подход к оценке уровня экономической безопасности и его мониторингу включает оценку экономической безопасности организации на основе сопоставления фактических показателей ее деятельности с показателями-индикаторами, для которых установлены пороговые значения. Критерием эффективности в данном случае является уровень эффективности использования ресурсов организации по всем функциональным компонентам экономической безопасности» [3]. При этом показатели эффективности использования ресурсов оцениваются в динамике с использованием различных методов, таких как: горизонтальный анализ, коэффициентный анализ, индексный метод и другие.

Методы проведения мониторинга уровня экономической безопасности организации обычно заключаются в расчете интегрального показателя, рассчитываемого на основе результата расчетов промежуточных показателей. Промежуточные показатели должны при этом отражать работу отдельной составляющей деятельности хозяйствующего субъекта. Комплексный подход к оценке экономической безопасности включает в себя расчет сводного коэффициента экономической безопасности организации на ос-

нове показателей оценки финансовой, технико-технологической и кадровой составляющих. Такой подход позволяет объективно оценить эффективность использования ресурсов организации, выявить возможные угрозы [4].

Руководство, используя данный подход к наблюдению за динамикой развития организации, может своевременно выявить негативные тенденции в работе организации и оперативно принять решение и принятии мер по нейтрализации угроз. Данный подход включает в себя производственные, рыночные и правовые признаки, контролирует все изменения, которые происходят в ходе деятельности организации, а также использует систему мониторинга, при помощи которой можно анализировать все изменения как внешней, так и внутренней среды, которые могут повлиять на деятельность всей организации в целом.

Создать универсальную модель обеспечения экономической безопасности, также как и организовать мониторинг уровня экономической безопасности, которая бы подошла абсолютно всем организациям, невозможно. Каждая организация имеет свои особенности функционирования, потенциал и ориентацию на отдельные сектора рынка. Также необходимо отметить, что система обеспечения экономической безопасности организации должна быть закрыта от внешней среды, ведь, в данном случае любая утечка информации может спровоцировать возникновение новых угроз для организации. В то же время, в современных условиях обеспечение экономической безопасности организации и мониторинг уровня экономической безопасности становятся во главу угла, поскольку определяют вектор дальнейшего развития организации.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Боровицкая, М. В. К вопросу об экономической оценке уровня экономической безопасности предприятия // Молодой ученый. 2017. № 14 (148). С. 321-325. URL: <https://moluch.ru/archive/148/41693/> (дата обращения: 10.10.2022).

2. Лесняк, В. В. Управленческие решения в системе обеспечения экономической безопасности организации // Экономика, управление и учет на предприятии. 2018. № 5. С. 43-47.

3. Лоханова, В. Н. Мониторинг экономической безопасности организации // Вестник университета. 2016. № 2. С. 70-75.

4. Малюгина, Т. В. Формирование системы управления экономической безопасностью предприятия // Молодой ученый. 2020. № 35 (325). С. 48-54. URL: <https://moluch.ru/archive/325/73326/> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 332.334 (470.51)

Камашев Николай Петрович, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Kamashev Nikolai Petrovich, student, FSBEI HE Udmurt GAU

Алексеева Наталья Анатольевна, научный руководитель, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Supervisor, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt-GAU

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

PROBLEMS OF AGRICULTURAL LAND USE IN UDMURT REPUBLIC

Аннотация. Сделан анализ структурно-динамических, экономико-статистических показателей (темп роста, индекс роста, среднегодовой темп роста, удельный вес, абсолютное и относительное отклонение) на примере площадей земель сельскохозяйственного

назначения. Выявлены проблемы экономического развития и перераспределения земель в регионе. Предложены рекомендации по улучшению использования сельскохозяйственных угодий.

Abstract. Analysis of structural-dynamic, economic-statistical indicators (growth rate, growth index, average annual growth rate, specific gravity, absolute and relative deviation) was made on the example of agricultural land areas. The problems of economic development and land redistribution in the region have been identified. Recommendations are proposed to improve the use of agricultural land.

Ключевые слова: сельское хозяйство, земли, земельные ресурсы, земли сельскохозяйственного назначения, индекс роста, удельный вес.

Key words: agriculture, land, land, agricultural land, growth index, share.

Земельный фонд Удмуртской Республики представлен всеми семью категориями земель, он весьма разнообразен. Различные природные качества и свойства земель (почвенное плодородие, лесопокрытость, водопокрытость, содержание полезных ископаемых) обуславливают целесообразность его использования в разных народнохозяйственных целях [1, 3-6, 8].

Целью работы является анализ земельного фонда, в т. ч. земель сельскохозяйственного назначения республики в динамике по состоянию на 1 января ряда лет, разработка рекомендаций по его рациональному использованию.

Методики исследований заключались в расчете экономико-статистических показателей динамики, структуры, средних величин. Базой статистических исследований послужили доклады Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии за 2015-2021 гг.

Весь земельный фонд республики с течение ряда лет не менялся и в настоящее время составляет 4206,1 тыс. га. Наибольшую площадь и удельный вес в нем занимают земли сельскохозяйственного назначения – площадь 1861,0 тыс. га или 44,2 % площади всех земель в административных границах республики. Земли этой категории имеют особый правовой режим и подлежат особой охране [7, 9]. Земли данной категории расположены за чертой населенных пунктов, представлены для нужд сельского хозяйства сельскохозяйственным предприятиям, организациям, индивидуальным предпринимателям, фермерам, населению. Наибольший валовой сбор сельскохозяйственной продукции приносят сельскохозяйственные предприятия, организованные в виде обществ с ограниченной ответственностью, сельскохозяйственных производственных кооперативов, государственных предприятий.

Большинство статистических исследований земельного фонда начинаются с изучения распределения земель сельскохозяйственного назначения по сельскохозяйственным угодьям и анализа изменения их площадей (табл. 1). За базовый период взяты значения за 2015 г.

Индекс роста исчисляется по формуле 1 [2]:

$$X=y_1/y_0, \quad (1)$$

где y_1, y_0 – показатели площади земель соответственно в изучаемом и базовом периодах.

$$X=1693/1696=0,998.$$

Темп роста измеряется в процентах, он равен индексу роста, умноженному на 100 (2):

$$X=y_1/y_0 \cdot 100. \quad (2)$$
$$X=0,998 \cdot 100=99,8 \%$$

Среднегодовой темп роста исчисляется по формуле 3:

$$Tr_{cp}=100 \cdot \sqrt[n-1]{y_n/y_0}, \quad (3)$$

где: n - количество лет; y_n - текущий показатель; y_0 - базисный показатель.

$$Tr_{cp}=\sqrt[7-1]{1693/1696}=99,96 \%$$

Таблица 1 – Распределение земель сельскохозяйственного назначения по сельскохозяйственным угодьям и изменение их площадей [12]

Виды угодий	Площадь (тыс. га), изменение							
	на 01.01. 2015 г.	на 01.01. 2016 г.	на 01.01. 2017 г.	на 01.01. 2018 г.	на 01.01. 2019 г.	на 01.01. 2020 г.	на 01.01. 2021 г.	(гр.9 - гр.2)
1	2	3	5	6	7	8	9	10
Пашня	1295,5	1294,7	1294,5	1294,2	1294,0	1293,8	1293,6	-1,9
Залежь	9,2	8,8	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	-0,5
Многолетние насаждения	11,7	11,6	11,6	11,6	11,6	11,6	11,6	-0,1
Сенокосы	93,1	92,8	92,7	92,7	92,7	92,7	92,7	-0,4
Пастбища	286,5	286,7	286,6	286,5	286,4	286,4	286,4	-0,1
Всего сельхоз-угодий	1696,0	1694,6	1694,1	1693,7	1693,4	1693,2	1693,0	-3

Удельный вес угодий d в сравнении за 2015 и 2021 гг. представлен в таблице 2. Расчет проводится по формуле 4:

$$d = \frac{Y}{\Sigma Y} \cdot 100. \quad (4)$$

Для примера рассчитаем удельный вес пашни за 2015 г.: $d = \frac{1295,5}{1696} \cdot 100 = 76,4 \%$. По остальным видам угодий удельный вес рассчитывается аналогично.

Таблица 2 – Удельный вес угодий за 2015 и 2021 гг. [12]

Виды угодий	Площадь на 01.01.2015 г., тыс. га	Площадь на 01.01.2021 г., тыс. га	Удельный вес за 2015 г., %	Удельный вес за 2021 г., %
Пашня	1295,5	1293,6	76,386	76,373
Залежь	9,2	8,7	0,542	0,513
Многолетние насаждения	11,7	11,6	0,689	0,685
Сенокосы	93,1	92,7	5,489	5,475
Пастбища	286,5	2286,4	16,894	16,954
Всего сельхоз-угодий	1696	1693	100	100

Абсолютное отклонение – это разница между значениями показателей отчетного периода (О) и базового периода (Б):

$$A_o = O - B. \quad (5)$$

$$A_o = 1693 - 1696 = -3.$$

Относительное отклонение выражается в процентах:

$$O_o = \frac{O}{B} \cdot 100 = 99,8 \%. \quad (6)$$

При сравнении 2021 г. с 2015 г. выяснилось, что площадь сельскохозяйственных угодий уменьшилась за счет перевода в земли населенных пунктов, земли промышленности и иного специального назначения, в земли особо охраняемых территорий и объектов.

Сокращение земель сельскохозяйственного назначения имеет следующие причины: широко распространены на территории Удмуртской Республики водная и ветро-

вая эрозии; ухудшается состояние почв из-за складирования отходов производства и потребления; ликвидируются в результате банкротства сельскохозяйственные организации, и земли остаются бесхозными [5].

Для оптимизации использования земельного фонда Удмуртской Республики и разработки оптимальных управленческих решений необходимо разработать следующий комплекс мероприятий [10, 11]: обеспечить охрану и контроль по использованию земель; осуществить консервацию малопродуктивных и деградированных почв; разработать мероприятия районирования, такие как экологические, экономические, почвенно-эрозионные; разработать систему мониторинга по землям всех территорий.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. [и др.] Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022. – 126 с.
2. Алексеева, Н. А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022. – 116 с.
3. Бабкенова, Л. Т. Статистический анализ использования земель сельскохозяйственного назначения // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2022. Т. 3. С. 56-61.
4. Алексеева, Н. А. [и др.] Развитие методик анализа состояния и тенденций развития сельскохозяйственных производственных кооперативов в Удмуртской Республике / Под общей редакцией Н. А. Алексеевой // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2021. – 112 с.
5. Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании: монография / Под общ. редакцией д. э. н., проф. Н. А. Алексеевой // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2021. – 135 с.
6. Теория и практика развития агропродовольственной системы в Удмуртской Республике: коллективная монография // Ижевск, 2020. – 114 с.
7. Экономика и управление землеустройством и землепользованием в регионе: материалы III Нац. науч.-практ. конф. Под общ. редакцией Н. А. Алексеевой // Ижевск : Ижевская ГСХА, 2021. – 200 с.
8. Алексеева, Н. А. [и др.] Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов: монография // Ижевск, 2020.
9. Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всероссийской национальной научно-практической конференции «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск, 2022.
10. Alekseeva N. A. State agrarian policy and the efficiency of its implementation at the regional level // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Ser. "International Scientific and Practical Conference: Development of the Agro-Industrial Complex in the Context of Robotization and Digitalization of Production in Russia and Abroad, DAICRA 2021" 2022.
11. Alekseeva N. A. New economic realia of the state agricultural policy // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. Ser. "Lecture Notes in Networks and Systems" Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. 2021. С. 256-260.
12. Земельный фонд Республики Удмуртия. Структура земель. URL: <http://udmstat.gks.ru/> (дата обращения 01.11.2022 г.).

Кандауров Илья Александрович, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kandaurov Ilya Alexandrovich, student, of Komsomolsk-na-Amure State University

Якубович Ирина Николаевна, старший преподаватель, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Yakubovich Irina Nikolaevna, Senior Lecturer; Komsomolsk-na-Amure State University

НЕСПРАВЕДЛИВАЯ ОЦЕНКА ДЕЙСТВИЙ ГРАЖДАН ПРИ НЕОБХОДИМОЙ САМООБОРОНЕ

UNFAIR ASSESSMENT OF ACTIONS OF CITIZENS IN NECESSARY SELF-DEFENSE

Аннотация. Данная работа посвящена проблеме несправедливой оценки судами действий граждан при необходимой обороне. В ходе исследовательской работы автором были разобраны основные проблемы статьи 37 Уголовного кодекса Российской Федерации, а также предложены направления по их решению.

Abstract. This work is devoted to the problem of unfair assessment by the courts of the actions of citizens in the case of necessary defense. In the course of the research work, the author analyzed the main problems of Article 37 of the Criminal Code of the Russian Federation, and also proposed directions for their solution.

Ключевые слова: уголовный Кодекс, Российское законодательство, право, необходимая оборона, самооборона, преступление, потерпевший.

Key words: criminal Code, Russian legislation, law, necessary defense, self-defense, crime, victim.

Человек придумал такое выражение «Мой дом – моя крепость». Но как эту крепость защитить с точки зрения права? Никто не может быть уверен на сто процентов, что ночью в его дом не пролезут грабители, или, сокращая путь через дворы на него не нападут. Именно поэтому в Уголовном кодексе Российской Федерации есть статья 37 – «Необходимая оборона». Статью можно трактовать так: оборона является правомерной при защите личности и прав обороняющегося или других лиц от общественно опасного посягательства, если оно было сопряжено с насилием, опасным для жизни обороняющегося или другого лица, либо с непосредственной угрозой применения такого насилия. То есть необходимая оборона может осуществляться только при реальной угрозе совершения опасного посягательства, когда действия лица были направлены на его предотвращение. Этот закон имеет размытые границы и, конечно же, свои нюансы.

Насколько опасно применять самооборону в России нам показывает практика. Надо понимать, что в критической ситуации человек не будет вдаваться в тонкости правовых конструкций. Поэтому на данный момент есть большой риск, что после применения вынужденной защиты, гражданину придётся иметь дело с государственными органами. В последнее время мы можем видеть неутешительную картину: за 2021 г. было осуждено 248 лиц за превышение пределов необходимой обороны (ст. 108 УК РФ) с одним оправдательным приговором, а также за причинение тяжкого вреда здоровью при превышении пределов необходимой (ст. 114 УК РФ) самообороны осудили 412 человек без оправдательных приговоров. В это время за 2021 г. более 23,3 тыс. человек погибло в России в результате преступлений. Из этого следует, что большое количество людей погибает от рук преступников, а та небольшая часть, что находит в себе силы дать отпор, отправляется за решётку. То есть у гражданина есть право защищаться, но его реализация приводит к плачевным последствиям в виде лишения свободы. Так происходит из-за

размытых рамок понятия самообороны, которые приводят к спорным ситуациям, поэтому любое действие, используемое гражданином как вынужденная защита можно рассматривать в виде преступления. Российские суды, как правило, выбирающие жёсткую обвинительную позицию, способствуют тому, что защищавшийся должен опасаться того, что его могут привлечь к уголовной ответственности.

Конечно, надо понимать, чтобы защита не превращалась в жестокую расправу, месть или самосуд были установлены ограничения обороны. Единственное, что наиболее ярко выделяется из статьи 37 Уголовного кодекса, что превышением необходимой обороны может признаваться несоответствие применённых средств защиты и характера причиненного вреда. Получается, что все спорные ситуации будут рассуживаться по усмотрению судьи. Нельзя забывать про человеческий фактор, и про то, что судья — это тот же человек, поэтому может допустить ошибку. В такой ситуации, по моему мнению, остаётся только если не менять, то вносить правки и дополнения в существующий закон об обороне, который давал бы ясные и прозрачные разъяснения не только для специалистов в области права, но и для рядовых граждан о том, когда именно человек, защищавший себя, становится в один ряд с преступником. Это не значит, что надо максимально расширить возможности человека по применению обороны до той степени, что ей смогут прикрываться обычные преступники. Вседозволенность в таком законе приведёт к смертям невиновных. Почему на сегодняшний день в законе не учитываются физиологические особенности человека? Представим человека, который не может физически противостоять нападающему. Единственное на что он может надеется — это оружие. Но судебная практика показывает, что если преступник был безоружен, в то время как защищавшийся его применил, то он в этой ситуации с большой вероятностью может попасть под статью превышения необходимой самообороны. Или почему бы полностью не разрешить использование любых средств обороны без оценки характера опасности причиняемого вреда злоумышленником при проникновении в жилище. Это помогло бы облегчить работу судов, а также снизить количество преступлений, связанных с проникновением в чужое жилище, ведь преступник будет понимать, что гражданин имеет полное право применить силу вплоть до летального исхода. Нельзя отрицать, что этой возможностью не воспользуются злоумышленники, заводя людей в квартиры и обставляя убийства под самооборону. Как раз все споры на счёт этого закона вытекают из того, что некоторые моменты в нём просто опускаются и требуют серьёзных доработок.

Стоит отметить, что на сегодняшний день мы можем наблюдать небольшой спад количества осуждённых по статьям 108 УК РФ ч.1 и ч.2, 114 УК РФ (рисунок 1).

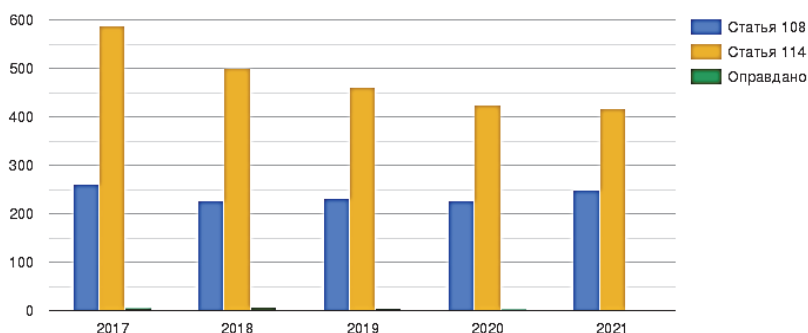


Рисунок 1 – Статистика преступлений по ст. 108, 114 УК РФ [7]

Однако эти незначительные изменения в статистике не являются следствием того, что наше государство пытается изменить ситуацию со статьёй 37 УК РФ. Прежде всего, спад может быть выражен общим падением преступности в России, пик которой пришёлся на 90-е годы прошлого столетия (рисунок 2).

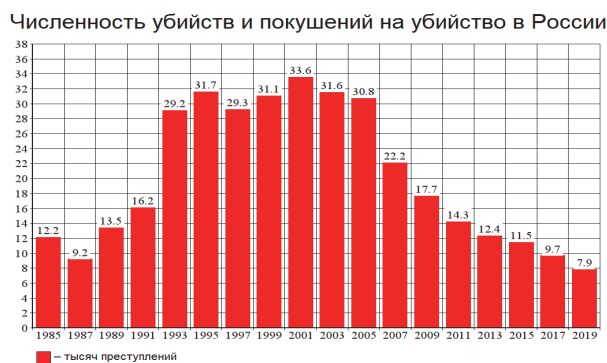


Рисунок 2 – Статистика убийств и покушений в России [8]

Владимир Путин в декабре 2021 г. дал поручение Верховному суду при необходимости внести правки в действующие нормы по самообороне [6]. Это говорит о том, что для граждан эта тема наиболее актуальна. Защищавшее себя лицо идёт на риск сесть на скамью подсудимых, то есть потерпевший находится в худшем положении в сравнении с нападавшим. Стоит отметить, что эту проблему признают и делают, хоть и маленькие, но верные шаги по её устранению. Так постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 31 мая 2022 г. были расширены приделы самообороны при защите домов от налетчиков. Стоит отметить, что были попытки внесения законопроектов касательно статьи 37 УК РФ. Так законодательной инициативой воспользовались депутаты фракции ЛДПР. В феврале 2022 г. они предложили гражданам возможность защиты жилища от проникающих лиц любым способом без оценки характера насилия и угрозы. В мае того же года правительство отвергло предложение депутатов. Для коренного решения проблемы нужны объёмные дополнения, расширяющие и разъясняющие спорные места закона, основываясь на судебной практике прошлых лет.

Случаи самообороны пристально наблюдаются Российской общественностью. Важно подчеркнуть внимание высшего руководства к случаям вынесения приговоров при рассмотрении дел о самообороне. Результаты исследования показывают, что в этой сфере Российского законодательства особо остро требуются изменения. Самозащита собственной жизни часто граничит в совершении нападения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. МВД Медиа Данные // Данные о состоянии преступности по итогам 2021 г. URL: <https://mvdmedia.ru/news/official/mvd-rossii-publikuet-dannye-o-sostoyanii-prestupnosti-po-itogam-2021-goda/> (дата обращения: 30.10.2022).
2. Что такое необходимая оборона // Сайт префектуры западного административного округа города Москвы. URL: <https://zao.mos.ru/security-and-law-and-order/detail/8991595.html> (дата обращения: 30.10.2022).
3. УК РФ Статья 37. Необходимая оборона // Справочная правовая система Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/77b14e07f04f185ae49db939c7d69b30b92f7715/ (дата обращения: 30.10.2022).
4. Постановление пленума Верховного суда Российской Федерации №11 от 31 мая 2022 г. // Сайт Верховного суда Российской Федерации. URL: https://www.vsrp.ru/press_center/mass_media/29374/ (дата обращения 30.10.2022).
5. Как отличить умышленное убийство от превышения пределов обороны // Сайт Верховного суда Российской Федерации. URL: https://www.vsrp.ru/press_center/mass_media/29374/ (дата обращения 30.10.2022).
6. Путин пообещал поручить Верховному суду изучить дела о самообороне // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/61b202359a79474d63b443fc> (дата обращения: 30.10.2022).

7. Уголовное судопроизводство данные о назначенном наказании по статьям УК // Архив судебной статистики РФ. URL: <https://stat.xn----7sbqk8achja.xn--p1ai/stats/ug/t/14/s/17> (дата обращения: 30.10.2022).

8. Убийства в России (общий график), составленный по данным российского статистического ежегодника // Ruxpert. URL: https://ruxpert.ru/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0:%D0%A7%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%83%D0%B1%D0%B8%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8#.D0.A1.D1.81.D1.8B.D0.BB.D0.BA.D0.B8 (дата обращения: 30.10.2022).

УДК: 316.4.06

Карачева Диана Алексеевна, студентка, Государственный академический университет гуманитарных наук

Karacheva Diana Alekseevna, student, State Academic University of Humanities

Коротаев Сергей Александрович, научный сотрудник сектора социальной мобильности Института социологии РАН, преподаватель кафедры общей социологии социологического факультета Государственного академического университета гуманитарных наук

Korotaev Sergey Aleksandrovich, Researcher of the Social Mobility Sector of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Lecturer of the Department of General Sociology of the Sociological Faculty of the State Academic University of Humanities

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СКУЛШУТИНГА В ИНСТИТУТЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ ДИСКУРСИВНЫЙ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗМ

POSITIONING OF SCHOOLSHOOTING IN THE INSTITUTE OF MASS MEDIA THROUGH DISCURSIVE INSTITUTIONALISM

Аннотация. Цель данной работы - выявление черт сходства и различий в позиционировании скулшутинга в институте СМИ среди оппозиционных и подвластных источников через дискурсивный институционализм. В ходе работы мы использовали методы контент-анализа и анализ дискурсов. Теория дискурсивного институционализма оказалась не применима к позиционированию скулшутинга в СМИ в рамках рассмотренных мной кейсов. Мы видим, что соглашение о том, что поведение должно регламентироваться применением четко определенных правил, подкрепленных полномочиями одного лица или группы лиц, обладающих властью, отсутствует либо оно специфичное и проходит в другой грани.

Abstract. The purpose of this work is to identify similarities and differences in the positioning of schoolshooting in the media institute among oppositional and pro-government sources through discursive institutionalism. In the course of our work, we used the methods of content analysis and discourse analysis. The theory of discursive institutionalism turned out to be inapplicable to the positioning of schoolshooting in the media within the framework of the cases I have considered. We see that there is no agreement that behavior should be regulated by the application of clearly defined rules, backed up by the powers of one person or group of persons with authority, or it is specific and takes place in another facet.

Ключевые слова: скулшутинг, дискурсивный институционализм, СМИ, дискурс.

Key words: schoolshooting, discursive institutionalism, mass media, discourse.

Введение

Трагедии, связанные с инцидентами скулшутинга (от англ. school shooting – «школьная стрельба») в России, в последнее время усилили общественное внимание к попыткам понять динамику и факторы, которые лежат в основе этих событий. Скулшутинг определяется, как нападение на учебное заведение, такое как школа или университет, с применением огнестрельного оружия. [Википедия] Инциденты с четырьмя или более смертельными случаями также классифицируются как массовые расстрелы [УК РФ.] Разные исследователи называли различные причины данного явления, однако так и не пришли к единому мнению [Карпов В.О., D Cullen, R Larkin]. В СМИ вопрос определения причин и мотивов также остается открытым.

Цель данной работы - выявление черт сходства и различий в позиционировании скулшутинга в институте средств массовой информации (далее - СМИ) среди оппозиционных и провластных источников через дискурсивный институционализм.

Теоретический объект исследования - взаимодействие СМИ, общества и различных социальных групп населения в условиях скулшутинга, эмпирическим объектом выступают публикации в массовой российской прессе, освещающие скулшутинговые инциденты.

Предметом исследования является позиционирование скулшутинга СМИ разной политической направленности: какие характеристики реальности прослеживаются в материалах российской прессы о скулшутинге, какие причины инцидентов выделяют, какие индивиды высказывают свои идеи по поводу данных случаев.

Характеристика методов исследования. Для решения поставленной задачи позиционирования скулшутинга в СМИ использовались методы контент-анализ и анализ дискурсов.

Сутью метода контент-анализа является определение конкретных единиц содержания, которые анализируются с применением количественной оценки данных. Это техника исследования для формирования выводов путем систематической и объективной идентификации характеристик сообщений.

Материалом для исследования послужили статьи о скулшутинге по 2 кейсам, опубликованные в 3 правительственными и 3 оппозиционными СМИ в период с 19 января 2018 г. по 13 февраль 2021 г. Количество публикаций составляет 107 статей.

В качестве кейсов были взяты 2 случая скулшутинга: 18 октября 2021 г. в Пермском крае 12-летний школьник устроил стрельбу в школе, 19 января 2018 г. в Сосновом Бору в микрорайоне Сосновый Бор в Улан-Удэ подросток напал на школу.

При выборе оппозиционных и правительственных СМИ были использованы рейтинги и исследования «Медиалогии», «Euro|topics» (Ежедневный обзор европейской прессы) мнения других СМИ, таких как: Ведомости, DM (зарубежное СМИ) и Mediascope. Во всех рейтингах лидерские позиции среди оппозиционных СМИ занимали «Meduza», «Дождь», «Фонтанку.ру». Кроме того, независимые российские СМИ объединились в «Синдикат-100». Цель синдиката - "правдивое освещение проблем страны" и совместные публикации, чтобы их читало больше людей. Пока в синдикат вошли 25 изданий, среди них также СМИ, которые я взяла для исследования. В качестве правительственных СМИ я взяла «газета.ru», «Известия», «РИА Новости», «life.ru», которые были выделены как провластные СМИ «Медиалогией», «Euro|topics».

Теоретико-методологическая основа работы

Термин «институционализм» в дискурсивном институционализме указывает, что этот подход не сводится только к обмену идеями или текстами, но включает в себя также общеинституциональный контекст, в котором и посредством которого идеи коммуницируют через дискурс. Фокус исследования, если выдерживать требования рассматриваемого направления, должен быть сосредоточен, например, не на интересах, а на идеях об интересах. Дискурсивный институционализм должен показать, как прохо-

дит конфликт старых и новых дискурсивных норм, систем символических значений, закрепленных в языке, и как происходит перевод элементов одного дискурса в другой. Следует отметить, что идеи, на выделении которых в качестве центрального объекта исследования строится данное методологическое направление, используются и другими версиями неoinституционализма, даже в его экономическом лагере. Но здесь идеи и способы их существования в институциональных системах занимают не второстепенное место в качестве «вмешивающейся переменной», а являются определяющими для институциональных структур и их изменений. Для дискурсивного неoinституционализма идеи, обмен идеями в дискурсивной практике, выбор идей являются конституирующими факторами выбора политических институтов. При этом следует брать в расчет весь спектр идей, которыми руководствуются люди (экономические, политические, моральные и т. д.). Идеи не только высвечивают содержание формируемых политических институтов, но и берутся в качестве их оснований. Люди действуют, руководствуясь не только своими предпочтениями, но и идеями.

Институты, в рамках которых совершаются дискурсивные практиками, сами изменяются под влиянием производства идей, находящих применение в дискурсе коммуникации. С точки зрения некоторых исследователей, таких как Вивьен Шмидт, институциональные изменения можно объяснить именно тем, каким образом идеи генерируются политическими участниками и как они проникают в публичную сферу посредством дискурса. Конкретная форма процесса изменений, происходящих в институциональной среде и является предметом исследования дискурсивного институционализма.

Такой институт, как СМИ, всегда определяют контент и источник финансирования. Поэтому при анализе содержания СМИ следует учитывать его политическую направленность.

Значимую роль в позиционировании СМИ играют агенты, которые высказывают свое мнение, генерируют идеи, и таким образом преобразуют институт.

У оппозиционных и правительственных СМИ разное положение в институциональной среде, социальное происхождение, разные интересы и, как следствие, разные идеи. Оппозиционные СМИ противостоят, главным образом идеологически, действующему правительству, администрации, правящей партии, политически контролирующему страну, а правительственные СМИ, наоборот, поддерживают. Соответственно, это будет отражаться на публикациях.

Выдвинем гипотезу: те индивиды, которые действуют в правительственных структурах, будут генерировать другие идеи, нежели те, которые - в оппозиции, соответственно, дискурс СМИ будет меняться, т.е. индивиды действуют в рамках определенной концепции, которая навязана политической направленностью, тем самым изменяя дискурс СМИ, посредством идей.

В каждой публикации можно выделить несколько компонентов: необходимым для публикации является источник, далее непосредственно сама публикация состоит из описания или анализа ситуации, в рамках анализа могут перечисляться причины, в подтверждение тех или иных позиций могут приводиться мнения авторитетов (людей со стороны), наша рабочая гипотеза заключается в том, что через такие отсылки проявляется латентная позиция СМИ по отношению к вопросу, обратив внимание на такие компоненты, мы можем составить некий образ, которому СМИ пытается соответствовать путем отдельных указаний. Таким образом, были выделены следующие критерии, по которым проводился контент-анализ публикаций:

1. Причины скулшутинга, которые выделяют в СМИ; (Под причинами подразумеваются идеи, позиции, мнения людей и самих СМИ о том, что может послужить мотивом/причиной для такого рода инцидентов).

2. Источники, на которые ссылаются СМИ; (Под источниками подразумеваются другие СМИ, чью информацию они публикуют на своей платформе).

3. Лица, которые высказывают предположения по поводу причин/мотивов скулшутинга. (СМИ берут интервью у индивидов из разных социальных слоев и разной степени причастности к случаю скулшутинга).

Совокупность этих критериев помогают выявить черты сходства и различий между оппозиционными и правительственными СМИ в позиционировании инцидентов скулшутинга.

С точки зрения формы все материалы, которые были изучены, представляют собой полный набор жанров: информационные сообщения, репортажи, интервью. При этом журналисты как оппозиционных, так и провластных СМИ пользовались одними и теми же источниками: собственной информацией, сообщениями пресс-служб и информационных агентств, материалами других органов массовой информации, анонимными источниками и т.п. Доминирующим жанром является информационное сообщение как для тех, так и для других видов СМИ. В этом проявляется стремление СМИ продемонстрировать объективность, безоценочность подаваемой информации. Мы видим (таблица 4), что оппозиционные СМИ ссылаются на провластные источники. Например, представитель оппозиционной стороны «Дождь» ссылается на провластное СМИ «РИА Новости». Правительственные, в свою очередь, ссылаются на телеграмм-каналы, такие как «Подъем», «Мэш». («Мэш» относят к оппозиционным СМИ, он стал первым из российских СМИ выпустил репортаж, снятый на территории «дворца Путина» в Геленджике). Таким образом, мы видим, что разница между источниками, на которые ссылаются оппозиционные и провластные СМИ, отсутствует. Это парадокс, который требует изучения. Институты СМИ передают одну и ту же информацию и, соответственно, не изменяются под влиянием производства идей. Это приводит нас к выводу, что определенная концепция поведения институтов СМИ в позиционировании скулшутинга отсутствует.

Далее рассмотрим, с какими индивидами СМИ согласны по поводу выявления ключевых причин скулшутинга, есть ли разница между лицами, чье мнение имеет значимость и авторитет для СМИ того или иного вида по политической направленности. По таблице 5 мы видим, что оппозиционные представители: «Дождь», «Медуза» - берут интервью официальных лиц и выражают согласие с их мнением: руководитель департамента информационной политики администрации Перми, сенатор, вице-спикер Госдумы и тд. Правительственные СМИ также просят высказать свое мнение официальных представителей: главу Бурятии, зампреда Синодального отдела по взаимоотношениям церкви с обществом и СМИ, сенаторов и тд. Агенты, которые высказывают свое мнение, генерируют идеи, в оппозиционных и провластных СМИ не различаются, соответственно, информация, которую они передают - тоже. Следует отметить, что в данной работе учитываются мнения официальных лиц, сопровождаемые оценочным суждением редактора/редакторов СМИ. Судя по этим данным, мы можем сказать, что у представителей того или иного вида СМИ регламентации правил, которых они должны придерживаться, или отсутствует, или является схожей, практически одинаковой. Исходя из теории дискурсивного институционализма, различия должны быть.

Рассмотрим, какие причины выделяют оппозиционные и правительственные СМИ по 1 кейсу: 18 октября 2021 г. в Пермском крае 12-летний школьник устроил стрельбу в школе. Через массив публикаций оппозиционных СМИ лейтмотивом проходят следующие темы: психологические заболевания и проблемы во взаимоотношениях с педагогами и с одноклассниками, буллинг, связь с различными группировками, семейные проблемы. К дополнительным возможным причинам относят: хранение оружия в открытом доступе, американское влияние, употребление наркотических веществ. Если мы обратимся к таблице 2, то увидим, что провластные СМИ выделяют такие же причины, как и оппозиционные. Таким образом, видно, что идеи и дискурсы оппозиционных и провластных СМИ не влияют на институциональную стабильность и изменения.

Рассмотрим, какие причины выделяют по 2-му кейсу: 19 января 2018 г. в Сосновом Бору в микрорайоне Сосновый Бор в Улан-Удэ подросток напал на школу. По таб-

лице 3 мы видим, что причинами, которые выделяют правительственные СМИ является: психологические заболевания и проблемы во взаимоотношениях с педагогами и с одноклассниками, буллинг, связь с различными группировками, семейные проблемы. К дополнительным возможным причинам относят: хранение оружия в открытом доступе, американское влияние, халатность со стороны школ. Оппозиционные СМИ не отличаются в выделении ключевых причин, мотивов и факторов, которые могли послужить катализаторами для развития склонности к такому виду инцидентов. “Генераторы идей” и “коммуникаторы” по политической направленности, доносящие идеи до публики, не различаются по данному критерию, это, в свою очередь, говорит о том, что они не порождают социальной регулярности, связанной с определенной системой действий.

Заключение

В ходе работы мы использовали методы контент-анализа и анализ дискурсов в изучении позиционирования скулшутинга в СМИ через теорию дискурсивного институционализма, суть которой заключается в том, что институты имеют определенные правила, которые порождают регулярность социального поведения. Регулярность также порождается за счет высказывания определенных идей, то есть образ СМИ - это та позиция, которую они выдвигают. Теория дискурсивного институционализма легла в основу гипотезы, о том, что индивиды действуют в рамках определенной концепции, которая навязана политической направленностью, тем самым изменяя дискурс СМИ, посредством идей. Данная теория оказалась не применима к позиционированию скулшутинга в СМИ в рамках рассмотренных мной кейсов. Мы видим, что соглашение о том, что поведение должно регламентироваться применением четко определенных правил, подкрепленных полномочиями одного лица или группы лиц, обладающих властью, отсутствует либо оно специфичное и проходит в другой грани. Что же именно лежит в качестве причины для отсутствия наглядной разницы в позиционировании скулшутинга представляет собой интересную проблему для новых исследований. Данный парадокс между оппозиционными и правительственными СМИ является весьма актуальным в современных реалиях. В силу ограниченности времени, знаний и ресурсов данная работа требует серьезных доработок.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Грейф, А. Институты и путь к современной экономике: уроки средневековой торговли // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 2. С. 35-58.
2. Кузнецов, А. М. "Новый институционализм": взгляд через призму дискурсивного анализа // Метод. 2014. № 4. С. 203-227.
3. Рейтинги ТОП-10 СМИ // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения: 05.04.2022.).
4. Нападения учащихся на школы // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Нападения_учащихся_на_школы (дата обращения: 05.04.2022.).
5. Независимые российские СМИ создают синдикат // DW.com - Made for minds. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Нападения_учащихся_на_школы (дата обращения: 05.04.2022.).
6. Норт, Д. К. Институциональные изменения: рамки анализа // Вопросы экономики. 1997. № 3. С. 6-17.
7. Патрушев С.В. Институциональная политология: четверть века спустя // Политическая наука. 2009. № 3. С. 5-19.
8. Пашинян, И. А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3(9). С. 13-18.
9. Мухаметов, Р. С. [и др.] СМИ в политическом процессе: учебное пособие // Издательство Уральского университета. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/82560> (дата обращения: 05.04.2022.).

10. Семенова, А. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. Москва : Институт социологии Российской академии наук, 2010. – 323 с.
11. Трахтенберг, А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации как идеологический инструмент // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2006. № 8. С. 85-94.
12. Шмерлина, И. А. "Институциональная логика": критический анализ направления // Социологический журнал. 2016. Т. 22. № 4. С. 110-138. DOI 10.19181/socjour.2016.22.4.4812.
13. Шмидт Вивьен А. Дискурсивный институционализм: объяснительная сила идей и дискурса // Ежегодный обзор политологии. 11 (1): 303–326. DOI 10.1146 / annurev.polisci.11.060606.135342.
14. Шмидт Вивьен А. Серьезное отношение к идеям и дискурсу: объяснение изменений через дискурсивный институционализм как четвертый новый институционализм // Европейский политологический обзор. 2010. Т. 2. вып. 1. С. 1-25.
15. Россия: СМИ под контролем государства // Eurotopics. URL: <https://www.eurotopics.net/ru/176694/?4> (дата обращения: 05.04.2022).

УДК 332.334(470.51)

Кардовская Диана Павловна, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Kardovskaya Diana Pavlovna, student, FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Гареева Гульшат Альбертовна, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Gareeva Gulshat Albertovna, student, FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Алексеева Наталья Анатольевна, научный руководитель, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Supervisor, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО КОФЕЙНОГО РЫНКА В РОССИИ

ANALYSIS OF THE STATE AND DEVELOPMENT OF THE MODERN COFFEE MARKET IN RUSSIA

Аннотация. Представлен анализ основных направлений развития кофейного бизнеса в России. Определены основные факторы роста импорта и производства кофе в России. Приведены прогнозы развития рынка на последующие годы. Сделан анализ потребления кофе в регионах, основных производителей и поставщиков кофе, а также рассмотрены более элитные направления кофейного бизнеса.

Abstract. An analysis of the main areas of development of the coffee business in Russia is presented. The main factors for the growth of coffee imports and production in Russia have been identified. Market development forecasts for subsequent years. An analysis of coffee consumption in the regions, major coffee producers and suppliers was made, as well as more elite areas of the coffee business were considered.

Ключевые слова: кофейный рынок, потребление, экспорт, импорт кофейное сырье, товарооборот, волны развития кофейного бизнеса.

Key words: coffee market, consumption, export, import coffee raw materials, trade, waves of coffee business development.

Еще два десятка лет назад в России основным напитком являлся чай, который предпочитали 98 % населения. Кофе считался дорогим напитком, больше предпочитали напитки-заменители кофе. Сейчас кофе стремительно набирает популярность среди напитков в России. Увеличивается производство кофе, открывается все больше заведений, специализирующихся на обжарке и приготовлении кофе и кофейных напитков. Доля потребления растворимого кофе составляет около 50 % от всех видов кофе и кофейных напитков [5]. Чай по-прежнему остается лидером продаж среди горячих напитков, однако составляет уже около 60 % от потребляемых горячих напитков [14].

К 2023 г. планируется потребление кофе в размере 2,4 кг в год на жителей старше 14 лет [9, 11]. Средняя динамика роста потребления составляет около 8 % в год. В 2020 г. россияне купили около 184 тыс. тонн кофе, а к 2022 г. потребление составило 303 тыс. тонн кофе, т.е. жители страны вернулись к «доковидным» тенденциям. Так же существенно меняется соотношение растворимого кофе и зернового: в 2001 г. соотношение продаж составляло 69 к 31 соответственно, а в 2020 г. - 45 к 55. К 2024 г. изменения в динамике не планируется [5]. Существенный рост показывал рынок капсульного кофе в России, ежегодный прирост которого составляет 18 %.

Основными потребителями кофе в стране является так называемое население Миллениум, у которого кофе воспринимается как модный атрибут. Выросла мода на посещение кофеен, а также на кофе на вынос, что привело к увеличению домашнего потребления кофе. Существенное влияние на рост рынка кофе оказывает реклама производителей кофе и кофейной техники. Объем российского рынка кофе на 2020 г. составлял 154 млрд руб., из которых 79 % приходилось на розничные продажи, 21 % на сферу общественного питания [13].

В России из-за климатических условий кофе не растет. Кофе ввозят из-за границы зеленым, после чего обрабатывают в молотый, зерновой и растворимый, который и получают покупатели. Прирост импорта кофе составлял в среднем 2 %, но в рекордном 2022 г. прирост импорта составил 24 %. По прогнозу на 2024 г. прирост импорта составит 10 % [1, 4].

Около 79 % импорта – из Вьетнама, Бразилии, Италии, Индонезии и Уганды, хотя в мире крупнейший поставщик - Бразилия (мировая доля 40 %) [2, 3]. Резко, на 80 %, выросли цены на арабику. Рост цен обусловлен не урожайностью в стране из-за засухи и заморозков и скачком стоимости морских перевозок, нехваткой рабочей силы и удобрений. Повышение цен ожидается и в следующие годы. Скорее всего, Вьетнам по-прежнему останется приоритетным направлением по импорту, так как подорожание на контейнеры и морские перевозки составило всего 10 % [6, 10].

В связи с событиями последних дней февраля и изменением экономической ситуации в стране и мире, произошло резкое ослабление рубля. У импортеров, завозивших основную массу зеленого кофе в страну, образовался долг перед производителями в других странах. Однако из-за постоянного роста спроса на кофе импортные поставки продолжают расти.

При этом Россия не только закупает натуральный кофе, но и продает его по более высокой добавленной стоимости, в которую входят обжарка и переработка зерна. Жареный кофе у России больше всего покупают Белоруссия, Казахстан, Украина, Грузия и Абхазия. Несмотря на небольшие объемы - около 16 тыс. тонн в 2021 г. - экспортные поставки за последние пять лет выросли в 2,5 раза [10].

Что касается производителей кофе в России, то их несколько с долей рынка около 70 %: Nestle S.A., Jacobs Douwe Egberts, ГК «Орими Трэйд», Strauss Group и Food Empire Holdings. Расширяется рынок компания Pouling. Остальные 30 % рынка производителей занимают производители специальных видов кофе, которые обслуживают более узкий и элитарный рынок. Так же в эти 30 % входят частные производители, которые имеют свои кофейни и мини производства для обжарки собственной продукции,

такие как ижевские Coffe Like [8]. До 2022 г. большую долю производства данного кофе в России занимала американская сеть Starbaks. Однако после событий компания перепродала свои активы российским производителям, что позволило сохранить объем производства кофе.

Из-за активного роста популярности кофе в России соответственно идет и рост популярности различных кофеен и заведений, где можно приобрести уже готовый кофе. В течение последних десяти лет бизнес кофеен в России бурно развивался и по прогнозам в ближайшие 10 лет будет набирать темпы. Высокая рентабельность у данного бизнеса - около 700 %, быстрая окупаемость, т.к. дешевое зеленое зерно можно обрабатывать разными способами и делать широкую линейку видов кофе.

В 2018 г. в России насчитывалось более 5000 кофеен во всех регионах, а в 2022 г. количество кофеен увеличилось на 812 точек и составило 10 947 кофеен. Даже во время пандемии сети не прекращали свое развитие и продолжали открывать новые заведения. Ежегодный прирост кофеен всех форматов в России составлял в среднем 3 %, кофеен типа «кофе с собой» — 7 %. Общий объем рынка составил 187 млрд руб. [7]. Основной рост сейчас приходится на Москву и Санкт-Петербург. Но в будущем ожидается прирост в регионах, в первую очередь в городах-миллионниках.

Развитие кофейного бизнеса делится на три основные волны. К первой волне относятся сетевые заведения, открытые в конце 1990-х гг., которые начали формировать культуру потребления кофе вне дома (сети «Шоколадница», «Кофе-Хауз» и «Тревелс кофе»). Ко второй волне относится бум в основном в крупных городах страны, начиная с 2007 г., что связано с сетью «Старбакс», а также сетями «Кофеин», «Кофешоп», «Фикскофе» и другими. Третья волна роста рынка происходит сейчас и затянется на ближайшие 5 лет. Потребители начали хорошо разбираться в кофе. Стало популярно готовить крафтовые напитки, совершенствовать технологии обжарки, экспериментировать в ароматах кофе. Большую популярность стала набирать профессия бариста [12].

На данный момент российский кофе входит в топ-10 среди стран мира. В 2022 г. на первый план выходит качество продукции. Потребители становятся все более требовательными, поэтому только те производители, которые следят за качеством и используют современные технологии, будут наиболее востребованы. Также пандемия внесла свои корректировки в сегмент потребления кофе: все большую популярность набирают кофейни самообслуживания и другие автоматизированные сервисы без прямого участия людей в покупках. Данный вид деятельности является очень прибыльным, и рынок будет только расти.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. Особенности оценки угрозы продовольственной безопасности в межстрановых сравнениях // Вестник Института мировых цивилизаций. 2021. Т. 12. № 1 (30). С. 44-48.
2. Алексеева, Н. А. Проблема продовольственной безопасности в крупнейших странах мира // Землеустройство и экономика АПК: информационно-аналитическое и налоговое обеспечение управления: материалы I Международной научно-практической конференции. 2019. С. 7-9.
3. Алексеева, Н. А. Стратегический анализ сравнительных преимуществ России в производстве продукции // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2019. № 1 (36). С. 3-5.
4. Анализ рынка кофе (с ассортиментными группами) в России в 2022, 2022 гг. URL: <https://vc.ru/u/406653-roif-expert/412381> (дата обращения: 07.11.2022 г.).
5. Булганина, С. В. Основные тренды развития рынка кофе в России // Московский экономический журнал. 2020.

6. Добрынская, Н. А. Оптимизация загрузки транспортных средств и построение оптимального маршрута доставки зернового кофе // Молодой ученый. 2020. № 2 (292). С. 251-256.
7. Исследование рынка кофеен в городах-миллионниках. URL: www.pronline.ru/statistics (дата обращения: 07.11.2022).
8. Обзор российского рынка кофе за 2020, 2020 гг. URL: <https://t-laboratory.ru/2020/02/26/obzor-rossijskogo-rynka-kofe> (дата обращения: 07.11.2022).
9. Полозенко, Т. И. Анализ потребительских предпочтений кофе натурального на примере г. Челябинска // Молодой ученый. 2015. № 3 (83). С. 201-205.
10. PRO кофе: рынок и тренды. URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-part> (дата обращения: 07.11.2022).
11. Сурнина, М. В. Статистико-маркетинговый анализ рынка кофеен г. Москвы // Молодой ученый. 2019. № 42 (280). С. 157-159.
12. Современное состояние и перспектива развития кофеен в России. URL: <https://studbooks.net/1928180/tovarovedenie/sovremennoe> (дата обращения: 07.11.2022).
13. Теория и практика развития агропродовольственной системы в Удмуртской Республике : коллективная монография // Ижевск. 2020. – 114 с.
14. Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов: монография / Алексеева Н.А. и др. // Ижевск. 2020.

УДК 321.01

Кобилев Бекзод Бобирович, студент, Национальный исследовательский университет “Высшая школа Экономики”, Москва.

Kobilov Bekzod Bobirovich, student of National Research University Higher School of Economics, Moscow.

Ледяев Валерий Георгиевич, профессор, Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики”, Москва

Ledyayev Valery Georgievich, Professor of National Research University Higher School of Economics, Moscow.

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА ИНСТИТУТ СЕМЬИ В РФ С 2012 ПО 2022 ГГ.

THE IMPACT OF STATE POLICY ON THE FAMILY INSTITUTION IN RUSSIA (2012-2022)

Аннотация. Работа рассматривает влияние государственной политики на институт семьи в РФ, а именно её характер, направление и динамику на федеральном уровне и наличие уникальных законопроектов в связи с особым социокультурным контекстом на региональном уровне. В исследовании использовался метод контент-анализ, на самостоятельно собранной базе законопроектов, для выявления вектора и основных целей, преследуемых правительством в сфере семейной политики.

Abstract. Research considers the impact of state policy on the institution of the family in the Russian Federation, namely its nature, direction and dynamics at the federal level and the presence of unique legal acts in connection with a special socio-cultural context at the regional level. The study used the content analysis method, on a self-collected database of legal acts, to identify the vector and main goals pursued by the government in the field of family policy.

Ключевые слова: государственная политика, влияние, институт семьи.

Key words: state policy, political impact, family institution.

Сфера семейной политики продолжает оставаться одной из самых приоритетных в отрасли государственной политики Российской Федерации. За прошедшее десятилетие глава государства обозначал состояние института семьи, демографические вопросы и процессы воспроизводства населения как важнейшие задачи органов государственной власти и правительства [1]. Несмотря на это, нестабильная ситуация в демографии и рост отрицательных показателей, таких как увеличение числа разводов, стагнация естественного прироста и безуспешное внедрение инструментов и мер улучшения положения семьи [2] приводит к росту актуальности темы государственной политики влияющей на институт семьи среди российских исследователей, а также аналитики ее эффективности и совокупного влияния, оказываемого на институт семьи.

Анализ государственной политики по отношению к институту семьи за период 2000-2011 гг. свидетельствует об отсутствии ожидаемых результатов, провоцируя полемику научного сообщества о “деградации института семьи”, по причинам продолжительного упадка демографических показателей, отсутствием результатов после введенных государством законопроектов и мер государственной политики грозит угрозами в развитии экономики страны, невозможностью государства к обороне, усугублением проблем с воспроизводством населения и др. [3].

Актуальность временных рамок исследования связана с началом третьего президентского срока В. В. Путина. С 2012 г. в РФ произошли серьезные изменения в реализуемой к институту семьи политике. Отсутствие в научном сообществе знания о влиянии принятых мер, их содержания и изменения курса государства, создает необходимость его изучения. На протяжении исследования влияние изучается в разрезе характера государственной политики, её динамики в пределах рассматриваемого периода и поиском её адресата.

Исследовательские работы, посвященные изучению института семьи, стали особенно актуальны в период 1970-х гг., что было вызвано снижением естественного прироста населения, а также демографическим кризисом. Распад СССР только усугубил демографическую ситуацию в стране, серьезно изменив социальную реальность. В связи с этим основной фокус исследований был направлен на определение факторов и стратегий, способных улучшить демографическую ситуацию. Большинство работ также ставило своей задачей определить те изменения, которые произошли в функционировании института, в системе отношений между мужчиной и женщиной. Однако стоит отметить, что представители политической науки сконцентрировали внимание на разработке мер государственной политики, способных улучшить демографические показатели в стране [4].

Таким образом, в рамках исследуемой нами темы все работы и научную литературу можно отнести к одной из четырех больших групп: 1) блок работ, посвященных «диагностике» состояния института семьи, выявлению ключевых проблем и векторов развития института на фоне вмешательства государства; 2) блок, посвященный оценке эффективности предпринимаемых мер и направлений семейной политики; 3) блок о том, какое место семейная политика занимает в рамках политики РФ; 4) блок о региональном аспекте реализации государственной политики по отношению к институту семьи.

Проанализировав основные работы по нашей проблематике, необходимо заметить, что уникальная особенность исследования заключается в том, что основное внимание посвящено изучению содержания государственной политики (анализу направления, характера и динамики), а не целевых показателей. Автор предпринимает попытку использовать иной подход при изучении государственного влияния на институт семьи, акцентируя внимание на анализ содержания мер, а не их эффективности (рисунок 1).

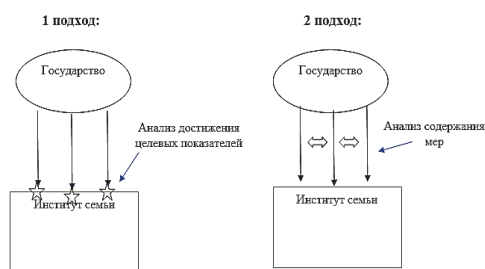


Рисунок 1 – Подходы при изучении влияния государства на институт семьи

С помощью определения основного адресата, на которого направлена мера, содержащаяся в законопроекте, было проанализировано *направление влияния* государственной политики. Для выявления *характера влияния* была подсчитана частота встречаемости различных мер в рамках выделенных нами категорий, что позволило определить доминирующее направление государственной политики. Анализ изменения основного адресата принимаемых государством мер и их характера позволило выявить *динамику влияния* государственной политики. Нормативно-правовые акты, принятые на региональном уровне за первую половину 2022 г. во всех субъектах РФ, анализировались для последующего сравнения с теми тенденциями, которые присутствуют на федеральном уровне, и выявлении потенциальных различий на фоне разнообразного социального контекста в каждом регионе.

Просмотрев (07.05.2012 № 606) Указ Президента «О мерах по реализации демографической политики в Российской Федерации» (относится к одному из майских указов Президента и выступает НПА, задающим основной вектор политики государства по отношению к институту семьи) свидетельствует о преобладании кода «Денежные выплаты и финансовая поддержка» (наибольшее количество принятых мер).

Содержит код «Совершенствование семейного законодательства» как преобладающий, однако это также единственный НПА за рассматриваемый нами период, который ориентирован на воспроизводство населения (28.12.2012 № 1688) Указ Президента "О национальной стратегии действий в интересах детей".

02.05.2013 № 397 (ред. от 04.08.2015) Постановление Правительства «Об осуществлении ежемесячных выплат неработающим трудоспособным лицам, осуществляющим уход за детьми-инвалидами в возрасте до 18 лет или инвалидами с детства I группы» и Указ Президента «О ежемесячных выплатах лицам, осуществляющим уход за детьми-инвалидами и инвалидами с детства I группы» также содержат код «Денежные выплаты и налоговые вычеты» как преобладающий: «Установить с 1 января 2013 г. ежемесячные выплаты неработающим трудоспособным лицам, которые занимаются уходом за инвалидом ребенком», «Размер ежемесячных выплат для граждан, проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях ... увеличивается на соответствующий районный коэффициент...» и т.д., что подтверждает важность мер экономической поддержки со стороны государства.

«О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей» 418-ФЗ среди всех анализируемых законопроектов содержит наибольшее число мер по экономической поддержке института семьи и законодательному обеспечению его положения: «Возобновление ежемесячной выплаты в связи с рождением первого или второго ребенка осуществляется в случае», «Ежемесячная выплата в связи с рождением второго ребенка осуществляется гражданину, получившему государственный сертификат на материнский (семейный) капитал»

Разработанная категория «Укрепление института семьи, повышение репутации брака» была приоритетной только в Указе Президента "О Дне отца" номер 573 2021 г. Тем не менее мера такой направленности является практически единичной.

При рассмотрении основных направлений влияния политики РФ на институт семьи был получен вывод о том, что в рамках рассматриваемого периода разнообразие и представленность адресатов мер увеличивается. Указ Президента «О национальной стратегии действий в интересах детей» основными объектами влияния были женщины или дети в сложной жизненной ситуации, а также многодетные семьи. Концепция семейной политики РФ 2014 г. значительно увеличила перечень адресатов, на которых оказывается воздействие со стороны семейной политики. Например, в фокусе внимания Концепции оказались различные категории семей (не только многодетные), пожилые люди, а также специалисты. Принятые позже НПА после анализа только закрепили эту тенденцию.

Рассмотрение НПА, принятых во всех субъектах РФ за первую половину 2022 г. (364 принятых закона, имеющих отношение к институту семьи), свидетельствует о схожести направления и характера государственной семейной политики с федеральным уровнем. Во всех регионах доминирующими оказались меры материальной поддержки семей. 144 закона, принятых на региональном уровне, содержали в себе меры по здравоохранению. Оставшиеся 220 законов преимущественно посвящены материальным мерам поддержки семей: выплаты, льготы, налоговые вычеты (только 31 НПА не относится к категориям материальной поддержки). Анализ НПА в региональном разрезе позволил заключить, что несмотря на разнообразие социокультурного контекста и актуальной демографической ситуации, все законопроекты практически идентичны по своему направлению и характеру с мерами, принимаемыми на федеральном уровне (будь то ситуация в Северной Осетии или Красноярского края).

Часть исследования, посвященная поиску динамики государственной политики, не принесла результатов ни на федеральном, ни на региональном уровне. Формируя повестку для института семьи, регионы вносят некоторое количество законов, охватывающих проведение духовных мероприятий, культурно-досуговых занятий и формирование положительного образа семьи (что вносит динамику в типичный характер мер), однако их оказывается недостаточно.

Политика РФ по отношению к институту семьи за анализируем нами период характеризуется отсутствием системных изменений в положении института семьи, хотя и на фоне положительной динамики отдельных показателей демографической политики. Основным инструментом, с помощью которого государство продолжает воздействовать на институт семьи как на региональном, так и федеральном уровне остается принятие мер в экономической сфере.

При анализе *направления влияния* государственной политики автору удалось определить, что основными объектами (адресатами) получаемых мер в начале рассматриваемого периода были исключительно женщины и дети, члены многодетных семей. Однако к концу рассматриваемого периода спектр адресатов пополнился пожилыми людьми, юридическими компаниями, большими группами людей.

Характер влияния (то есть доминирующие направления государственной политики по отношению к институту семьи) практически не изменились. Доминирующей можно назвать материальную сферу поддержки семей, что значительно сужает возможности государства по улучшению состояния института. Несмотря на то, что в ходе исследования было зафиксировано появление некоторых новых сфер политики государства (зафиксированных в кодах), большая часть мер реализовывалась внутри одной категории.

Ввиду того, что характер влияния государственной политики остался прежним, а перечень адресатов пополнился незначительно, можно заключить, что вектор государственной политики остается неизменным, а зафиксировать *динамику влияния* государственной политики невозможно по причине ее отсутствия.

Что касается государственной семейной политики на региональном уровне, то здесь власти полностью дублируют меры федерального уровня, не учитывая особенно-

сти региона и социокультурный контекст, что по итогу приводит к невозможности реального улучшения положения института.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гурко Т.А. Теоретические подходы по изучению трансформации института семьи // Социологический журнал. 2020. Т 26. С. 34.
2. Яновский К. Кризис института семьи в постиндустриальном обществе: анализ причин и возможности преодоления. М. : 2019. С. 9.
3. Население России. URL: https://countrymeters.info/ru/Russian_Federation#historical_population. (дата обращения: 12.06.2022).

УДК 657.922

Козьминых Дарья Дмитриевна, студентка, ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Kozminykh Daria Dmitrievna, student, FSBEI HE Udmurt GAU

Алексеева Наталья Анатольевна, научный руководитель, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Supervisor, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt-GAU

ПРОБЛЕМЫ ЗЕМЕЛЬНОГО ФОНДА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В КОНТЕКСТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

PROBLEMS OF THE LAND FUND OF THE UDMURT REPUBLIC IN THE CONTEXT OF FOOD SECURITY

Аннотация. В условиях, когда обостряется проблема рационального природопользования, изменения климата и устойчивого развития, ценность земельных, водных, лесных и рекреационных ресурсов возрастает с каждым днем. Проведение статистического анализа – главный залог успешного мониторинга, предупреждающего в дальнейшем любые негативные ситуации, а также дающего картину для планирования рационального использования земельных ресурсов. В статье анализируется состояние земельного фонда Удмуртской Республики за период 2017-2021 гг., структура и плотность населения, а также прогнозирование площади сельскохозяйственных угодий

Abstract. In conditions when the problem of rational nature management, climate change and sustainable development is aggravated, the value of land, water, forest and recreational resources is increasing every day. Statistical analysis is the main key to successful monitoring, which prevents any further negative situations, as well as gives a picture for planning the rational use of land resources. The article analyzes the state of the land fund of the Udmurt Republic for the period 2017-2021, the structure and density of the population, as well as forecasting the area of agricultural land

Ключевые слова: сельское хозяйство, земля, категории земель, земельный фонд, продовольственная безопасность.

Key words: agriculture, land, land categories, land fund, food security.

Актуальность исследования заключается в том, что земельный фонд в Удмуртской Республике достаточно стабилен, но требует грамотного мониторинга состояния и использования земель на постоянной основе для своевременного выявления изменений в его структуре и их оценки. Мониторинг, целями которого является информационное обеспечение государственного земельного контроля за использованием и охраной зе-

мель, а также граждан информацией о состоянии и использовании земель, – это тот инструмент, с помощью которого в дальнейшем и формируется статистика земельного фонда любого региона [1, 2, 7, 9-14].

Проблема продовольственной безопасности страны заключается в необходимости постоянного воспроизводства в достаточном количестве, качестве и с высокой степенью доступности для населения продуктов питания. Решение проблемы во многом определяется уровнем развития сельского хозяйства, отраслей переработки сельскохозяйственной продукции, транспортной инфраструктуры, доходами населения, уровнем жизни граждан на селе. Стратегической целью продовольственной безопасности является обеспечение населения страны безопасной сельскохозяйственной продукцией и продовольствием. Гарантией ее достижения является стабильность внутреннего производства, а также наличие необходимых резервов и запасов [3, 4].

Целью исследования стало проведение анализа состояния земельного фонда Удмуртской Республики за период 2017-2021 гг., структуры постоянного населения в регионе, определение плотности сельского населения, прогнозирование площади сельскохозяйственных угодий, оценка продовольственной безопасности на региональном уровне.

Материалами и методами в исследовании выступили данные отчетов Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Удмуртской Республике и научная литература, касающаяся тематики исследования. Анализ проведен методами экономико-статистического анализа [8].

Результаты исследования. Удмуртская Республика входит в Приволжский федеральный округ, административно состоит из 25 муниципальных районов, 5 городов республиканского значения и одного города районного подчинения. Плотность населения составляет 38 чел. на 1 кв. км. 30,3 % населения проживает в сельской местности (табл. 1) [6].

Таблица 1 – Территория, население, административно-территориальное деление [6]

	2017	2018	2019	2020	2021
Территория, тыс. кв. км	42,1	42,1	42,1	42,1	42,1
Численность постоянного населения – всего, тыс. человек	1513,0	1507,4	1507,4	1500,9	1493,4
городского	995,7	994,4	994,4	992,2	988,6
сельского	517,3	513,0	513,0	508,8	504,8
Число административно-территориальных единиц					
районы	25	25	25	25	25
города	6	6	6	6	6
в т.ч. республиканского подчинения	5	5	5	5	5
сельские администрации	314	314	314	314	314
сельские населенные пункты	1956	1956	1958	1958	1958

Сложилась отрицательная динамика роста сельского населения. Такая ситуация свидетельствует о тревожных перспективах освоения сельского хозяйства в дальнейшем, а значит о негативных изменениях в экономике, так как сельское хозяйство – одна из главных отраслей экономики региона (8 % в добавленной стоимости региона).

В соответствии с законодательством земельный фонд Удмуртской Республики представлен всеми категориями земель (рисунок 1).

В своих административных границах земельный фонд региона стабилен в течение ряда лет, но общая тенденция изменений такова, что сокращается площадь земель сельскохозяйственного назначения и лесного фонда, увеличивается площадь земель промышленности и иного специального назначения, увеличивается площадь особо охраняемых территорий и объектов. Например, в 2017 г. в земли промышленности и

иногo специального назначения переведено 362 га, из них для размещения производственных зданий и промышленных объектов предоставлено 136 га в восьми районах республики [8,9]. Для нужд трубопроводного транспорта предоставлено 216 га в 12 районах, для автомобильного транспорта 6 га в двух районах. По 2 га переведено в земли энергетики в двух районах.

Поскольку численность сельского постоянного населения снижается более высокими темпами, чем площадь земель сельскохозяйственного назначения, обостряется проблема снижающейся плотности населения на селе (таблица 2). Вслед за этой проблемой может последовать снижение численности работников в сельскохозяйственных организациях, снижение площади сельскохозяйственных угодий, в т.ч. пашни, снижение уровня квалификации работников, выработки сельскохозяйственной продукции и снижение уровня продовольственной безопасности в регионе.

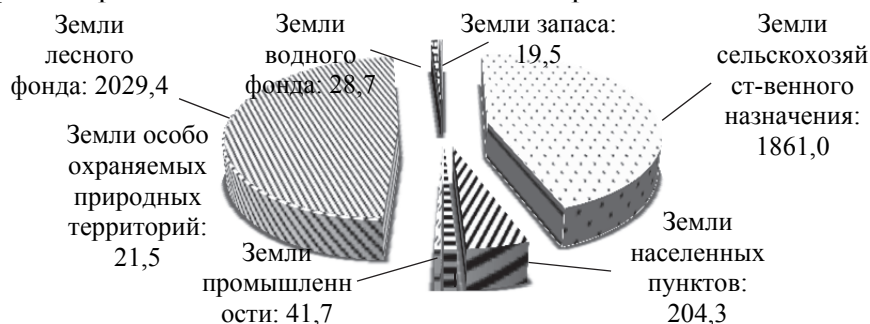


Рисунок 1 – Структура земельного фонда Удмуртской Республики [6]

Таблица 2 – Плотность постоянного населения на землях сельскохозяйственного назначения

Год	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Плотность населения, чел/га	0,277	0,275	0,276	0,273	0,271

Вследствие перевода земель сельскохозяйственного назначения в земли иных категорий за такими землями был сменен режим наблюдения. Так же изменениям подверглись статистические данные на официальных ресурсах, кадастровые планы территорий, используемые в кадастровой деятельности, и ряд других информационных инструментов в смежных областях [5].

Для прогнозирования будущих изменений в земельном фонде, а именно в землях сельхозназначения, так как они наиболее других подвержены изменениям, используем линии тренда, для которых определены полиномы третьего порядка. Коэффициент детерминации (R^2) равен 1, что говорит о достаточной точности параметризации функции.

Для прогнозируемых изменений необходимо определить дифференциал функции при следующих условиях: $x=5$ (по количеству анализируемых лет); $\Delta x=2$ (прогноз на следующие 2 года).

Определив производные и дифференциалы полинома, получим ожидаемое значение изменения распределения площадей через два года: $f'(x) = -0,37$, $\partial y = f'(x)\Delta x = -0,74$ тыс. га.

Таким образом, можно предположить, что в течении последующих двух лет состав земельного фонда Удмуртской Республики в категории сельскохозяйственных земель претерпит отрицательные изменения: уменьшение площади на 0,74 тыс. га. Явное сокращение показателя свидетельствует о возможном упадке в сельском хозяйстве в будущем за неимением рабочих рук и оскудением профессиональных практических навыков среди профессионалов, приезжающих по программам заселения, т.к. ремесло и преемственность в нем – это залог проверенного временем качества продукции, изменение которого грозит продовольственной безопасностью. Пока сложно судить о вероятности развития описанной негативной ситуации, однако с помощью данных, ана-

лиз которых проведен, есть возможность судить о динамике площади земельного фонда Удмуртской Республики, планировании отраслевых показателей.

Земельный фонд не только Удмуртской Республики, но и любого другого региона, требует тщательного мониторинга, т.к. он помогает собирать статистику не только о размере площадей угодий, но и о рациональности их использования, качестве, необходимости эксплуатации и прочих важных факторах, которые в дальнейшем могут стать звеном в цепочке исследований.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Абдурахманова, М. Т. Эффективное использование земельных ресурсов сельского хозяйства // Экономика и предпринимательство. 2021. № 9 (134). С. 409-411.
2. Алексеева, Н. А. [и др.] Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022. – 126 с.
3. Alekseeva N. A. State agrarian policy and the efficiency of its implementation at the regional level // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Ser. "International Scientific and Practical Conference: Development of the Agro-Industrial Complex in the Context of Robotization and Digitalization of Production in Russia and Abroad, DAICRA 2021" 2022.
4. Alekseeva N. A. New economic realia of the state agricultural policy // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. Ser. "Lecture Notes in Networks and Systems" Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. 2021. С. 256-260.
5. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 14.07.2022) // Собрание законодательства РФ. 29.10.2001. № 67. Ст. 4147.
6. Доклад о состоянии и использовании земель в Удмуртской Республике по состоянию на 1 января 2021 года. М. : ФГБУ «Росреестр», 2021. – 98 с.
7. Ибрагимов, А. Г. Использование земельных ресурсов России: состояние и проблемы // Экономика и предпринимательство. 2021. № 9 (134). С. 165-168.
8. Алексеева, Н. А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022. - 116 с.
9. Липски, С. А. Состояние и использование земельных ресурсов России: тенденции текущего десятилетия // Проблемы прогнозирования. 2020. № 4 (181). С. 107-115.
10. Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании: монография / Под общ. редакцией д. э. н., проф. Н.А. Алексеевой // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2021. – 135 с.
11. Теория и практика развития агропродовольственной системы в Удмуртской Республике : Коллективная монография // Ижевск, 2020. – 114 с.
12. Экономика и управление землеустройством и землепользованием в регионе: материалы III Нац. науч.-практ. конф. / Под общ. редакцией Н.А. Алексеевой // Ижевск : Ижевская ГСХА, 2021. – 200 с.
13. Алексеева Н.А. Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов: монография // Ижевск : Ижевская ГСХА, 2020.
14. Алексеева, Н. А. Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всероссийской национальной научно-практической конференции «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск, 2022.

Кiryuchenkova Albina Sergeevna, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kiryuchenkova Albina Sergeevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ларченко Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Проектирование, управление и разработка информационных систем», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Larchenko Yulia Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of “Design, Management and Development of Information Systems Department”, Komsomolsk-na-Amure State University

ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ В ГОРОДЕ КОМСОМОЛЬСКЕ-НА-АМУРЕ

RESEARCH OF DEMAND FOR EXCURSION SERVICES IN THE CITY OF KOMSOMOLSK-NA-AMURE

Аннотация. В условиях сложившейся экономико-политической и эпидемиологической ситуации в мире организации сферы туризма и сопутствующих отраслей испытывают трудности с оказанием услуг по ряду выездных направлений отдыха преимущественно за границу. В этой связи с целью стабилизации своего положения на рынке туристских и экскурсионных услуг хозяйствующие субъекты направляют свои усилия на развитие внутреннего туризма. При этом особой популярностью пользуются виды внутреннего туризма, связанные с изучением истории, памятников культуры и искусства, мест духовной и физической силы и т.п. Таким образом, в программе конкретного тура возрастает доля экскурсионных услуг. Поэтому актуальной и практически значимой задачей исследования является изучение спроса на экскурсионные услуги в локальной зоне деятельности туристских организаций.

Abstract. In the current economic, political and epidemiological situation in the world, organizations in the tourism sector and related industries are experiencing difficulties in providing services in a number of outbound holiday destinations, mainly abroad. In this regard, in order to stabilize their position in the market of tourist and excursion services, economic entities direct their efforts to the development of domestic tourism. At the same time, types of domestic tourism associated with the study of history, monuments of culture and art, places of spiritual and physical strength, etc. are especially popular. Thus, the share of excursion services in the program of a particular tour increases. Therefore, an urgent and practically significant task of the study is to study the demand for excursion services in the local area of activity of tourist organizations.

Ключевые слова: туризм, экскурсия, услуги, спрос, организация.

Key words: tourism, excursion, services, demand, organization.

В работе объектом исследования является город Комсомольска-на-Амуре, основанный в 1932 г., а предмет исследования – это спрос на экскурсии в пределах указанной территории [5].

Выбор объекта исследования обусловлен богатой историей города, непосредственно связанной с крупными промышленными предприятиями муниципального образования, а именно: судостроительный завод, авиационный завод им. Ю.А. Гагарина, нефтеперерабатывающий завод и др. Кроме этого, большой интерес для местных жителей и приезжих представляют собой объекты культуры и памятники природы («Амур-

ские столбы» в районе села Нижней Тамбовки Комсомольского района; останки древних поселений народов Приамурья; Болоньский заповедник в Амурском районе; озеро Амут; лесопарковая зона «Силинский лес» в черте города) [1].

С целью развития рынка внутреннего туризма в городе Комсомольска-на-Амуре было проведено исследование спроса на экскурсионные услуги, результаты которого представлены на рисунках 1-3.

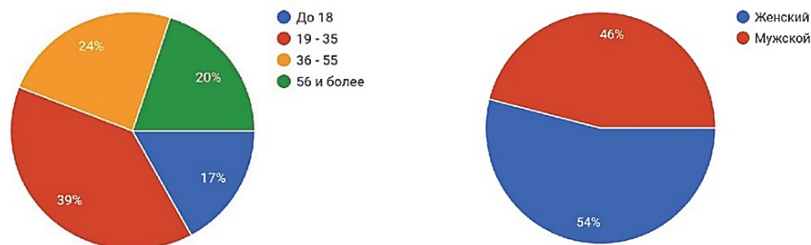


Рисунок 1 - Диаграмма потенциальных потребителей по возрасту и полу

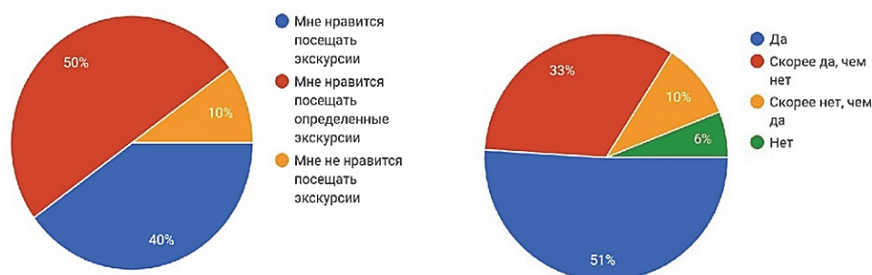


Рисунок 2 – Привлекательность посещения экскурсий в целом, в т.ч. в Дальневосточном регионе



Рисунок 3 – Привлекательность видов экскурсий и объектов

Согласно проведенным исследованиям, можно заключить следующее:

- целевым сегментом рынка экскурсионных услуг являются мужчины и женщины, относящиеся к категории экономически активного населения (работающие);
- 50 % опрошенных проявили интерес к отдельным видам экскурсий (экологическим, этнографическим и историко-краеведческим объектам);
- среди экскурсионных объектов экологического направления выделяют реки и озера, этнографических и историко-краеведческих объектов – поселения народностей Приамурья, их музеи и памятники.

Исходя из всего вышеизложенного следует, что спрос на экскурсионные услуги в городе Комсомольске-на-Амуре сформирован и возникает необходимость в формировании предложений для удовлетворения потребностей рынка.

Рассмотрим пример бизнес-идеи по организации экскурсии «Зов предков». Технологическая карта экскурсии представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Технологическая карта экскурсии «Зов предков»

Элемент	Характеристика
Тема экскурсии	Этнографический туризм с. Верхняя Эконь
Название экскурсии	Зов предков
Маршрут экскурсии	Этнографический музей с. Верхняя Эконь (1,5 часа) - Скала «Шаманка» (1 час)
Программа экскурсии	1 Этнографический музей с. Верхняя – знакомство с культурой и бытом коренного населения. 2 Скала «Шаманка» - посещение места силы и здоровья.
Продолжительность экскурсии	3,5 часа, в т.ч. время в пути (1 час)
Число человек в группе	20 человек
Цена экскурсии (при полном составе группы)	2500 р. / чел.

Среди интересных мест посещения респонденты также отметили село Ачан и поселок Горный.

В заключение отметим привлекательность разработки экскурсионных маршрутов для местных туристских организаций [2, 3, 4]. Дальний Восток и, в частности, местности Хабаровского края имеют собственные черты привлекательности для туристов наравне с изведенными просторами туристических маршрутов центральной России. Современные маркетинговые исследовательские разработки могут позволить привлечь инвестиционный потенциал в наш регион, при условии учета требований и интересов основной пользовательской аудитории.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Петрунина, Ж. В. Перспективные направления развития туризма в приграничных территориях России и Китая / Ж. В. Петрунина // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества : материалы IX международной научно-практической конференции, Благовещенск, 20–28 мая 2019 г. / Отв. ред. Д. В. Буяров // Благовещенск : Благовещенский государственный педагогический университет, 2019. С. 121-124.

2. Радченко, Н. Б. Разработка инвестиционного проекта глэмпинга в рамках развития внутреннего туризма экологической направленности в Хабаровском крае // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2022. № 4 (60). С. 112-120. DOI 10.17084/20764359-2022-60-112.

3. Трещев, И. А. Использование блокчейн технологий для создания точек роста в области туризма в Хабаровском крае // Математическое и компьютерное моделирование : сборник материалов VIII Международной научной конференции, посвященной памяти А. Л. Иозефера, Омск, 20 ноября 2020 г. Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2020. С. 263-265.

4. Шушарина, Г. А. Скрытые смыслы в художественных произведениях о Комсомольске-на-Амуре // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2019. Т. 2. № 2 (38). С. 74-78.

5. www.kmscity.ru/city/general/travel : туристический потенциал города Комсомольска-на-Амуре и прилегающих районов : сайт. Комсомольск-на-Амуре, 2005. URL : <https://www.kmscity.ru/city/general/travel> (дата обращения: 09.11.2022).

Куртин Максим Анатольевич, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kurtin Maxim Anatolievich, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ларченко Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Проектирование, управление и разработка информационных систем», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Larchenko Yulia Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of "Design, Management and Development of Information Systems Department", Komsomolsk-na-Amure State University

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

CHARACTERISTICS OF LIQUIDITY AND SOLVENCY OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS OF ECONOMY

Аннотация. В статье рассматриваются показатели ликвидности и общий показатель платежеспособности предприятия горнодобывающей промышленности Хабаровского края (АО «Полиметалл»). В общем виде показатели ликвидности и платежеспособности показывают способность предприятия погасить все свои краткосрочные и долгосрочные обязательства за счет имеющихся активов. При этом наличие в структуре активов предприятия наибольшей доли высоколиквидных активов и быстрореализуемых активов свидетельствует о высокой платежеспособности предприятия в современных условиях, характеризующихся нестабильной ситуацией на внешних рынках сбыта. В этой связи поставленная задача исследования является актуальной и практически значимой.

Abstract. The article discusses liquidity indicators and the overall solvency of a mining enterprise in the Khabarovsk Territory (Polymetal JSC). In general terms, liquidity and solvency indicators show the ability of an enterprise to repay all its short-term and long-term obligations at the expense of existing assets. At the same time, the presence in the structure of the enterprise's assets of the largest share of highly liquid assets and fast-moving assets indicates the high solvency of the enterprise in modern conditions, characterized by an unstable situation in foreign sales markets. In this regard, the task of the study is relevant and practically significant.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, коэффициент, баланс, предприятие.
Key words: liquidity, solvency, coefficient, balance sheet, enterprise.

В условиях неопределенности внешней среды одной из ключевых задач коммерческих предприятий является грамотное внутрифирменное планирование, направленное на рациональное распределение ресурсов по основным направлениям деятельности. В этой связи особую актуальность приобретает финансовый анализ и, в частности, оценка ликвидности и платежеспособности субъекта предпринимательской деятельности. По результатам финансового анализа предприятие осуществляет корректировку стратегических целей и, как следствие, тактических и текущих планов [2].

Объект исследования – одно из ведущих промышленных предприятий России в сфере добычи драгоценных металлов. На текущий момент предприятие входит в список десяти крупнейших золотодобывающих компаний мира. Основная стратегическая цель предприятия – это обеспечение устойчивого развития и наращивание всех видов капиталов и в первую очередь финансового капитала.

В таблице 1 представлены основные индикаторы ликвидности и платежеспособности предприятия, формулы их расчета, сущность и нормативные значения [1, 3]. Используя форму 1 бухгалтерского баланса АО «Полиметалл» за 2017 – 2021 гг., рассчита-

ем коэффициенты абсолютной, быстрой и текущей ликвидности предприятия, а также общий показатель платежеспособности. Исходные данные для проведения анализа ликвидности и платежеспособности хозяйствующего субъекта показаны в таблице 2 [4].

Результаты вычислений отображены в таблице 3, а в таблице 4 – отклонения фактических значений показателей от их нормативов.

Таблица 1 – Основные коэффициенты ликвидности и платежеспособности предприятия

Показатель	Формула расчёта	Нормативное значение показателя
Коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{а.л}$)	$K_{а.л} = \frac{ДС+КФВ}{КО}$, где ДС – денежные средства; КФВ – краткосрочные финансовые вложения; КО – краткосрочные обязательства.	Рекомендуемое значение показателя 0,2 и более. Показывает обеспеченность предприятия наиболее ликвидными активами для выполнения текущих обязательств
Коэффициент быстрой ликвидности ($K_{б.л}$)	$K_{б.л} = \frac{ДС+КФВ+КДЗ}{КО}$, где КДЗ – дебиторская задолженность (срок погашения – до 12 месяцев).	Рекомендуемое значение 1 и более. Показывает обеспеченность предприятия высоколиквидными и быстрореализуемыми активами для выполнения текущих обязательств
Коэффициент текущей ликвидности ($K_{т.л}$)	$K_{т.л} = \frac{ОА}{КО}$	Рекомендуемое значение показателя 2 и более. Показывает обеспеченность предприятия оборотными активами для выполнения текущих обязательств
Общий показатель платежеспособности ($K_{п}$)	$K_{п} = \frac{ДС+КФВ+0,5*КДЗ+0,3*ВНА}{СО+0,5*КО+0,3*ДО}$, где ВНА – внеоборотные активы; СО – срочные обязательства; ДО – долгосрочные обязательства.	Рекомендуемое значение показателя 1 и более. Показывает способность предприятия полностью рассчитаться по всем своим обязательствам

Таблица 2 – Исходные данные

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения, млн долл.	36	379	253	386	417
Дебиторская задолженность (срок погашения в течение отчетного года), млн долл.	211	228	277	327	344
Оборотные активы, млн долл.	761	1218	1188	1375	1542
Внеоборотные активы, млн долл.	2367	2617	3056	3065	3609
Срочные обязательства, млн долл.	53	150	63	118	247
Текущие обязательства, млн долл.	161	271	368	514	669
Долгосрочные обязательства, млн долл.	1607	2017	1862	1806	2032

Таблица 3 – Расчет коэффициентов ликвидности и общего показателя платежеспособности

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,224	1,399	0,688	0,751	0,623
Коэффициент быстрой ликвидности	1,534	2,240	1,440	1,387	1,138
Коэффициент текущей ликвидности	4,727	4,494	3,228	2,675	2,305
Общий показатель платежеспособности	1,383	1,435	1,624	1,602	1,403

Таблица 4 – Отклонения фактических значений коэффициентов от нормативов

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,024	1,199	0,488	0,551	0,423
Коэффициент быстрой ликвидности	0,534	1,240	0,440	0,387	0,138
Коэффициент текущей ликвидности	2,727	2,494	1,228	0,675	0,305
Общий показатель платежеспособности	0,383	0,435	0,624	0,602	0,403

Из полученных значений коэффициентов ликвидности, общего показателя платежеспособности АО «Полиметалл» за 2017 – 2021 гг. и результатов их сравнений с нормативными индикаторами можно заключить следующее:

1. За анализируемый период времени предприятие является платежеспособным, способным рассчитаться по всем своим обязательствам.

2. Наблюдается отрицательная динамика роста показателей ликвидности и платежеспособности. Это объясняется тем, что темп роста обязательств несколько превышает темп роста активов предприятия (средний темп роста активов за анализируемый период времени – 4,539 и пассивов – 4,552).

3. Значительный рост текущих и долгосрочных обязательств предприятия в 2021 г. по сравнению с 2017 г. (в 1,62 раза) обусловлен расширением производственных мощностей, строительством новых объектов и формированием материально-производственных запасов (в 1,65 раза).

4. Сохранение тенденции снижения ликвидности предприятия свидетельствует о необходимости выявления риска утраты платежеспособности в краткосрочной и среднесрочной перспективе, а также разработке мероприятий по ее восстановлению на уровне 2019 г.

В заключение отметим, что среди факторов, отрицательно повлиявших на снижение общего уровня платежеспособности АО «Полиметалл», выделяют сложившуюся эпидемиологическую и экономико-политическую ситуацию в мире. Вместе с тем, предприятие продолжает придерживаться стратегического курса роста.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Зубкова, В. И. Модели диагностики платежеспособности в системе контроллинга // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2018. № 4 (45). С. 56-65.

Нагаев Г.В. Пути улучшения финансового обеспечения высших учебных заведений // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2020. Т. 2. № 1(41). С. 103-106.

Обобщенный показатель платежеспособности и ликвидности промышленных предприятий // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2017. Т. 79. № 4(74). С. 267-273. DOI 10.20914/2310-1202-2017-4-267-273.

polymetalinternational.com : АО «Полиметалл» : сайт. Санкт-Петербург, 2022. URL: <https://www.polymetalinternational.com> (дата обращения: 05.11.2022).

УДК 338.482

Лагода Андрей Павлович, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Lagoda Andrei Pavlovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ларченко Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Проектирование, управление и разработка информационных систем», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Larchenko Yulia Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of “Design, Management and Development of Information Systems Department”, Komsomolsk-na-Amure State University

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

SWOT-ANALYSIS AS A TOOL FOR EVALUATION OF FACTORS IN THE INTERNAL AND EXTERNAL ENVIRONMENT OF A TOURIST ORGANIZATION

Аннотация. В современных условиях хозяйствования коммерческие предприятия и организации разных отраслей экономики, в т.ч. сферы туризма сталкиваются с необходимостью выявления факторов внешней среды, влияющих на процессы создания потре-

бительской ценности. В этой связи возникает вопрос о выборе инструмента анализа рыночных факторов во взаимосвязи с внутренней средой предприятия. Одним из наиболее распространенных на практике аналитических инструментов стратегического планирования является SWOT-анализ. Данный инструмент исследования позволяет выявить возможности и опасности (угрозы) внешней среды, а также сильные и слабые стороны предприятия. Результаты SWOT-анализа задают траекторию дальнейшего развития субъекта предпринимательской деятельности.

Abstract. In modern economic conditions, commercial enterprises and organizations of various sectors of the economy, incl. the tourism industry is faced with the need to identify environmental factors that affect the processes of creating consumer value. In this regard, the question arises of choosing a tool for analyzing market factors in conjunction with the internal environment of the enterprise. One of the most widely used analytical tools for strategic planning is the SWOT analysis. This research tool allows you to identify the opportunities and dangers (threats) of the external environment, as well as the strengths and weaknesses of the enterprise. The results of the SWOT analysis set the trajectory for the further development of a business entity.

Ключевые слова: факторы роста, угрозы, слабые стороны, рынок, организация
Key words: growth factors, threats, weaknesses, market, organization

В настоящей работе объектом исследования является организация ООО «Азия», функционирующая на рынке туристских услуг с 2000 г. До 2015 предприятие рассматривалось как успешный и активно развивающийся субъект предпринимательской деятельности в сфере туризма. Об этом свидетельствует рост основных результирующих показателей деятельности предприятия за указанный период времени. Начиная с 2015 г., организация имеет нестабильные финансово-экономические показатели, показанные в таблице 1 и на рисунке 1. За последние три года ситуация обострилась вследствие сложившейся эпидемиологической и экономико-политической ситуации в стране и в мире в целом. Исходя из этого, актуальной и практически значимой задачей управления для ООО «Азия» становится выявление и последующая оценка факторов внешней и внутренней среды. Рассмотрим результаты SWOT-анализа туристской организации (таблица 2) [2, 4].

Таблица 1 – Динамика финансово-экономических показателей ООО «Азия»

Название показателя	Период						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Выручка, млн р.	2,4	3,4	28,6	33,6	38,7	6,7	5,8
Чистая прибыль, млн р.	-0,899	-0,001	0,618	-0,604	0,453	-0,524	0,105
Активы, млн р.	1,3	1,3	1,9	1,3	1,8	1,5	1,2
Капитал и резервы, млн р.	1,1	1,1	1,7	1,1	1,6	1	1,2

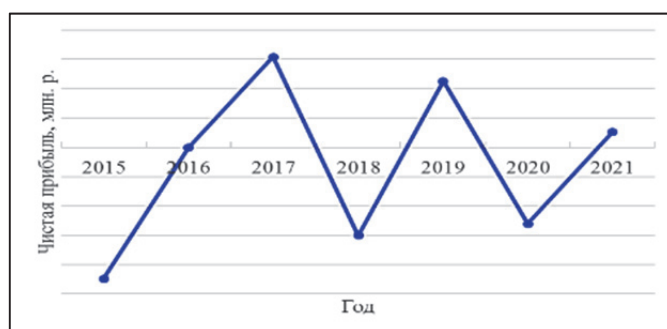


Рисунок 1 – Динамика чистой прибыли ООО «Азия»

Таблица 2 – SWOT-анализ ООО «Азия»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - сотрудничество с надежными и крупными предприятиями отрасли; - наличие скидок на различные виды сопутствующих услуг, что позволяет сформировать конкурентоспособную рыночную цену; - сопровождение туристов на всем протяжении реализации турпродукта; - длительность пребывания на рынке. 	<ul style="list-style-type: none"> - приоритетное направление деятельности – организация туров в страны Юго-Восточной Азии; - ограниченность направлений внутреннего туризма, в т.ч. в рамках Дальневосточного региона; - наполняемость и обновление страниц сайта на недостаточном уровне для продвижения услуг организации.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - расширение перечня услуг с целью привлечения клиентов и увеличении заинтересованности граждан города к внутреннему туризму; - совершенствование страниц сайта организации, обеспечение его наполняемости и частоты обновления; - популяризация услуг туристской организации за счет проведения выставок и презентаций. 	<ul style="list-style-type: none"> - упрочнение позиции конкурентов на рынке в направлениях внутреннего туризма, в т.ч. Дальневосточного региона; - расширение перечня стран с запретом на въезд для туристов из России; - снижение покупательской способности населения; - изменения в законах о страховании, визировании туристов, а также лицензирования туристических фирм.

На основании проведенного SWOT-анализа для обеспечения стабилизации деятельности ООО «Азия» в настоящее время и роста в перспективе рекомендуется разработать туры, направленные на познание природы, истории и культуры Дальнего Востока.

В качестве возможного направления внутреннего туризма можно выделить гастрономический тур «По тропам предков». Место проведения экскурсии – это село Сикачи-Алян, в котором расположено нанайское подворье «Стойбище сородичей». На территории села расположен древний памятник археологии «Петроглифы Сикачи-Альяна». Цель экскурсии – знакомство с культурной жизнью и бытом нанайцев, с их национальной кухней.

Основные характеристики гастрономического тура «Зов предков» следующие:

- протяженность маршрута – 753 км;
- продолжительность тура – 2 дня;
- маршрут движения: г. Комсомольск-на-Амуре – с. Сикачи-Алян – г. Комсомольск-на-Амуре;
- программа тура: посещение мест наскальных рисунков и национального поселения предков, дегустация местных блюд, участие в национальных обрядах;
- способ передвижения – автобус;
- численность группы – 15 человек и более;
- примерная цена тура – 15000 рублей.

Другим перспективным туром является организация отдыха в с. Нижняя Манома. Это бюджетный экологический тур, предназначенный в первую очередь для туристов, ориентированных на восстановление жизненных сил и здоровья.

В заключение отметим, что по мнению жителей Хабаровского края, интересными направлениями внутреннего туризма являются экологические, этнографические и историко-краеведческие траектории путешествий. В этой связи туристским организациям на рынке Дальневосточного региона следует сконцентрировать усилия на разработку и дальнейшую реализации именно этих направлений туризма [1, 3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Петрунина, Ж. В. Перспективные направления развития туризма в приграничных территориях России и Китая // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: Материалы IX международной научно-практической конференции, Благовещенск, 20–28 мая 2019 года / Отв. ред. Д. В. Буяров // Благовещенск : Благовещенский государственный педагогический университет, 2019. С. 121-124.
2. Оятулло, Х. М. Типы текстовых документов в сфере туризма // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований: материалы II Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. В 4-х частях, Комсомольск-на-Амуре, 08–12 апреля 2019 года / Ответственный редактор Э. А. Дмитриева // Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2019. С. 324-326.
3. Баранов, Н. А. Туристическое кафе как инновационный объект в индустрии туризма // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2021. № 6(54). С. 101-112. DOI 10.17084/2076-4359-2021-54-11.
4. www.asiakms.com : туристическая фирма «АЗИЯ» : сайт. Комсомольск-на-Амуре, 2022. URL: <https://www.asiakms.com> (дата обращения: 17.11.2022).

УДК 332.334(470.51)

Липатова Алина Александровна, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Lipatova Alina Aleksandrovna, student, FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Горбушина Екатерина Романовна, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Gorbushina Ekaterina Romanovna, student, FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Алексеева Наталья Анатольевна, научный руководитель, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Supervisor, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ANALYSIS OF ECONOMIC PERFORMANCE OF A RURAL ENTERPRISE

Аннотация. Сделан анализ экономических показателей, свидетельствующих об уровне специализации предприятия, эффективности, интенсификации и экстенсивном характере развития. Выявлен углубленный уровень специализации, интенсивный путь развития. Предложены рекомендации по улучшению использования сельскохозяйственных угодий.

Abstract. An analysis of economic indicators indicating the level of specialization of the enterprise, efficiency, intensification and extensive nature of development was made. An in-depth level of specialization, an intensive path of development was identified. Recommendations are proposed to improve the use of agricultural land.

Ключевые слова: специализация, интенсификация, темп роста, экстенсивное развитие, интенсивное развитие, фондоотдача, фондовооруженность, производительность труда.

Key words: specialization, intensification, growth rate, extensive development, intensive development, stock return, stock ratio, labor productivity.

Одним из важных условий успешного управления сельскохозяйственным предприятием является оценка его финансово-хозяйственной деятельности с помощью абсолютных и относительных показателей: состав земельного фонда предприятия, состав поголовья, уровня специализации, интенсификации, экстенсификации [1, 2, 5].

Рассмотрим данные показатели на примере бухгалтерской отчетности АО «Учхоз «Июльское» ИЖГСХА» [4].

Структура земельных угодий предприятия за период с 2017 по 2021 гг. не изменилась и составила 5728 га, из которых большую часть занимали: пашня (92,4 %), сенокосы (6,8 %) и пастбища (0,8 %). В целях улучшения использования земельных угодий надо совершенствовать состав и структуру посевных площадей, т.к. разные культуры обеспечивают разный выход продукции с 1 га. После этого выбираются оптимальные состав и структура посевных площадей.

Затем определяется коэффициент специализации ($K_{сп}$):

$$K_{сп} = \frac{100}{\sum [y_{дп} * (2n-1)]} \quad (1)$$

где $U_{дп}$ – удельный вес n -го вида продукции в общем объеме продаж; n – порядковый номер отдельных видов продукции по их удельному весу в ранжированном ряду.

Если:

$0,1 < K_{сп} > 0,35$ – хозяйство имеет слабо выраженную специализацию;

$0,36 < K_{сп} > 0,5$ - хозяйство имеет среднюю специализацию;

$0,51 < K_{сп} > 0,6$ - хозяйство имеет высокий уровень специализации;

$K_{сп} > 0,61$ - хозяйство имеет углубленную специализацию [3].

Коэффициент специализации составил в 2017 г. 0,6:

$$K_{сп} (2017г.) = \frac{100}{(4,22*5+0,05*9+0,006*13+24,18*3+71,44*1+0,008*11+0,09*4)} = 0,6.$$

В последующие годы специализация предприятия немного углублялась. Наибольшую долю в структуре сельского хозяйства занимало молочное скотоводство (73,37 % в среднем за 5 лет). Наименьшую долю в структуре имело пчеловодство (0,013 % в среднем за 5 лет).

В среднем за 5 лет среднегодовое поголовье животных в условном исчислении составляло 2199 голов, из них в 61,8 % молодняка, 38,2 % коровы.

Интенсификацию производства можно определить как реализацию мероприятий, имеющих своим результатом экономию совокупности применяемых ресурсов на единицу продукции. В отличие от интенсивного развития при экстенсивном происходит только количественное увеличение используемого ресурса [3].

К показателям экстенсивного развития относят расширение посевных площадей, поголовья животных. А к показателям интенсивного развития - повышение качества обработки почвы, дополнительное вложение средств на одну и ту же площадь, сумму основных и оборотных средств на 100 га угодий, сумму затрат на 100 га сельхозугодий, расход удобрений на 100 га, численность поголовья скота на 100 га сельхозугодий, рентабельность продукции, производительность труда и т. д. [6].

Темп роста представляет собой отношение значения какого-либо экономического показателя за определенное время к его исходному значению, которое принято за основу (базу) отчета. Формула темпа роста выглядит следующим образом [7]:

$$ТР = \frac{П_{от}}{П_{п}} \times 100 \%, \quad (2)$$

где ТР – темп роста; $П_{от}$ – показатель значений отчетного периода; $П_{п}$ – показатель предыдущего периода.

ТР (площади с.-х. угодий) = $5728 / 5728 * 100 \% = 100 \%$.

ТР (пашни) = $5292 / 5292 * 100 \% = 100 \%$.

ТР (среднегодового поголовья животных) = $1749 / 2033 * 100 \% = 86 \%$.

ТР (выручки) = $223484 / 204505 * 100 \% = 109,3 \%$.

ТР (производства зерна) = $40322 / 33877 * 100 \% = 119 \%$.
 ТР (валового надоя молока) = $66691 / 71986 * 100 \% = 92,6 \%$.
 ТР (среднесписочной численности работников) = $184 / 219 * 100 \% = 84 \%$.
 ТР (энергетических мощностей) = $7018 / 12140 * 100 \% = 57,8 \%$.
 ТР (производства зерна на 100 га пашни) = $761,94 / 640,16 * 100 \% = 119,02 \%$.
 ТР (производства зерна на 100 га угодий) = $703,95 / 591,43 * 100 \% = 119,02 \%$.
 ТР (производства молока на 100 га угодий) = $1164,3 / 1256,74 * 100 \% = 92,64 \%$.
 ТР (поголовья животных) = $30,5 / 35,5 * 100 \% = 85,9 \%$.
 ТР (энергообеспеченности на 100 га угодий) = $122,53 / 211,94 * 100 \% = 57,81 \%$.
 ТР (энергообеспеченности на 100 га пашни) = $132,62 / 229,4 * 100 \% = 57,81 \%$.
 ТР (энерговооруженности) = $38,14 / 55,43 * 100 \% = 68,8 \%$.
 ТР (производительности труда) = $1214,59 / 933,81 * 100 \% = 130,1 \%$.

АО «Учхоз «Июльское» ИжГСХА» имел интенсивный путь развития за счет увеличения производительности труда на 30,1 %, увеличения производства зерна на 100 га пашни и сельхозугодий на 19,02 %.

Сделаем факторный анализ производительности труда на предприятии (таблица 1).

Среднегодовая выработка продукции на одного работника увеличилась на 280,78 тыс. руб./чел. За счет увеличения фондоотдачи выработка увеличилась на 150,53 тыс. руб./чел, а за счет увеличения фондовооруженности выработка увеличилась на 130,25 тыс. руб./чел.

Таблица 1 – Уровень производительности труда

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	Изменения
Выпуск продукции, тыс. руб.	204505	223484	18979
Среднесписочная численность работников, чел.	219	184	
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	189950	178762	-11188
Среднегодовая выработка продукции на одного работника, тыс. руб./чел.	933,81	1214,59	280,78
Факторный анализ			
Условный показатель 1	x	x	1084,34
Изменение за счет фондоотдачи	x	x	150,53
Изменение за счет фондовооруженности	x	x	130,25
Проверка суммой	x	x	280,78

Таким образом, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия представляет собой системное изучение факторов, определяющих результат деятельности. Сельскохозяйственное производство имеет отраслевую особенность, которая выражается в работе с живыми организмами. Поэтому результаты хозяйственной деятельности таких предприятий во многом зависят от природно-климатических условий, что усложняет выделение и измерение факторов, влияющих на показатели эффективности производства. Следует отметить, что на данном предприятии наблюдался высокий уровень специализации и рост экономических показателей деятельности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. Сравнительный анализ затрат на производство зерна, молока и приростов крупного рогатого скота на примере удмуртской республики (Россия) // Тенденции экономического развития в XXI веке: материалы IV Международной научно-практической конференции. Минск, 2022. С. 139-141.
2. Алексеева, Н. А. Экономико-статистические аспекты повышения эффективности использования сельскохозяйственных земель // Modern Economy Success. 2022. № 3. С. 45-51.

3. Андреев, В. А. Интенсификация производства: институциональный аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. 2004. № 2. С. 407-412.

4. Годовые отчеты АО «Учхоз «Июльское» ИжГСХА» за 2027-2021 гг.

5. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 607 с.

6. Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов: монография // Ижевск, 2020.

7. Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всероссийской национальной научно-практической конференции «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск, 2022.

УДК 364.1

Лисоводская Валерия Витальевна, студент; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Lisovodskaya Valeria Vitalievna, student; Komsomolsk-na-Amure State University

Базалий Анастасия Евгеньевна, студент; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Basaliy Anastasia Evgenievna, student; Komsomolsk-na-Amure State University

Гусева Жанна Игоревна, кандидат экономических наук, доцент; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Guseva Zhanna Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Komsomolsk-na-Amure State University

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ

PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE FIELD OF HEALTHCARE IN THE Khabarovsk Territory

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы управления персоналом в сфере здравоохранения Хабаровского края. Представлен анализ современных исследований о особенностях управления персоналом в современных условиях. Выявлена основная проблема - это дефицит медицинских кадров. И как следствие основной проблемы управления персоналом Хабаровского края: недостаток мотиваций сотрудников, отсутствие квалифицированного технического персонала, нехватка молодых квалифицированных специалистов и низкая заработная плата вспомогательного персонала.

Abstract. The article deals with the problems of personnel management in the healthcare sector of the Khabarovsk Territory. The analysis of modern research on the features of personnel management in modern conditions is presented. The main problem has been identified - a shortage of medical personnel. And as a consequence of the main problem of personnel management in the Khabarovsk Territory: lack of motivation of employees, lack of qualified technical personnel, lack of young qualified specialists and low salaries of support staff.

Ключевые слова: проблемы, здравоохранение, персонал, специалисты, управление персоналом.

Key words: problems, healthcare, personnel, specialists, personnel management.

В современных условиях человеческие ресурсы являются незаменимой частью любой организации. В Российской Федерации наибольшему давлению со стороны общества подвергается сфера здравоохранения. Этой теме посвящено немало работ, так И.М. Шейман [1] провел исследование по анализу, оценке состояния медицинской сферы, где пришел к тому, что данный сектор в нашей стране самый слабый. Проблемы системы здравоохранения напрямую связаны с работой персоналом, а именно с его управлением и организацией, деятельностью которой занимается кадровая политика. Она содержит в себе систему методов и принципов, направленных на регулирование и контролирование персонала учреждения. В качестве цели кадровой политики выступает развитие системы управления персоналом. Любое развитие требует поиска проблем в системе, так, на управление персоналом в сфере здравоохранения может повлиять внутренняя ситуация организации, экономическое и социальное положение.

Данной теме важно уделять внимание, ведь здравоохранение это одна из основных связующих в функционировании государства. Актуальность нашего исследования заключается в выявлении современных проблем в управлении персоналом, которые влияют на общую работоспособность здравоохранения в Хабаровском крае. Следовательно, целью является поиск проблем в управлении персоналом.

Анализируя деятельность таких исследователей, как Слепцова Е.В. и Гапеева В.О. «Современные проблемы кадровой политики в сфере здравоохранения» [4], можно выделить такую проблемы, как дефицит медицинских кадров. Данное явление мы наблюдали в борьбе с инфекцией COVID-19, где нехватка персонала сказывалась на эффективности противостояния заболеванию. В Хабаровском крае на 10000 человек приходится лишь 57,27 врачей. На рисунке 1, мы можем наблюдать динамику спада численности медицинских кадров [6].

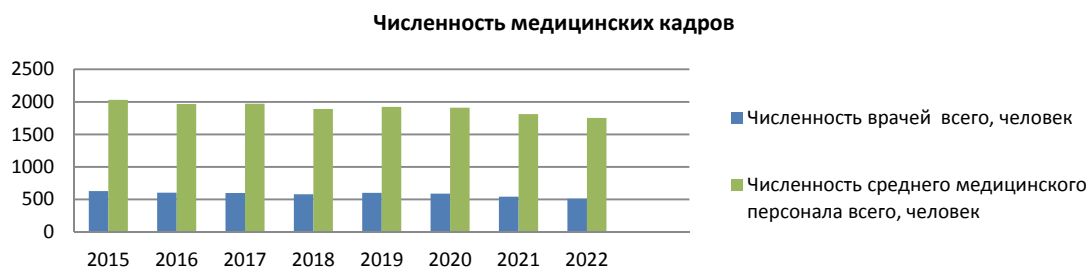


Рисунок 1 – Численность медицинских кадров по Хабаровскому краю

Такой спад сотрудников обусловлен: проблемой в сфере образования; недостатком квалифицированных специалистов, вызванной подготовкой ограниченного количества кадров; оттоком квалифицированных специалистов в другие регионы и т.п. [5].

Следующую проблему в управлении персоналом, которую можно выделить, основываясь на исследовании Стратийчук Ю.Г. и Емельяненко Т.А., это низкий уровень мотивации. Она характеризуется высоким уровнем стресса в профессиональной деятельности, рисками частого переутомления, отсутствием автономии, сложность в обучении. Большой объем рутинной работы выполняемый врачами подразумевает наличие проблемы в области разделения труда между специалистами профильного направления и средним персоналом [3].

На мотивацию сотрудников большое значение придает оплата труда. За последние годы для специалистов профильного направления она в значительной степени возросла, но остаются проблемы в оплате вспомогательного персонала. Низкую заработную плату среднего медицинского персонала перекрывает увеличенная нагрузка, дополнительные часы рабочего времени.

Основываясь на исследованиях Т. А. Ващенко, Т.А. Видягина и К.П. Топалова [2] можно выделить современные тенденции кадров здравоохранения в Хабаровском крае, к таковым относятся:

1. Несбалансированность врачей профильного и среднего направления, что в результате приводит к понижению эффективности предоставляемой услуги населению.

2. Отсутствие смены персонала. Старшее поколение покидает сферу здравоохранения, однако на их место не приходят молодые специалисты. Эту проблему можно отчетливо наблюдать в поселениях, селах, где медицинские работники могут отсутствовать, а больницы закрываться. Запоздалый приток новых специалистов может быть обусловлен и длительностью обучения молодых специалистов.

В значительной мере сократилось число организаций в сфере здравоохранения. На рисунке 2, мы можем наблюдать динамику спада количества больничных организаций по Хабаровскому краю [6].



Рисунок 2 - Число больничных организаций по Хабаровскому краю

Следует отметить такую проблему, как обеспечение высокотехнологической медицинской помощи. По данным Министерства здравоохранения Хабаровского края, ежегодно число организаций, которым предоставляют оборудование, увеличивается [7]. Однако специалистов, способных его обслуживать, не хватает. В Хабаровском крае отсутствуют вузы, которые могли бы готовить специалистов данного направления. Таким образом, вытекает нехватка квалифицированного технического персонала.

Управление персоналом – это деятельность организации, направленная на выполнение своих трудовых функций, обязанностей с целью достижения поставленной цели. Проблемы возникают в связи с отклонениями от поставленных норм и функций, которые организация не может выполнять. Так, в системе здравоохранения в Хабаровском крае можно выделить основную проблему в управлении персоналом – это дефицит медицинских кадров. Именно из-за проблемы отсутствия специалистов вытекает ряд других проблем: недостаток мотиваций сотрудников, отсутствие квалифицированного технического персонала, нехватка молодых квалифицированных специалистов и низкая заработная плата вспомогательного персонала.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Шишкин С. В., Шейман И. М., Потапчик Е. Г., Понкратова О. Ф. Анализ состояния страховой медицины в России и перспектив ее развития // Издательский дом НИУ ВШЭ. 2019. – 100 с.

2 Ващенко Т. А., Видягина Т. А., Тополов К. П. Медицинские кадры Хабаровского края: современные тенденции // Здравоохранение Дальнего Востока. 2019. № 4 (82). С. 13-17.

3 Стратийчук Ю. Г., Емельянченко Т. А., Бусева М. С. Статистическая оценка уровня здравоохранения в Хабаровском крае // Современные социально-экономические процессы : проблемы, закономерности, перспективы. 2017. С. 184-190.

4 Слепцова Е. В., Гапеева В. О. Современные проблемы кадровой политики в сфере здравоохранения // Экономика и бизнес : теория и практика. 2018. № 5-2. С. 64-67.

5 Куликова, О. А. Формирование системы управления персоналом в учреждениях здравоохранения: постановка проблемы исследования // Казанский медицинский журнал. 2022. С. 280-282.

6 Хабаровскстат : сайт. г. Хабаровск 2022. URL: <https://habstat.gks.ru/> (дата обращения: 06.11.2022).

7 Министерство здравоохранения Хабаровского края : сайт. г. Хабаровск 2022. URL: <https://zdrav.khv.gov.ru/node/2306> (дата обращения: 06.11.2022).

УДК 657.922

Ложкина Юлия Михайловна, студентка, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Lozhkina Yulia Mikhailovna, student, FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Алексеева Наталья Анатольевна, научный руководитель, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Supervisor, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt-GAU

СВОДКА И ГРУППИРОВКА ТОП 15 ПРЕДПРИЯТИЙ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ПЛОЩАДИ ПАШНИ

SUMMARY AND GROUPING OF THE TOP 15 ENTERPRISES OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF THE RUSSIAN FEDERATION BY ARABLE LAND AREA

Аннотация. В статье представлена теория и практика осуществления сводок и группировок статистической информации на примере крупнейших предприятий АПК в сфере растениеводства. Произведена группировка пятнадцати предприятий по показателю размера пашни. Выявлены предприятия, которые имели наивысшую производительность труда, т.к. они смогли обеспечить должный уход за высокоэффективными сельскохозяйственными культурами.

Abstract. The article presents the theory and practice of carrying out summaries and groupings of static information on the example of the largest enterprises of the agro-industrial complex in the field of plant management. Fifteen enterprises were grouped according to the arable land size indicator. It was found out that the largest enterprises had the highest labor productivity, because they could provide proper care for highly efficient agricultural crops.

Ключевые слова: сельское хозяйство, растениеводство, культуры, сводка, группировка.
Key words: agriculture, crop production, crops, summary, grouping.

Важнейшим этапом исследования социально-экономических явлений и процессов является систематизация первичных данных и получение на этой основе сводной характеристики всего объекта при помощи обобщающих показателей путем сводки и группировки первичного статистического материала. За основу таких показателей взяты экономические данные различных предприятий агропромышленного комплекса, специализирующихся на производстве продукции растениеводства, за 2021 г. (табл. 1) [4].

Таблица 1 – Экономические показатели топ 15 предприятий АПК, относящихся к отрасли растениеводства, в 2021 г. [5]

№	Наименование предприятий	Площадь пашни, тыс. га.	Среднесписочная численность работников, чел.	Товарная продукция, тыс. руб.	Выполнение плана, %
1	ГК «Русагро»	637	19 300	158 971	115,05
2	ГК «Агропромкомплектация»	200	10 000	99 224	125,85
3	АО «Агросила»	330	8 700	46 500	121
4	«Аладушкин групп»	6	950	18 099	96,67
5	ГК «Эфко»	120	18 000	145 000	118,85
6	АО «Астон продукты питания и пищевые ингредиенты»	58,7	4 484	115 768	173,35
7	ГК «Агро-Белогорье»	105	10 000	68 426	87
8	Группа компаний «Юг Руси»	150	14 600	60 588	117,99
9	Фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева»	668	21 235	57 278	107,67
10	ООО «Продимекс»	900	17 000	48 579	107,67
11	ГК АСТ	60	5 000	44 676	197,9
12	Агрохолдинг «Степь» (агробизнес АФК «Система»	578	6 150	32 800	115,2
13	«КоПитания»	28	4 000	25 700	81,76
14	Группа компаний «Агроэко»	65	3 614	20 769	142,2
15	«Эконива — АПК Холдинг»	630	12 049	39 840	134,79

Далее проведена группировка предприятий по показателю размера пашни и осуществлена сводка информации.

Сводка – это научно организованная обработка материалов наблюдения, включающая в себя систематизацию, группировку данных, составление таблиц, подсчет групповых и общих итогов. В сводке статистического материала отдельные единицы статистической совокупности объединяются в группы с помощью метода группировок, представленные в таблице 2 [1, 3].

Определение числа групп можно осуществить способом использования формулы Стерджесса [2]:

$$n = 1 + 3.322 \lg N \quad (1)$$

где n – число групп; N – число единиц совокупности.

Согласно этой формуле, выбор числа групп зависит только от объема изучаемой совокупности. Воспользовавшись таблицей десятичных логарифмов $\lg 15 = 1.17609$ [2], выяснили, что число групп будет равно четырем:

$$n = 1 + 3.322 * 1.17609 = 4.$$

Когда определено число групп, то следует определить интервалы группировки.

При определении границ интервала на практике часто исходят из того, что количественные изменения должны приводить к качественным изменениям, поэтому величина интервала часто выбирается произвольно, руководствуясь экономическим смыслом задачи.

Таблица 2 – Группировка и распределение предприятий по площади пашни

№ группы	Границы интервалов по площади пашни	№ предприятия	Площадь пашни, тыс. га.	Средне списочное число рабочих, чел.	Товарная продукция, тыс. руб.	Пр. труда, тыс. руб./чел.	Выполнение плана на группу, %
1	до 100	4	6	950	18 099	х	х
		13	28	4 000	25 700	х	х
		6	58,7	4 484	115 768	х	х
		11	60	5 000	44 676	х	х
		14	65	3 614	20 769	х	х
	Итого	х	217,7	18 048	225 012	12,46	138,37
2	101-200	7	105	10 000	68 426	х	х
		5	120	18 000	145 000	х	х
		8	150	14 600	60 588	х	х
		2	200	10 000	99 224	х	х
	Итого	х	575	52 600	373 238	7,09	112,42
3	300-650	3	330	8 700	46 500	х	х
		12	578	6 150	32 800	х	х
		15	630	12 049	39 840	х	х
		1	637	19 300	158 971	х	х
	Итого	х	2 175	46 199	278 111	6,01	92,99
4	свыше 650	9	668	21 235	57 278	х	х
		10	900	17 000	48 579	х	х
		х	1 568	38 235	105 857	2,7	107,67

В результате статистического исследования выяснено, что предприятия, держащие в собственности небольшие участки пахотных земель и имеющие среднесписочную численность работающих до 10 000 человек, достигают высокую производительность труда и перевыполняют план на 38,37 % по сравнению с группами 2, 3 и 4. Это связано с тем, что за небольшими пахотными участками осуществляется эффективный контроль высокорентабельных культур. Это позволяет снизить риск гибели урожая и произвести товарную продукцию по плану или перевыполнить его.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. и др. Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022. – 126 с.
2. Алексеева, Н. А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022. – 116 с.
3. Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании: монография / Под общ. редакцией д. э. н., проф. Н. А. Алексеевой // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2021. – 135 с.
4. Алексеева, Н. А. и др. Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всерос. национ. науч.-практ. конф. «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск. 2022.
5. 50 крупнейших компаний АПК России. URL: <https://vestnikaprk.ru/articles/otraslevye-reytingi/50-krupneyshikh-kompaniy-apk-rossii> (дата обращения 25.10.2022).

Макарова Дана Максимовна, студент, Владивостокский государственный университет
Makarova Dana Maksimovna, student, Vladivostok State University

Масленникова Евгения Владимировна, кандидат технических наук, доцент кафедры
«Маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет
Maslennikova Evgeniya Vladimirovna, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
of the Department of Marketing and Trade, Vladivostok State University

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

RESEARCH OF DYNAMICS OF CHILDREN'S CANNED MEAT SOLD ON THE MARKET OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

Аннотация. В данной статье проводится исследование изменения структуры ассортимента детских мясных консервов на рынке города Владивостока. Проведен сравнительный анализ показателей ассортимента данного вида продукции 2021 г. с показателями 2022 г. Рассмотрены тенденции изменения цены детских мясных консервов.

Abstract. This article examines the changes in the structure of the assortment of canned children's meat on the market of the city of Vladivostok. A comparative analysis of the indicators of the assortment of this type of product in 2021 with the indicators of 2022 was carried out. Trends in the price of canned meat for children are considered.

Ключевые слова: детское питание, пюре для прикорма, мясные консервы, структура ассортимента продукции, ценовая политика, рынок города Владивостока.

Key words: baby food, puree for complementary foods, canned meat, the structure of the product range, pricing policy, the market of the city of Vladivostok.

Еще в начале века для того, чтобы самостоятельно сделать ребенку пюре, мамы вручную перетирали овощи, фрукты и т.д. Сейчас рынок детских пюре разнообразен различными брендами, вкусами, в результате чего потребитель на данный период отдает предпочтение баночному пюре.

Так, согласно исследованию Alto Consulting Group, на протяжении последних трех лет в России отмечается как спад, так и подъем производства консервов мясных (мясосодержащих), включая консервы для детского питания. В июне 2022 г. наблюдалось увеличение объема производства на 22,9 % по сравнению с тем же периодом прошлого года [4]. Отсюда следует, что сегмент детского питания, в том числе консервы мясные, активно набирает обороты.

В нынешних условиях наблюдается удовлетворительная динамика роста производства продуктов для детского питания, но также отмечаются сильные изменения на отечественном рынке. Многие производители с весны этого года приостановили поступления своих инвестиций в российское производство. Например, 8 марта пищевой гигант PepsiCo, известный по производству пюре «Агуша», заявил о прекращении потока инвестиций [7]. Аналогично об уходе с рынка было сообщено крупнейшим производителем товаров Nestle, обеспечивающим рынок пюре марки Gerber [6].

Постоянные изменения рынка детского питания, в том числе детских мясных пюре, представлены в виде изменения структуры ассортимента товара. Необходимо отметить важность мониторинга динамики рынка, включающего изучение информации об основных производителях, их товарах и ценах на них. От данной информации зависит устойчивость торговых сетей, которые реализуют детские мясные консервы на рынке города Владивостока, т.к. благодаря полученным данным они смогут снизить

риск не востребоваемости товаров и сформировать структуру ассортимента с пониманием текущих тенденций.

В связи с этим исследование рынка детских мясных консервов в динамике является актуальным.

Целью данной работы являлось изучение структуры ассортимента мясных консервов, реализуемых на рынке города Владивостока и исследование динамики ассортимента по сравнению с 2021 г. Для выполнения поставленной цели были выбраны торговые сети, в которых реализуются изучаемые товары: «Детский мир» и «Бубль Гум». Предмет исследования – изучаемая структура ассортимента детских мясных консервов на рынке города Владивостока. Объект исследования – текущее состояние рынка, анализ ассортимента продукции и ценовой политики в сравнении с аналогичными данными, полученными в прошлом году.

Для исследования были проанализированы следующие параметры: производитель, страна – производитель, тип тары, вид сырья, объём тары.

В исследуемых розничных сетях в 2021 г. были представлены такие наименования детских мясных консервов, как «Агуша», «Тема», Фруто Няня», «Heinz», «Gerber», «Semper», «Hipp», «Ам Ам», «Ноне», «Ложка в ладошке». На 2022 г. к перечню марок можно добавить «Маленькое счастье», а вот пюре «Ноне» и «Ам Ам» отсутствуют.

Установлено, что значительную долю занимают пюре отечественного производства (50-67 %). Из иностранных предприятий большую долю рынка занимают компании США (20-25 %) (рисунок 1).

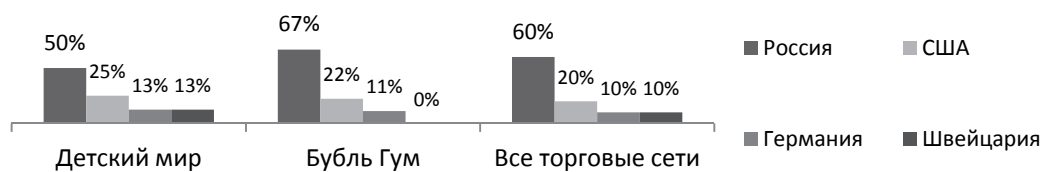


Рисунок 1 – Структура ассортимента по стране-производителю, в %

Следует отметить различия ассортимента по стране-производителю с прошлым годом. Производители Чехии ушли с рынка г. Владивосток. Доля отечественных компаний возросла на 5 %, также незначительно выросла доля иностранных марок (рисунок 2). Возможно, это связано с тем, что торговые сети в кризисной период времени для всей экономики страны в связи с сильным санкционным давлением и опасениями об уходе основных иностранных компаний решили увеличить запасы продукции.

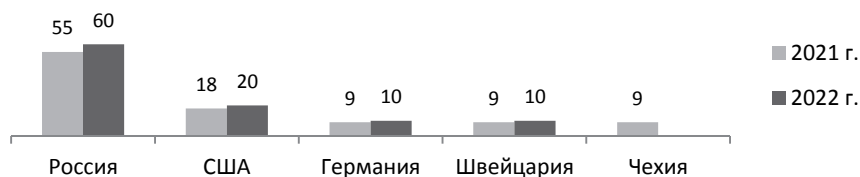


Рисунок 2 – Структура ассортимента по стране-производителю за 2021 г.-2022 г., в %

В результате анализа структуры ассортимента по типу тары определено, что в торговой сети «Детский мир» доля мясных консервов в стеклянной таре незначительно уменьшилась по сравнению с прошлым годом (-5 %). Основываясь на полученных результатах, можно выделить тенденцию уменьшения объема стекла, как типа упаковки, аналогично с первой торговой сетью – в «Бубль Гуме» – показания упали на 5 %.

Доля жестяной тары не сильно подверглась изменениям, так в «Детском мире» одинаковые показатели в 2021 г. и в 2022 г., лишь на немного увеличились показатели в «Бубль Гуме» (с 1 % до 16 %).

Но следует отметить, что производители до сих пор отдают предпочтение стеклу, т.к. данный материал экологичен, как для ребенка, так и для окружающей среды, ведь данный тип тары может быть вторично использован, как способ утилизации отходов, обеспечивающий безопасность [1, с. 141; 5].

В 2022 г. на рынке г. Владивостока начали реализовываться детские мясные консервы в упаковке – мягкая упаковка пауч. Доля данной упаковки в торговых сетях «Детский мир» и «Бубль Гум» составляет 5 % и 4 % соответственно (рисунок 3).

Упаковка-пауч имеет популярность по многим причинам: приемлемая стоимость производства, минимизация твердых отходов, удобство и привлекательный вид.



Рисунок 3 – Структура ассортимента по типу тары за 2021 г.-2022 г., в %

На рисунке 4 представлена структура ассортимента детских мясных консервов по объему тары. Из исследования следует, что производитель решил разнообразить продукцию таким способом, т.к. по показателям прошлого года консервы были реализованы только в таре 100 и 80 г. [3, с. 46].

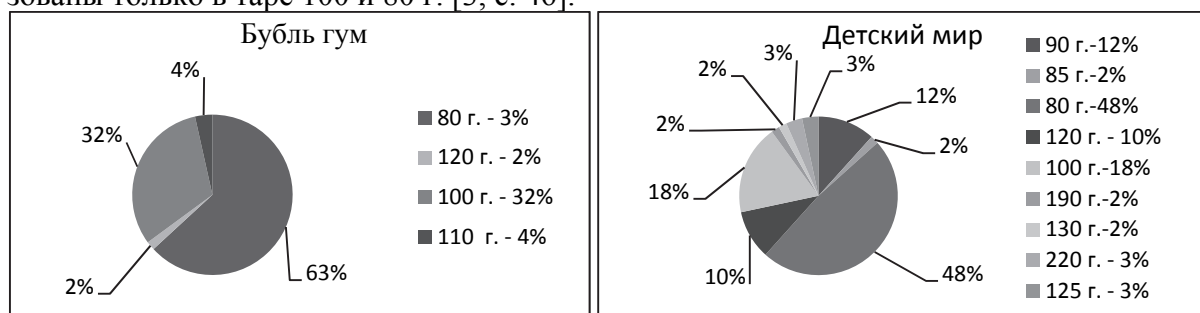


Рисунок 4 – Структура ассортимента по объему продукции, в %

Установлено, что наиболее популярным видом сырья для детского мясного пюре на 2022 г. являются говядина (29 %), курица (19 %), индейка (19 %) и кролик (12 %). Необходимо отметить, что данные виды сырья, кроме говядины, снизили показатели объема на прилавках, зато в этом году на рынке появились консервы, содержащие печень, язык и сердце (5 %, 4 %, 1 % соответственно) (рисунок 5).

Возможно, появление на рынке пюре из субпродуктов связано с тем, что субпродукты считаются ценным сырьем, содержащем животный белок, витамины и минеральные вещества, необходимые в питании и легко усваиваемые организмом человека [2].

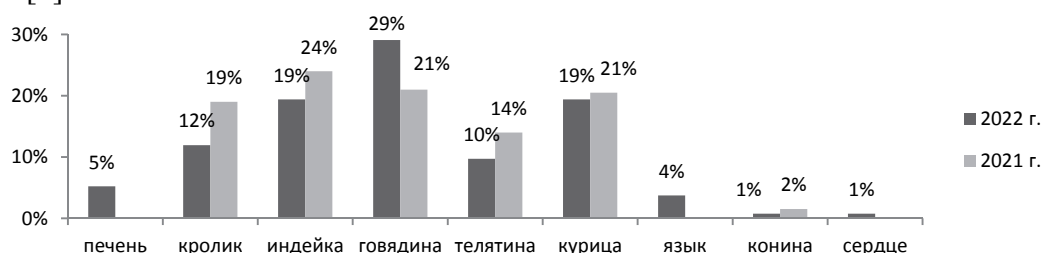


Рисунок 5 – Структура ассортимента по виду сырья за 2021 г.-2022 г., в %

Также стоит акцентировать внимание на долевое соотношение мясных детских консервов по отношению к другим видам сырья: овощам, фруктам и рыбе. Так, среди данных видов сырья мясо находится на третьем месте (16,61%), лидеры индустрии детского питания – овощи и фрукты (41,69% и 39,74% соответственно). За сентябрь-ноябрь 2021 г. лидирующие позиции занимали именно консервы для детского питания из мяса и субпродуктов (рисунок 6)

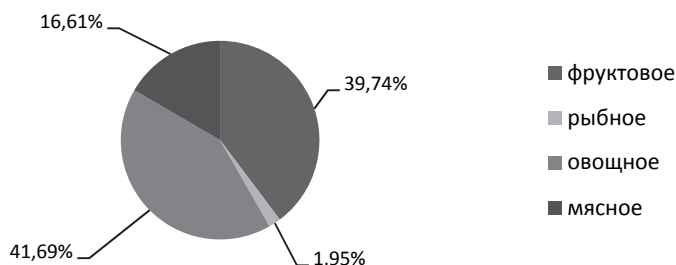


Рисунок 6 – Структура ассортимента по виду сырья, в %

Был проведён сравнительный анализ цен на детские мясные консервы, реализуемые на рынке г. Владивосток за период 2021 г.- 2022 г. Для исследования динамики цен рассмотрены товары в таре 80 г. (рисунок 7) и 100 г. (рисунок 8) в торговой сети «Бубль Гум», т.к. в нем наблюдается стабильность ассортимента по производителю. Из рисунков 7 и 8 особенно видно увеличение цен на единицу продукции, так значительно выросли цены на пюре иностранного производства, например стоимость на пюре марки Heinz увеличилась на 36,4%: марки Gerber – 51,4%; марки Hipp – 9,3%. Что касается отечественных производителей, то так же прослеживается значительное увеличение цены в среднем на 30%.

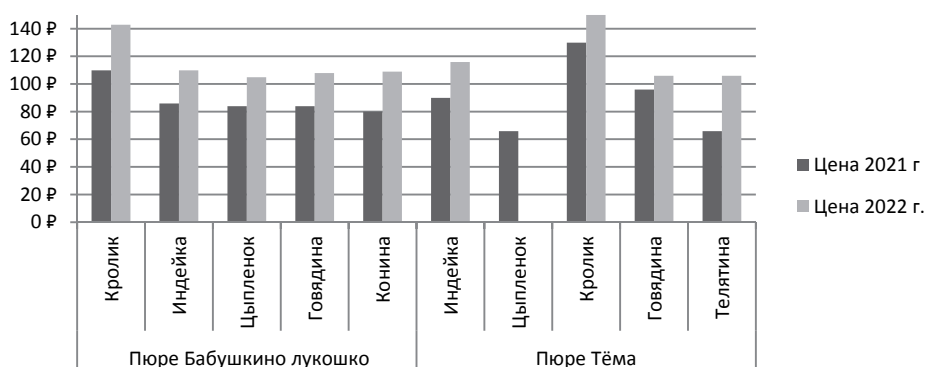


Рисунок 7 – Цена товаров объёмом 80 г., реализуемых в торговой сети «Бубль Гум»

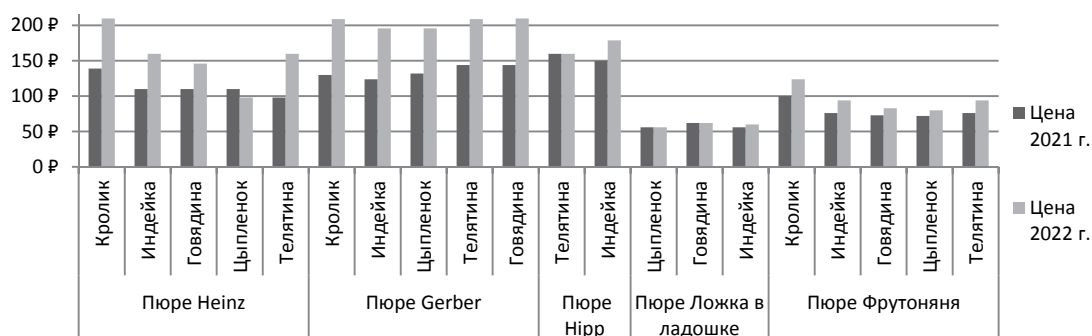


Рисунок 8 – Цена товаров объёмом 100 г., реализуемых в торговой сети «Бубль Гум»

Анализ динамики структуры ассортимента детских мясных консервов позволяет сделать следующие выводы.

До сих пор лидирующее положение в данном сегменте занимает отечественный производитель с долей на рынке города 60 %. Несмотря на непростую ситуацию, сложившуюся в 2022 г., неотъемлемую часть производителей составляют иностранные компании, прекратившие лишь маркетинговые и иные виды инвестирования.

Структура ассортимента по типу тары, также как и в прошлом году, в значительной степени представлена стеклотарой, что подразумевает стабильность ассортимента в двух исследуемых торговых сетях.

Увеличилось число продукции из субпродуктов, в особенности из печени, сердца и языка, содержащие необходимые организму животные белки. Также это подразумевает расширение ассортимента для привлечения потребителей.

Еще одним важным показателем глубины ассортимента является появление нового российского бренда детских мясных консервов «Маленькое счастье».

Динамика цен характеризуется повышением средней цены производителей на консервы мясные в 2022 г. на 30,6 % к уровню прошлого года и объемом в 115 179,4 руб./тыс. усл. банок, что непосредственно связано с мировыми тенденциями: логистические проблемы, недостаток сырья, уход крупных иностранных компаний [4].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Баранова-Шишкова Л. И., Симпольская К. С. Анализ динамики развития и использования производства стеклотары // Геоэкологические проблемы современности и пути их решения. Орел : Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева. 2019. С. 135-142.

2. Лебедева Л. И., Насонова В. В., Вережкина М. И. Использование субпродуктов в России и за рубежом // Журнал Все о мясе. 2016. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-subproduktov-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 07.11.2022).

3. Макарова Д. М., Масленникова Е. В. Исследование ассортимента детских мясных консервов, реализуемых на рынке города Владивосток // Интеллектуальный потенциал вузов - на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР. Владивосток : ВГУЭС. 2021. - С. 44-50.

4. Рынок консервов мясных (мясосодержащих), включая консервы для детского питания в России. Текущая ситуация и прогноз 2022-2026 гг. // Alto Consulting Group. URL: <https://alto-group.ru/otchet/rossija/3887-rynok-konservov-mjasnyh-mjasosoderzhaschih-vkljuchaja-konservy-dlja-detskogo-pitanija-v-rossii-tekuschaja-situacija-i-prognoz-2020-2024-gg.html> (дата обращения: 07.11.2022).

5. О качестве и безопасности пищевых продуктов: Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ. Доступ из справочно-правовой системы Консультант Плюс URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/3e73848f41bc664e519275532b441125f176df19/ (дата обращения: 14.11.2022).

6. Bloomberg : Nestle прекратит продажу в РФ товаров таких брендов, как Nesquik и KitKat // ТАСС: сайт. URL: <https://tass.ru/ekonomika/14157435> (дата обращения: 07.11.2022).

7. PepsiCo приостанавливает производство и продажу Pepsi-Cola и других мировых брендов напитков в России // PepsiCo. URL: <https://www.pepsico.com/our-stories/press-release/pepsico-suspends-production-and-sale-of-pepsi-cola-and-other-global-beverage-brands-in-russia> (дата обращения: 07.11.2022).

Медвецкая Вероника Сергеевна, студент Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Medvetskaya Veronika Sergeevna, student of the Komsomolsk-na-Amure State University

Капустенко Ирина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kapustenko Irina Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

УСПЕШНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

SUCCESSFUL MANAGER AS THE BASIS OF EFFECTIVE BUSINESS MANAGEMENT

Аннотация. В данной работе разбираются понятия эффективного управления организацией и успешного руководителя. Рассмотрены критерии и подходы оценивания эффективности предприятия. Выделяются качества, присущие успешному руководителю и правила успешного менеджмента для каждого начальника.

Abstract. This paper examines the concepts of effective management of an organization and a successful manager. The criteria and approaches for evaluating the efficiency of the enterprise are considered. The qualities inherent in a successful manager and the rules of successful management for each boss are highlighted.

Ключевые слова: эффективность, бизнес, управление, качества, подходы, персонал.

Keywords: efficiency, business, management, quality, approaches, personnel.

Главная задача любого руководителя бизнеса – эффективное управление. Данная задача для многих является невыполнимой, особенно это касается небольших компаний, где все строится на доверии. Методы управления в малом бизнесе и в бизнесе со штатом более 100 человек будут сильно отличаться. Целью таких методов является построение четкой системы правил и принципов для всех сотрудников.

Вначале следует определиться, что означает термин «управление».

Управление – это регламентированный процесс принятия и совершения действий руководителя, которые помогают осуществить цели. Бывают ситуации, когда достижение целей приводит к негативным последствиям (трата ресурсов времени и финансов). Абстрактно можно эффективное управление назвать динамикой управления, которую можно качественно и количественно измерить [1].

Рассмотрим более подробно критерии оценки эффективности управления компанией. Объективно оценить деятельность системы управления помогают некоторые параметры.

Целевой подход.

Применяется в компаниях с каким-либо производством, так как подразумевает оценку качества и скорости. Однако у данного подхода есть свои критики. Они пришли к выводу, что концентрация всех работников одной цели не говорит об эффективности управления. Зачастую цели работников противоречат друг другу или пересекаются.

Оценочный подход.

Организации анализируются по критериям: доля рынка в сравнении с конкурентами; годовой объем прибыли; существенные отличия от конкурентов; скорость достижения текущих показателей и так далее.

Комплексный подход.

Специалисты выделяют данный подход как наиболее точный из-за анализа по нескольким критериям одновременно [2].

На схеме (рисунок 1) рассмотрены некоторые подходы к оценке эффективности предприятия.



Рисунок 1 – Подходы к оценке эффективности предприятия

В наше время в управлении организацией руководителю необходимо использовать новые методы, принципы и стили. Управленец должен совместить в себе качества и умения организатора, аналитика и даже психолога. Все это совместно с хорошими личностными качествами помогает завоевать авторитет у работников [3].

На предприятии важна комфортная атмосфера, которая создается руководителем для подчиненных. Это происходит за счет общения внутри коллектива, соблюдения правил этикета и поведения. Важно соблюдать деловой стиль общения на работе, но не забывать о внимательности и доброжелательности.

Руководитель должен решать проблемы из каждой сферы организации. Для этого он должен обладать такими личностными качествами, как профессионализм, организованность, ответственность. Тогда будет реализовываться эффективное управление, где руководитель, проанализировав ситуацию, прогнозирует стратегию и управляет ею. Подчиненный же обязан исполнять решение руководителя [4].

Рассмотрим основные принципы эффективного управления:

1. Расширение возможностей команды, а не микроуправление (полный контроль над действиями подчиненными). Важно совмещать контроль и свободу действий подчиненных.
2. Продуктивность и ориентированность на результат.
3. Наличие коммуникационных способностей (эффективно общаться и уметь слушать – залог успешно выстроенных взаимоотношений с коллегами и подчиненными)
4. Поощрение амбиций своих сотрудников.
5. Личное общение с командой.
6. Уверенное принятие решения (сотрудники не должны сомневаться в приказах своего начальника, тогда они будут более эффективно работать).
7. Проявление эмпатии (сопереживание и понимание происходящему вокруг).

Для неопытных руководителей, которые планируют расти и развивать свой бизнес, существует ряд правил успешного менеджмента.

Первое правило: руководителю нельзя брать на себя все задачи и действия на предприятии. Необходимо делегировать ряд операционных и текущих задач для решения более сложных. Основной деятельностью руководителя можно назвать анализ, разработку и осуществление стратегии и тактики.

Второе правило: важно вкладываться в квалифицированных специалистов. Даже если на данный момент они не приносят прибыли, можно рассматривать это как вклад в будущее.

Третье правило: руководителю не желательно выполнять работу за других людей, считая, что у него получится быстрее и лучше. Меньше времени и сил займет обучение работника и повышение его квалификации, чем постоянное доделывание или перекладывание работы с одного на другого.

Четвертое правило: необходимо выстроить доверительные отношения со своими подчиненными, тем самым создав сплоченный и дружный коллектив.

Пятое правило: руководитель должен осознать, что ошибки могут и будут случаться. Когда ошибка уже произошла, нужно проанализировать, чему я могу обучить человека, совершившего ошибку, чтобы он больше этого не делал и мог решать подобные проблемы самостоятельно.

Шестое правило: руководитель должен наладить систему обратной связи с подчиненными, чтобы своевременно реагировать на их запросы и проблемы. Также она необходима как оценка работы каждого сотрудника, чтобы поощрять или исправлять проделанные действия. Обратная связь нужна руководителю, чтобы обмениваться идеями и получать отклик с советами и критикой, которые помогут исправить недочеты.

Седьмое правило: при критике руководитель должен быть конструктивным и не позволять себе переходить на личность сотрудника. Замечания не могут быть запоздалыми, важна их актуальность. Иначе такая критика будет воспринята сотрудником отрицательно и никак не повлияет на исправление существующей проблемы.

Восьмое правило: руководитель всегда должен задумываться о качестве и необходимости своего товара или услуги. Также важно заглядывать в будущее и анализировать возможные варианты событий. Прогнозируя и планируя разные варианты будущего, руководителя будет сложнее застать врасплох, и он будет готов ко всем изменениям внешней и внутренней среды.

Рассмотренные в материале подходы и принципы управления позволят современному руководителю построить слаженную и эффективную работу трудового коллектива. Неопытному управленцу потребуются соблюдение конкретных правил эффективного менеджмента. Сотрудничество на основе целеполагания – современный путь руководителя к успеху компании.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Староверова, К. О. Менеджмент. Эффективность управления. Учебное пособие для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2020. - 406 с.

2 Алимжанова, А. С. Методы и модели оценки эффективности деятельности предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 5-4. С. 47-49.

3 Дегтяренко, Е. А. Управление персоналом как ключевая роль в развитии бизнеса предприятия // Новая наука: стратегии и векторы развития. 2018. Т. 1. № 4. С. 71-74.

4 Брюс, М. Кейтеринг. Руководство по эффективному управлению бизнесом. М. : ВВРГ, 2012. - 206 с.

5 Генкин, Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика) : монография. 2-е изд., испр. . Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. – 352 с.

Мельникова Надежда Анатольевна, студентка, Российский Государственный Социальный университет

Melnikova Nadezhda Anatolyevna, student, Russian State Social University

Бучнев Евгений Владимирович, преподаватель кафедры политологии и прикладной политической работы, Российский Государственный Социальный университет

Buchnev Evgeny Vladimirovich, Lecturer, Department of Political Science and Applied Political Work, Russian State Social University

СМЫСЛОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ ЕВРОПЕЙСКОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ ЕВРОПЫ

SENSITIVE GUIDELINES OF EUROPEAN POLICY ON THE EXAMPLE OF EUROPEAN POLITICAL PARTIES

Аннотация. Современный мир вступил в череду социально-политического противостояния, вызванного разными, подчас противоположными представлениями о специфике формирования международных отношений. Проблемы национальной идентичности становятся основополагающими для большинства стран, включая Российскую Федерацию и страны НАТО. Экономическая нестабильность, миграционные кризисы, острая политическая турбулентность накладывают существенные ограничения на деятельность политических элит в развитых странах. Историческая неразрешенность проблем национальной идентичности с одной стороны и стремление к формированию истинного многополярного мира с другой формируют различное отношение к идеям нации и национализма. Это находит отражение в ряде политических и открытых военных конфликтов на большом пространстве культурного и социально-политического соприкосновения Европы и России. Изучение национальных трактовок и понятий национализма является особенно актуальным в контексте существующего противостояния российского государства с доктриной безопасности Запада.

Abstract. The contemporary world has entered a series of socio-political confrontations caused by different, sometimes opposing perceptions of the specifics of how international relations are shaped. National identity issues are becoming fundamental to most countries, including the Russian Federation and NATO countries. Economic instability, migration crises and acute political turbulence impose important constraints on the activities of political elites in developed countries. The historical unresolved issues of national identity on the one hand and the desire for a true multipolar world on the other form a different attitude towards the ideas of nation and nationalism. They reflect this in several political and open military conflicts in the large area of cultural and socio-political contact between Europe and Russia. The study of national interpretations and notions of nationalism is relevant in the current confrontation between the Russian state and the security doctrine of the West.

Ключевые слова: национальная идентичность, национализм, политические партии, коллективная безопасность, политическая идеология, НАТО.

Key words: national identity, nationalism, political parties, collective security, political ideology, NATO.

Для современного общества понятие “национализм” представляет не столько идеологическое направление, сколько некоторую систему политических мировоззрений, определяемых тем или иным государством. Колоссальное давление на демократические ценности вызвано многими процессами, оказывающими влияние на всю систему международных отношений. К таким событиям можно отнести мировые финансовые кри-

зисы 2008[1] и 2020 гг. [2], показавшие неспособность наднациональных институтов комплексно и быстро решать проблемы финансовой несостоятельности таким образом, чтобы не был нанесен вред странам с развивающейся или слабой экономикой. Изменение конъюнктуры международных отношений было спровоцировано возвращением в состав РФ Республики Крым [3]. Данное событие интересно тем, что послужило и толчком, и следствием развития ультраправых националистических идей в Украине [4]. Усиление агрессивного направления внешней политики стран Запада и, в частности, военно-политических блоков. Наибольший интерес здесь заслуживает Организация Северо-Атлантического Альянса, которая в 2018 г. внесла в стратегию безопасности стран НАТО Россию как возможного противника в случае военного противостояния. Неразрешенность или невозможность быстро найти выход в столь трудных и неоднозначных событиях повлекло рост недовольства деятельностью политических партий во многих развитых государствах.

В попытке решить указанные противоречия политические элиты западноевропейских стран обращаются к теме национальной идентичности, как к одному из наиболее доступных путей объединения народов в сложный период. Современное европейское общество, которое на протяжении столетий выполняло роль культурного доминанта, ориентира социального благополучия и социальной государственной поддержки, достаточно быстро откликнулось на возможность сначала к переосмыслению, а затем и к ренессансу националистических идей. Сомнению были подвергнуты идеи европейского мультикультурализма и европейской наднациональной идентичности. Выход Британии из Европейского Союза впервые столь громко утвердил верховенство идей нации над идеями общеевропейскими [5]. Был поставлен под сомнение принцип толерантности европейского человека, который изначально подразумевал постепенный самостоятельный отказ от национальной самоидентичности.

В настоящее время европейское сообщество столкнулось с “кризисом времени”, который подтолкнул государства к принятию радикальных решений, основанных на идеях национализма.

В рамках данной работы было проведено аналитическое сравнение политических партий государств Европы с целью определения их идеологической наклонности к тем, или иным течениям (таблица 1).

Таблица 1 - Националистические партии Европы

Страна	Название партии	Особенности
Норвегия	Партия прогресса	Антимиграционная политика Евроскептицизм Противники мультикультурализма
Дания	Новые правые	Антимиграционная политика Евроскептицизм Исламофобия
	Датская народная партия	Евроскептицизм
Финляндия	Истинные финны	Евроскептицизм Антимиграционная политика
Великобритания	Шотландская народная партия	Выступает за независимость от центра
	Партия Уэльса	Выступает за независимость от центра Защита языка
Швейцария	Швейцарская народная партия	Антимиграционная политика Евроскептицизм Исламофобия
Германия	Альтернатива для Германии (АдГ)	Защита языка Антимиграционная политика Евроскептицизм Исламофобия Противники мультикультурализма

Страна	Название партии	Особенности
Нидерланды	Партия свободы	Антимиграционная политика Евроскептицизм Исламофобия
Кипр	Национальный народный фронт (ННФ)	Евроскептицизм Исламофобия
	Демократическая партия	Мягкий национализм - стремление к грекам
Сербия	Сербская радикальная партия	Евроскептицизм
Эстония	Партия реформ Эстонии	
	Консервативная народная партия Эстонии	Евроскептицизм Антимиграционная политика Традиционные ценности
Латвия	Социал-демократическая партия «Согласие»	Русофильство Евроскептицизм
	Национальное объединение «Всё для Латвии!» — «Отечеству и свободе/ДННЛ»	Русофильство
Литва	Союз Отечества - Литовские христианские демократы (СО-ЛХД)	Русофильство

В таблице приведены 18 политических партий Европы, в которых программы ориентированы на националистические идеи и ценности.

Как видно из таблицы, некоторые европейские политические партии связывают свою деятельность с вопросами формирования национальной идентичности. Крупные пособия для беженцев и мигрантов закономерно вызвали рост поддержки национализма среди граждан. Поэтому в странах, наиболее сильно страдающих от миграционного кризиса, националистические партии в своих программах склоняются к ужесточению миграционной политики, выступают против мультикультурализма, а в идеях нередко проявляется исламофобия.

«АдГ [Альтернатива для Германии] рассматривает идеологию мультикультурализма как серьезную угрозу социальному миру и дальнейшему существованию нации как культурной единицы. Государство и гражданское общество должны уверенно защищать немецкую культурную самобытность» [6].

«Дания – страна датчан, и граждане должны иметь возможность жить в безопасном правовом обществе, которое развивается в соответствии с датской культурой. Иностранцы должны иметь возможность быть допущенными в датское общество, но только при условии, что это не ставит под угрозу безопасность и демократию» – Датская народная партия [7].

В других странах поворот к правому сектору вызван длительными нерешенными вопросами территориальной целостности. Так сепаратистские настроения частей Великобритании существовали на протяжении всей истории существования государства и сохранились до сих пор в лице Шотландской национальной партии и Партии Уэльса.

Активность националистических партий на Кипре так же вызвана историческими причинами и территориальными спорами. Национальный народный фронт, и Демократическая партия требуют признания Турции как захватчика и воссоединения с «оккупированной» территорией. Во многом ННФ занимает сравнительно радикальную позицию.

Партии стран Балтии характеризуются схожими идеологическими воззрениями, которые ориентированы на влияние России и Кремля как общего врага исторической и национальной идентичности стран [8]. Некоторые партии, например, Партия реформ Эстонии [9], Национальное объединение «Всё для Латвии!» — «Отечеству и свободе/ДННЛ» [10] и СО-ЛХД [11] прямо говорят о том, что Россия и существующая российская политическая элита угрожают национальной безопасности государств Балтийского бассейна, и что гибридная война ведется уже сейчас.

Принимая разный характер и направленность националистических идей, мы можем говорить о “националистическом подъеме” в странах Европы в целом.

Развитие идей национальной идентичности в современном мире можно интерпретировать по-разному, но необходимо отталкиваться от исторического аспекта. На протяжении XX века национальные идеи для всего мира формировались в двух направлениях: крайний нацизм в странах оси, проповедовавший возможность верховенства одной нации (или трех наций - немецкой, итальянской, японской) над всеми другими и приведший к открытому противостоянию с международным сообществом, и национальная идентичность советского народа - попытка построить нацию надгосударственную, ориентированную не на конкретные государственные образования, а на политическую идеологию. Европейские государства боролись в той или иной степени с обоими проявлениями, что не дало возможности проанализировать эти идеи к политике государства.

Переосмысление и переоценка данных идей в современных государствах скорее явление, связанное с развитием государственных институтов в целом и их возможностью противостоять крайним проявлениям национализма, в тоже время частично используя его для формирования национальной идентичности. Сегодняшние государства обращаются к данным концепциям, чтобы решить ряд острых социальных и экономических проблем [12]. Нельзя исключать из данной проблемы и Россию. Формирование России как суверенного государства прочно связано с формированием русской национальной идентичности. При этом для российского общества “национальное” прочно связано с “патриотичным”. Сама модель формирования идентичности относит к российской истории, российской науке и российскому искусству. В основании русской национальной идентичности заложен патриотизм, позволяющий как определять духовность развития, так и принимать опыт мощного национально-культурного прошлого.

В настоящее время мир стоит на пороге подъема националистических идей и движений, которые используются партиями и политическими элитами для решения государственных проблем. Однако такая тенденция может привести к еще большему противоречию между Россией и странами Западной Европы.

Опасность современной переоценки идей национализма заключается в том, что он поощряет нетипичное мышление, в то время как вера в авторитеты перестает играть когнитивно-функциональную роль.

Националистические идеи сегодня широко распространились и проникли даже в структуры политического управления; партии, поддерживающие их, занимают до 40 % мест в парламентах некоторых государств. Однако человеку только предстоит оценить, каким образом воспринимать данное явление. С одной стороны, это реальная угроза столкновения идеологий и национальных ценностей на уровне государств, с другой - кризис прав и свобод человеческой личности. Конечно, эти два взгляда не являются противоположными и опасения в радикализации идеологии данных партий не беспочвенны, однако второе видение проблемы представляет ситуацию более масштабно, говоря в целом о тупике развития европейской (либеральной) модели демократии, выход из которого пытаются найти в националистических идеях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Американская мечта, погубившая мир. Аналитическая статья. URL: <https://bcs.ru/blog/amerikanskaya-mechta-pogubivshaya-mir-vspominaem-krizis-2008-goda?ysclid=19tuznjwic328455688> (дата обращения: 20.10.2022).
2. Эллиот Л. Nations must unite to halt global economic slowdown, says new IMF head. 2019. URL: <https://www.theguardian.com/business/2019/oct/08/nations-must-unite-halt-global-economic-slowdown-new-imf-head-kristalina-georgieva> (дата обращения: 20.10.2022).
3. Кто признал Крым российским на сегодня. 2022. URL: <https://gogov.ru/news/887970> (дата обращения: 20.10.2022).

4. Богдашкин А. А., Теплухин В. В. Политологи о право-радикальном национализме в современной Украине // Власть. №. 10. 2014. С. 214-220.
5. Максимов И., Рокоссовская А. Brexit: почему Великобритания выходит из ЕС и к чему это приведет. 2019. URL: <https://rg.ru/2020/01/31/brexit-pochemu-velikobritaniia-vyhodit-iz-es-i-k-chemu-eto-privedet.html?ysclid=I9tv7tnn8x340584223> (дата обращения: 20.10.2022).
6. Grundsatzprogramm für Deutschland // Bundesparteitag in Stuttgart. 30. April bis 1. Mai 2016. URL: <https://www.afd.de/grundsatzprogramm/> (дата обращения: 20.10.2022).
7. Fjern tilskuddet til friskoler med islamiske værdier // NyeBorgerlige. URL: <https://nyeborgerlige.dk/temasider/tilskud-til-friskoler-baseret-paa-islamiske-vaerdier-skalfjernes/> (дата обращения: 20.10.2022).
8. P. Kuzmickienė. Seimas rezoliucija pagerbė dviejų totalitarinių okupacinių režimų ir pasipriešinimo aukas // TS-LKD. 2021. 15 birželis. URL: <https://tsajunga.lt/aktualijos/seimas-rezoliucija-pagerbe-dvieju-totalitariniu-okupaciniu-rezimu-ir-pasipriesinimo-aukas/> (дата обращения: 20.10.2022).
9. Maris Lauri: Venemaa sõdib ka Eestiga // Reformierakond. 2022. 5 september URL: <https://reform.ee/uudised/maris-lauri-venemaa-sodib-ka-eestiga/> (дата обращения: 20.10.2020).
10. I. Mūrniece: Ja mums ir pārliecība par savu Latviju, tad esam nesalaužami // Nacionālā apvienība "Visu Latvijai!" - "Tēvzemei un Brīvībai/LNNK". 2022/ 25 jūlijs. URL: <https://nacionalaapvieniba.lv/2022/07/25/i-murniece-ja-mums-ir-parlieciba-par-savu-latviju-tad-esam-nesalauzami/> (дата обращения: 20.10.2022).
11. LR Seime atstovaujamų politinių partijų susitarimas dėl nacionalinio saugumo stiprinimo. 2022. 13 liepa.
12. Дорошин И. А., Алебастрова А. А. Перспективы ренессанса национализма в Европе // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. № 4. С. 64-71.

УДК 331.108

Мифусанова Ксения Евгеньевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Mifusanova Ksenia Evgenievna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Капустенко Ирина Сергеевна, кандидат технических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kapustenko Irina Sergeevna, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

MODERN PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT OF LARGE ENTERPRISES

Аннотация. Цель работы – выявить проблемы управления персоналом крупных предприятий. В статье акцентируется внимание на то, как те или иные проблемы управления персоналом влияют на работу сотрудников, руководителей и предприятия в целом. В статье рассматриваются вопросы конфликтов в коллективе, делегирования полномочий, мотивация сотрудников, дисциплина труда и смена стиля управления. В результате было определено, насколько важны данные проблемы в управлении персоналом и в частности предприятием, какую роль они имеют в производстве.

Abstract. The purpose of the work is to identify the problems of personnel management in large enterprises. The article focuses on how certain problems of personnel management affect the work of employees, managers and the enterprise as a whole. The article deals with issues of conflicts in the team, delegation of authority, employee motivation, labor discipline and a change in management style. As a result, it was determined how important these problems are in personnel management and in particular in the enterprise, what role they play in production.

Ключевые слова: персонал, управление, предприятие, руководители. мотивация, проблемы.

Key words: personnel, management, enterprise, managers, motivation, problems.

В данной статье рассмотрены современные проблемы управления персоналом в крупных предприятиях. Данная тема является актуальной в настоящее время. Управление персоналом – это очень сложный многозадачный процесс, от него зависит развитие компании, прибыльность, достижения ее целей, эффективность работы, в него входят различные методы и способы воздействия на персонал, оптимизация их деятельности, удовлетворение потребностей сотрудников, руководителей и предприятия в целом, за счет чего потом будут удовлетворены потребности потребителя данного предприятия. Достаточно сложно управлять персоналом крупных предприятий. Какие же есть проблемы управления современными, крупными предприятиями? Давайте попытаемся разобраться в данном вопросе и ответить на него. Хотелось бы выделить несколько значимых проблем управления персоналом современных, крупных предприятий, которые достаточно распространены и которые нужно решать для эффективной деятельности предприятия и достижения ее целей.

Одна из них – это низкий уровень мотивации сотрудников. Мотивация – это очень важный инструмент воздействия на сотрудников, она помогает руководителям влиять на работников и побуждать их к продуктивной деятельности. В данный период времени эта проблема очень распространена на крупных предприятиях, руководителям попросту не хватает времени, для того чтобы мотивировать каждого работника. Ведь каждый сотрудник индивидуален и каждому нужна разная система мотивации. Например, какой-то сотрудник нуждается в денежной мотивации, а кто-то хочет получить мотивацию, направленную на поднятие самооценки и собственного достоинства, кто-то хочет, чтобы его повысили в должности. Поэтому руководителям крупных компаний достаточно сложно к каждому сотруднику использовать разную систему мотивации и искать индивидуальный подход, так как сотрудников на предприятии очень много. Если не мотивировать сотрудников, то будет сложно добиться поставленных целей компании, так как из-за этого уменьшится результативность труда работников [1].

Также хотелось бы выделить такую проблему управления персоналом, как делегирование полномочий. Делегирования полномочий – это передача части работы руководителя сотрудникам, для выполнения задачи. У руководителей крупных предприятий очень большой объем работы, и каждому руководителю нужно научиться делегировать свои полномочия. Ведь если у руководителя будет много мелких задач, он не сможет сконцентрировать свое внимание на постановке стратегических целей. Когда делегируешь полномочия подчиненным, это ускоряет процесс производства, а также для сотрудников это шанс проявить себя, взять ответственность, что будет для них неким стимулом в работе.

Далее хотелось бы выделить также не маловажную проблему управления персоналом – это недисциплинированность сотрудников. Опоздания на работу, не выполнение в срок различных заданий – все это говорит об отсутствии дисциплины у сотрудников. Руководителям крупных предприятий также трудно следить за дисциплиной каждого сотрудника, поэтому эта тема является актуальной для крупных предприятий. Ру-

ководителю нужно очень тщательно смотреть за дисциплиной сотрудников ведь из-за того, что сотрудники не соблюдают трудовую дисциплину, страдает производственный процесс и предприятие в целом. Когда сотрудники не соблюдают трудовую дисциплину, к ним следует применять различного рода наказания, вплоть до увольнения, если трудовая дисциплина была нарушена многократно [2].

Еще одна актуальная тема управления персоналом в крупных предприятиях – это конфликты в коллективе. Конфликты в коллективе – очень неприятная вещь, которая сказывается на работе сотрудников. Руководителям необходимо бороться с конфликтными ситуациями среди подчинённых, и не давать самому поводов для них. Конфликты создают неблагоприятную атмосферу на предприятии и уменьшают работоспособность сотрудников, а также приводят к стагнации производства. Руководителю нужно постараться исключить как можно больше причин для конфликта, а именно распределить круг обязанностей, чтобы у сотрудников не было вопросов, кто чем должен заниматься и кто кому подчиняется. Наладить совершенную организацию работы для того, чтобы производственные процессы были ясны для сотрудников и у них не возникало лишних вопросов к руководителю. Исключить точки соприкосновения интересов и т.д.

Смена стиля руководства на предприятии также одна из важнейших проблем в управлении персоналом. На предприятии порой меняется стиль руководства из-за некоторых причин, например, из-за смены руководителя. Для сотрудников, которые привыкли к одному стилю управления сложно резко начать работу, когда стиль управления меняется. Для руководителей также возникает проблема в руководстве. И обычно нужно время, для того чтобы адаптироваться сотрудникам и руководителям к данной ситуации, и из-за этого часто возникают проблемы в работе предприятия [3].

В заключении можно сделать вывод, как важно правильно и грамотно управлять персоналом в крупных организациях, как важна мотивация, дисциплина, делегирование полномочий, стиль управления и как важно устранение конфликтов в коллективе для сотрудников, руководителей и предприятия в целом. Для каждой организации важно четко сформировать управленческий процесс, чтобы он работал как единая система, для крупных предприятий это очень важно, так как на нем работает много сотрудников, руководителей разных звеньев управления и вспомогательного персонала и очень много стоит задач для выполнения перед предприятием. Важно чтобы на крупном предприятии работали квалифицированные руководители, которые организуют рабочий процесс так, чтобы предприятие функционировало без перебоев и приносило прибыль, это сложная и важная задача для руководителей крупных предприятий, а также немаловажно, чтобы рабочие в организации были достаточно квалифицированы в своей области для того, чтобы правильно выполнять поручения руководителя и меньше допускать ошибок в рабочем процессе, умели брать ответственные решения на себя, когда им делегируют свои полномочия руководители. Для этого руководитель должен правильно осуществлять подбор персонала. Если вышеперечисленные проблемы будут решаться руководителями, и они будут грамотно управлять организацией, то ее ждет благоприятный климат в коллективе, мотивированные сотрудники, которые осуществляют правильный рабочий процесс, работают с удовольствием и добиваются целей организации. Высокая дисциплинированность труда, которая способствует эффективной трудовой деятельности всего предприятия, а также слаженная работа всего коллектива и руководителей всех звеньев управления.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Горленко О. А., Ерохин Д. В., Можяева Т. П. Управление персоналом. Учебник для академического бакалавриата. М. : Юрайт. 2019. – 250 с.
2. Кузина И. Г., Панфилова А. О. Социология управления персоналом. Учебное пособие. М. : Проспект, 2020. – 160 с.

3. Пичугин В. Г. Психология влияния в управлении персоналом. Учебное пособие. М. : Прометей. 2020. – 144 с.
4. Кузина И. Г., Панфилова А. О. Социология управления персоналом. Учебное пособие. М. : Проспект. 2020. – 160 с.
5. Кязимов, К. Г. Управление персоналом. Профессиональное обучение и развитие . М. : Юрайт. 2019. – 202 с.
6. Руденко А. М., Котлярова В. В., Латышева А. Т. Управление персоналом. Учебное пособие. М. : Феникс, 2020. – 320 с.
7. Кибанов А. Я., Ивановская Л. В. Кадровая политика и стратегия управления персоналом. Учебно-практическое пособие . М. : Проспект, 2020. – 64 с.
8. Базаров, Т. Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов . Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 381 с.
9. Герасимов, Б. Н. Методологические инструменты исследования и оценки эффективности процесса управления персоналом организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 2. С. 160-169.
10. Иванов, С. Ю. Социальное управление человеческими ресурсами учеб. пособие. М. : Московский педагогический государственный университет, 2020. – 152 с.
11. Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу: практическое пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2019. – 384 с.
12. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов.
13. Храмова, Т. М и др. Управление персоналом организации. Технологии управления развитием персонала: учебник. М. : ИНФРА-М. – 160 с.
14. Архипова, Н. И. Современные проблемы управления персоналом: монография. Рос. гос. гуманитар. ун-т. М. : Проспект, 2018. – 161 с.
15. Горина, М. С. Управление персоналом предприятия и методы оценки его эффективности // Modern Economy Success. 2019. № 3. С. 15-22.
16. Добролюбов, Е. А. Система материального и нематериального стимулирования (мотивации) персонала // Банковские технологии. 2014. №3. С. 26-29.

УДК 32.019.52

Олухов Николай Владимирович, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных наук, Уральский институт Государственной противопожарной службы МЧС России (г. Екатеринбург)

Olukhov Nikolai Vladimirovich, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Humanities, Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia (Yekaterinburg)

РОЛЬ ПАРТИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ГРАЖДАН

THE ROLE OF PARTIES AND PUBLIC ASSOCIATIONS IN THE POLITICAL LIFE OF CITIZENS

Аннотация. В материале рассмотрена роль партий и общественных объединений в политической жизни Нижнего Тагила. В публикации представлен анализ по результатам социологического исследования, которое проводилось в избирательный период 2021 г. во время предвыборных кампаний на выборах депутатов в Государственную Думу РФ и депутатов в Законодательное собрание Свердловской области.

Abstract. The material examines the role of parties and public associations in the political life of Nizhny Tagil. The publication presents an analysis based on the results of a sociological study that was conducted during the election period of 2021 during the election campaigns for

the elections of deputies to the State Duma of the Russian Federation and deputies to the Legislative Assembly of the Sverdlovsk Region.

Ключевые слова: политическая партия, общественное объединение, выборы.

Key words: political party, public association, elections.

Сердцевиной политической и правовой культуры граждан является их правосознание – оно определяется совокупностью взглядов, идей, выражающих отношение людей, социальных групп к праву, законности, правосудию, их представлением о том, что является правомерным или неправомерным.

Государственная власть, политические партии, общественно-политические объединения и в целом гражданское общество, в лице некоммерческих общественных организаций, призваны сформировать правосознание людей, в том числе и при осуществлении основных конституционных прав граждан, таких как управление делами государства, как непосредственно, так и через своих представителей, избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также участвовать в референдуме. Высшим непосредственным выражением власти народа (указывается в Конституции РФ) – являются референдум и свободные выборы.

Эффективное осуществление народовластия зависит не только от признания и гарантий его законодательством, но и во многом от дееспособности в целом гражданского общества, от общественно-политической активности, уровня политической и правовой культуры граждан, их готовности к непосредственному участию в управлении делами государства, муниципальных образований и в общественной деятельности. Выполняя важную роль в жизни общества, политические партии выявляют и объединяют интересы различных групп населения, формируют на этой основе стратегию социально-экономического и политического развития государства.

Усиление значимости партий в общественно-политической жизни, развитие реальной многопартийности нашло выражение в изменениях законодательных актов о выборах и референдумах, иной правовой базы, сопряженной с избирательным законодательством. Цель произведенных изменений состоит в развитии демократии путем создания новых условий деятельности для политических структур.

По нашему наблюдению, активность партий возрастает в период выдвижения кандидатов на выборах различных уровней (от федеральных до муниципальных) двух ветвей власти (исполнительной и законодательной) и во время самих избирательных кампаний, когда партии и объединения начинают играть основополагающее значение. Поэтому вопрос о важности партий и общественных объединений в жизни граждан является ключевым, в том числе и для многих современных политических исследований. Одним из показателей этого является степень вовлеченности граждан в деятельность политических партий и общественных объединений. Собственно говоря, это и стало предметом конкретного социологического исследования, которое проводилось в городе Нижний Тагил в избирательный период 2021 г. во время предвыборных кампаний на выборах депутатов в Государственную Думу РФ и депутатов в Законодательное собрание Свердловской области.

Общие выводы по результатам исследования можно свести к следующим положениям:

Во-первых, сохраняется устойчивая тенденция к некоторой дистанцированности значительной части населения города от политической жизни в той ее части, которая представлена политическими партиями и общественными объединениями.

Подавляющее большинство горожан не состоит в политических партиях или общественных объединениях. Соответственно, доля респондентов (составляет всего 7 %), отметивших в анкетах причастность к интересующим нас структурам – формирует достаточно низкий показатель непосредственного политического участия и это на фоне того, что Нижний Тагил является весьма крупным индустриальным центром, в котором имеются местные отделения многих партий федерального уровня и свыше 100

общественных объединений (включая организации территориального общественного самоуправления).

Большинство граждан не имеют контактов и не взаимодействуют с политическими партиями и общественными объединениями, не входят в них в качестве постоянных членов, мало интересуются в целом деятельностью партий и объединений – это, в свою очередь, сокращает потенциальные возможности партий для влияния на политическую жизнь и политическую культуру.

Таким образом, наше исследование показывает достаточно низкий уровень развития политической культуры горожан, особенно ее деятельностного компонента. Об этом говорят низкие показатели участия наших респондентов в деятельности партий и общественных объединений и оценки опрошенными роли этих общественных институтов в политической жизни города. Это существенно сокращает возможности влияния этих институтов на политическую культуру горожан в целом и их политическое участие и электоральную активность, в частности.

Во-вторых, в ходе опроса респонденты выделили, прежде всего, информационно-коммуникативную роль политических партий и общественных объединений.

Крайне слабо в ответах участников исследования выражена сущностная для политических партий медиаторная функция (посредника между властью и гражданским обществом) - это является косвенным показателем того, что реальные механизмы социального партнерства не выработаны (не сформированы) на местном уровне. Граждане сталкиваются с политическими партиями в основном в предвыборный период, когда партии реализуют в основном агитационные мероприятия, что влияет на мнение горожан об их деятельности.

Среди конкретных партий наиболее четко респонденты видят роль «Единой России». Подавляющее большинство считают, что ее место в политическом пространстве города наиболее значимо. Остальные партии отмечаются респондентами значительно реже. Также можно отметить, что среди основных «игроков» попадаются и «новички», например, партия – «Новые люди».

В результате, наиболее интенсивное взаимодействие жителей города с политическими партиями происходит во время избирательных кампаний. Это обуславливает ограниченное восприятие горожанами роли и функционала этих структур в полной мере и даже несмотря на то, что сам избирательный процесс является центральным элементом политического бытия граждан. В связи с этим, политические партии и общественные объединения воспринимаются как информационно-агитационные структуры, которые занимаются «политическим пиаром».

Однако реальный функционал политических партий намного шире, чем представляется простому обывателю. Такая диспропорция между реальным функционалом и его восприятием в политической культуре может говорить о том, что партии не вполне корректно позиционируют себя в политическом пространстве города, выступая чаще в качестве настоящих «агитационных машин», а не структур полноценной политической жизни (то есть идеологии, выдвижения и поддержки кандидатов, представление интересов граждан, продвижение политических идей в полной мере и др.).

В-третьих, наибольшее влияние на формирование политической культуры в городе Нижний Тагил оказывает партия «Единая Россия».

В местном сообществе сформирован особый сегмент населения с активной жизненной позицией, активно контактирующий с политическими партиями и воспринимающий позитивно их роль в политической жизни. К этому сегменту относятся руководители, работники силовых структур, бюджетной сферы.

Исходя из этого и в качестве рекомендаций можно предложить следующее:

Учитывая односторонний характер восприятия роли политических партий, избирательной комиссии города можно рекомендовать расширить формы участия партий и общественных движений в избирательном процессе. Формами такого участия могут стать межпартийные комиссии, партнерские соглашения и другие формы социального

партнерства, арбитром в которых может выступать избирательная комиссия города, как организующая структура. Эти формы взаимодействия необходимы для расширения роли партий и общественных объединений в контроле избирательного процесса. Кроме того, такие формы не противоречат нормативно-правовым основам российского законодательства.

Также необходимо содействовать полноте и целостности информированности населения и самих партий и общественных объединений об их реальном политическом функционале, формирования целостной и объективной картины политического пространства города Нижний Тагил. Реально это может выражаться в выпуске информационных бюллетеней (в электронном виде, в том числе) горизбиркома, организации совместных мероприятий, пресс-конференций.

Обратить внимание и выстроить взаимодействие с теми социальными группами, которые практически исключены из политического процесса в городе (конкретно, с пенсионерами, безработными, домохозяйками, работниками сферы услуг, предпринимателями).

Способствовать популяризации самой идеи о важности политических партий и общественных объединений как факторам формирования зрелого в гражданском плане, цивилизованного способа организации политической жизни города. Использовать ресурс социальных сетей – сейчас это перспективное направление для продвижения политических идей партий и объединений.

Помимо прочего, необходимо расширять систематическое научное и научно-методическое сопровождение избирательного процесса и деятельности избирательной комиссии муниципалитета — это позволит изучать и представлять избирательные процедуры не только глубоко и всесторонне, но и объективно, беспристрастно. Ведь, современные выборы невозможно проводить, не обладая вполне определенным набором качественной, полной и актуальной информации. Социологическое сопровождение в данном случае, обеспечивая получение достоверного знания об электоральных процессах различного уровня и характера, позволяет выявить предпочтения, настроения, ожидания избирателей, их отношение к основным участникам политического процесса.

УДК 336.6

Пряничников Илья Сергеевич, студент, Сибирский государственный университет путей сообщения

Pryanichnikov Ilya Sergeevich, student of Siberian Transport University

Антонов Михаил Александрович, студент, Сибирский государственный университет путей сообщения

Antonov Mihail Aleksandrovich, student of Siberian Transport University

Никонова Яна Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент на транспорте», Сибирский государственный университет путей сообщения

Nikonova Yana Igorevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Transport Management, Siberian Transport University

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE TRANSPORT AND LOGISTICS INDUSTRY

Аннотация. Актуальность проблемы обусловлена тем, что в настоящее время ни один аспект функционирования и развития общества невозможно представить без использования цифровых технологий. Цифровые технологии стали неотъемлемой частью со-

временной экономической формации, в том числе в логистике и на транспорте. Это в конечном счете способствовало естественному процессу распространения цифровых технологий, производственных систем и бизнеса в целом, т.е. так называемой «цифровизации транспортно-логистического сектора». Использование цифровых технологий и интеллектуальных систем управления транспортом является ключевым направлением для улучшения доставки грузов, поэтому в статье рассматривается актуальность и важность внедрения современных цифровых технологий в деятельность транспортно-логистических компаний.

Abstract. The urgency of the problem is because currently no aspect of the functioning and development of society can be imagined without the use of digital technologies. Digital technologies have become an integral part of the modern economic formation, including in logistics and transport. This ultimately contributed to the natural process of the spread of digital technologies, production systems and business in general, i.e. the so-called "digitalization of the transport and logistics sector". The use of digital technologies and intelligent transport management systems is a key area for improving cargo delivery, therefore, the article discusses the relevance and importance of the introduction of modern digital technologies in the activities of transport and logistics companies. The article also provides examples of various automated control systems in transport and logistics processes and their application in practice.

Ключевые слова: цифровые технологии, транспортный сектор, транспортно-логистические компании.

Key words: digital technologies, transport sector, transport and logistics companies.

Четвертая промышленная революция возникает в результате широкого применения цифровых технологий по всему миру [8]. Крупные зарубежные страны реализуют национальные стратегии для достижения своей цели и возглавляют глобальную волну цифровизации. Например, Германия и США предложили Индустрию 4.0 для содействия цифровой трансформации традиционного производства и промышленных практик. Китай запустил новые инфраструктурные проекты для ускорения развития 5G, центров обработки данных, облачных вычислений, Интернета вещей и других цифровых технологий.

Ожидается, что инвестиции в такие цифровые технологии повысят макроэкономические показатели и будут способствовать инновациям в бизнес-моделях, ориентированных на устойчивое развитие [7].

Транспортный сектор - это сложная система с огромными автоматическими, взаимосвязанными активами. Быстрорастущие данные требуют помощи цифровых технологий для предотвращения неполной информации и неопределенности решений. Для функционирования сложной транспортной системы будущего решающее значение имеет интеграция всех участников, а цифровые технологии играют ключевую роль.

Цифровые технологии могут повысить производительность и устойчивость транспортных систем. Последние достижения в области цифровых технологий меняют структуру конечного потребления, трансформируют бизнес-модель на стороне предложения и создают большую рыночную интеграцию через различные транспортные границы. Потенциал возможностей цифровых технологий для транспортно-логистической отрасли огромен, но статистика показывает, что компании не спешат его реализовывать (рисунок 1).

Хотя цифровые технологии обладают огромным потенциалом и способностью приносить пользу транспортному сектору за счет повышения эффективности, они также создают новые проблемы. Например, в транспортном секторе ожидается, что цифровые дорожные знаки, подключение транспортных средств на основе GPS, автономные транспортные средства и интеллектуальные транспортные системы уменьшат заторы, расход топлива и загрязнение окружающей среды; но эффект отдачи может привести к увеличению спроса на поездки и увеличению потребления энергии [4]. Также

обсуждается, что преимущество легкого доступа может сопровождаться повышением рисков безопасности при кибератаках. Более того, разработка и эксплуатация цифровых технологий требуют все более энергоемкой инфраструктуры.

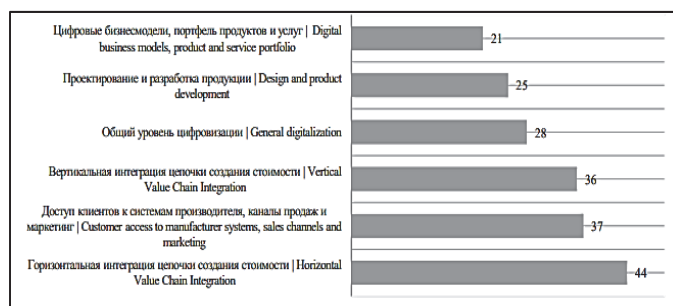


Рисунок 1 – Цифровизация транспортно-логистической отрасли [1]

Цифровые технологические инновации, включая разработку «умных» транспортных средств и «умной глобальной логистики», набирают обороты в секторе транспорта. Цифровые технологии могут положительно влиять на конкурентоспособность предприятий, социальные и экологические проблемы, что также относится к сектору транспорта [2]. Согласно [3], цифровые технологии могут сократить вредные выбросы, обеспечить интеллектуальную, безопасную и экономичную эксплуатацию транспортных средств и упростить обмен информацией. Отчет Ericsson показывает, что цифровые технологии могут помочь сократить глобальные выбросы парниковых газов [5]. Примеры широко используемых цифровых технологий для устойчивой эксплуатации транспортных средств включают [3]:

1. Система поддержки принятия решений. Во время эксплуатации транспортного средства данные, полученные от различных датчиков и других внешних источников (например, информация о погоде, планирование маршрута, другие эксплуатационные ограничения), могут использоваться для предоставления оператору транспортного средства рекомендаций о том, как управлять им с меньшим расходом топлива.

2. Повышенная подключаемость и безопасность данных. Благодаря улучшенной связи появилась возможность передавать оперативные данные для онлайн-поддержки и мониторинга в целях технического обслуживания. Безопасная передача данных и владение эксплуатационными данными потребуют цифровых структур, в которых грузоотправители, грузоперевозчики и грузополучатели смогут обмениваться данными на основе цифровых и защищенных контрактов.

Современные технологии, такие как блокчейн, большие данные, Интернет вещей и искусственный интеллект, могут помочь в достижении целей устойчивого развития транспортной отрасли. Блокчейн может быть использован для отслеживания груза и обеспечения сквозных поставок, записи информации о транспортном средстве, а также реализации смарт-контрактов и полисов страхования грузов [6]. Поскольку бизнес-процессы автоматизированы и оцифрованы, затраты на оформление и перемещение груза снижаются. Экономические выгоды транспортного сектора разнообразны, включая большую индивидуальную и общую вместимость, снижение транспортных расходов и т.д. Когда транспортные системы эффективны, они обеспечивают многочисленные экономические выгоды, приводящие к положительным мультипликативным эффектам, таким как увеличение занятости и прибыли.

В связи с существованием большого числа заинтересованных сторон, работающих в секторе транспорта, а также увеличением объема глобальных перевозок возникла необходимость внедрения цифровых технологий, позволяющих экономично собирать и обрабатывать большие объемы информации. Например, одной из таких технологий является блокчейн, который может помочь в снижении административных издержек, а также затрат, связанных с оформлением и перемещением груза.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Яковлева, Е.А. [и др.] Цифровизация транспортно-логистической отрасли в условиях глобализации мировой экономики // Труды Воронежского государственного университета инженерных технологий. №81 (4). С. 243-250.
2. Gausdal A. H., Czachorowski K. V. & Solesvik M. Z. Applying Blockchain Technology: Evidence from Norwegian Companies // MDPI Sustainability. 2018. № 10(6). Pp. 1-16.
3. Fjørtoft K. & Berge S.P. ICT for sustainable shipping. In Sustainable Shipping: A Cross-Disciplinary View. 2019. Pp. 137-166.
4. Löschel Andreas & Wei, Chu & Lundgren, Tommy. Call-for-paper announcement: Digital technology and energy sustainability. Resources Conservation and Recycling. 2021.
5. Oyedeki S., Seffah A. & Penzenstadler B. A catalogue supporting software sustainability design // Sustainability (Switzerland). 2018. № 10(7). Pp. 1-30. <https://doi.org/10.3390/su10072296>.
6. Peronja I., Lenac K., & Glavinović R. Blockchain technology in maritime industry. Multidisciplinary Scientific Journal of Maritime Research. 2020. № 34(1). Pp. 178–184.
7. Ranta V., Aarikka-Stenroos L., Vaisanen, J.M. Digital technologies catalyzing business model innovation for circular economy – multiple case study. Resour. Conserv. Recycl. 164. 2021. Pp. 105-155. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105155>.
8. Schwab K. The fourth industrial revolution. Currency. 2017.

УДК 374.32

Попова Дарья Александровна, студент, Владивостокский Государственный Университет
Daria A Popova, student, Vladivostok State University
Горяченко Екатерина Андреевна, доцент кафедры философии и юридической психологии, кандидат философских наук, Владивостокский Государственный Университет
Ekaterina A Goryachenko, Associate Professor of the Department of Philosophy and Legal Psychology, Candidate of Philosophical Sciences, Vladivostok State University

УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РАБОТЕ С МОЛОДЁЖЬЮ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

THE LEVEL OF DEMAND FOR SPECIALISTS WORKING WITH YOUTH IN THE RUSSIAN LABOR MARKET

Аннотация. Работа решает проблему отсутствия комплексных исследований о востребованности специалистов по работе с молодёжью на рынке труда. В статье рассмотрены актуальные проблемы трудоустройства выпускников - организаторов работы с молодёжью. Путем анализа бирж труда, научных статей и периодических изданий, и изучения мнения девяти экспертов в области молодежной политики с помощью экспертного интервью определена реальная ситуация востребованности организаторов работы с молодёжью на рынке труда РФ в целом, и в Приморском крае в частности. Также даны краткие рекомендации для выпускников данного направления по трудоустройству.

Abstract. The scientific work solves the problem of the lack of comprehensive research on the demand for specialists in working with young people in the labor market. The article discusses the current problems of employment of graduates - organizers of work with young people. By analyzing labor exchanges, scientific articles and periodicals, and studying the opinions of nine experts in the field of youth policy with the help of expert interviews, the real situation of the demand for organizers of work with youth in the labor market of the Russian Federation in general, and in the Primorsky Territory in particular, was determined. Brief recommendations for graduates of this direction on employment are also given.

Ключевые слова: организация работы с молодёжью, молодёжная политика, специалист по работе с молодёжью, трудоустройство молодёжи, востребованность молодёжи на рынке труда, молодёжь.

Key words: organization of work with youth, youth policy, youth specialist, youth employment, youth demand in the labor market, youth.

Молодёжь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей [1].

Очевидно, что молодые люди – наиболее динамичная, но и очень уязвимая часть общества, нуждающаяся в наставлении и твердых авторитетах. Это же отмечает Владимир Владимирович Путин, президент Российской Федерации [2]. В России осознают всю важность работы с молодёжью и в рамках молодёжной политики выделяют одну из важнейших задач - восстановление и развитие на новом уровне сети региональных и муниципальных учреждений по работе с молодёжью.

Для эффективной реализации этой задачи была введена специальность «Организация работы с молодёжью» Министерством образования и науки Российской Федерации в порядке эксперимента как междисциплинарная специальность (Приказ от 12.08.2003 № 3310) [3] для подготовки высококлассных специалистов для работы с молодёжью, молодёжными организациями, а также для государственных и общественных организаций, занимающихся проблемами социального проектирования.

Почему эта профессия актуальна? Молодёжь – стратегический потенциал любого государства, с которым важно работать. В каждом субъекте РФ есть департаменты и управления по делам молодёжи - численность только сотрудников органов исполнительной власти субъектов РФ, реализующих молодёжную политику, составляет около 2000 человек, а при них функционирует более 12 000 соответствующих организаций (учреждения социального обслуживания молодёжи, молодёжные культурные, досуговые клубы и центры, биржи труда и клубы поддержки молодых семей) [4, с. 17-21]. Также многие развитые и развивающиеся компании приглашают специалистов по работе с молодёжью для эффективной коммуникации с молодыми кадрами. О своем опыте выстраивания молодёжной политики в компании рассказывают АО «ТАИФ-НК», где из 4 тыс. сотрудников 2 тыс. – молодёжь [5]. В компании есть специалисты по работе с молодёжью, разрабатывающие планы эффективной социализации молодёжи в коллективе, их самореализации на рабочем месте, возможности дополнительного обучения и др. Таким образом, данная специальность актуальна, важна и даже необходима как для государственных учреждений, так и для частных коммерческих и некоммерческих организаций.

Соответственно, становится очевидным факт необходимости постоянного взаимодействия с молодёжью, способствования ее развитию и становлению как полноценных членов общества. Однако соответствует ли понимание о необходимости специалистов данного направления реальной востребованности работников с молодёжью на рынке труда. Таким образом, проблемой становится отсутствие исследований о востребованности специалистов по работе с молодёжью на рынке труда в РФ. Мы выдвигаем гипотезу о том, что специалисты по работе с молодёжью необходимы на рынке, но потребность в штатных сотрудниках на данный момент низкая.

Целью работы является выявление уровня востребованности специалистов по работе с молодёжью.

Задачи:

- 1) проанализировать рынок труда;
- 2) проанализировать мнение специалистов по работе с молодёжью о востребо-

ванности их профессии на рынке труда;

3) сформулировать основные представления о развитии молодежной политики среди специалистов по работе с молодежью.

Объектом исследования является уровень востребованности специалистов по работе с молодежью на рынке труда в РФ. Предметом стало мнение специалистов по работе с молодежью города Владивостока о востребованности их профессии на рынке труда.

Исследовательский инструментарий включает в себя:

1) теоретический уровень: компаративистский подход; феноменологический подход; системный подход.

2) эмпирический уровень: экспертное интервью.

Организатор работы с молодежью — это специалист с высшим образованием, который занимается решением комплексных задач по реализации молодежной политики в сферах труда, права, политики, науки и образования, культуры и спорта, коммуникации, здравоохранения; взаимодействием с государственными и общественными структурами, молодежными и детскими общественными объединениями, с работодателями [6].

Специалисты данной области мультизадачны, имеют знания и навыки в разных сферах (психология, педагогика, социология) и могут работать в различных структурах: в органах власти, образовательных учреждениях всех уровней, частных корпорациях, досуговых организациях, социальных центрах и др. Помимо профессиональных задач (научно-исследовательские, организационно-управленческие, производственные, социальная технологические, организационно-массовые), которые должен решать организатор работы с молодежью, стоит обратить особое внимание на его социально-проектную деятельность. По мнению З.А. Целищевой, именно она является ключевой в силу ее практической значимости и умения не только создавать проекты, но и руководить рабочей группой по его реализации [7, с. 235].

Хотя данная профессия набирает популярность, как необходимая для решения государственных задач, так и для решения вопросов в частных компаниях и образовательных учреждениях. Всё чаще и школы, и социальные центры, и частные компании нанимают специалистов по работе с молодежью. Но есть и другая сторона рассматриваемого вопроса. Перед нами стоит задача – выяснить, насколько на самом деле необходимы специалисты по работе с молодежью на рынке труда и есть ли для них подходящие вакансии.

В.В. Савицкая [8, с. 229-231] пишет о том, что на данный момент назрела необходимость в признании политики в сфере занятости молодежи, как важнейшей составной части общей молодежной политики государства и регионов. Поэтому, активное регулирование занятости молодежи — это основное условие ее эффективной занятости не только сегодня, но и в долгосрочной перспективе, раскрытии и реализации трудового потенциала молодежи, как исключительно важного стратегического ресурса страны.

С проблемой трудоустройства сталкиваются все выпускники и специалисты по работе с молодежью, только что закончившие ВУЗ – не исключение. Работа с молодежью требует колоссальной энергии и веры в результативность деятельности, о чем пишет Мерзлякова Г.В. [9, с. 55-61]. Рассмотрим более узкую аудиторию – специалистов Приморского края и обратимся к фактам и цифрам: на базе Владивостокского государственного университета ведется подготовка кадров по направлению подготовки бакалавриата 39.03.03 «Организация работы с молодежью» [10]. На современном этапе отрасль молодежной политики динамично развивается и требует притока специалистов нового поколения. На начало 2021 г. в Приморье численность молодежи от 14 до 35 лет по данным Приморкстата составила 516,7 тысяч человек (что составляет 27,5 % от общего населения региона) [11]. Реализация молодежной политики осуществляется в соответствии с

законом Приморского края о молодёжной политике в Приморском крае, с государственной программой «Развитие физической культуры и спорта в Приморском крае», муниципальными программами. В настоящее время в структуре молодёжной политики Приморского края находятся 2 подведомственных государственных учреждения:

1. «Департамент по делам молодёжи Приморского края» [12].

2. Автономная некоммерческая организация «Центр содействия развитию молодёжи Приморского края», Учредителем которой является Приморский край, от имени которого функции и полномочия Учредителя осуществляют Администрация, департамент по делам молодёжи и департамент земельных и имущественных отношений Приморского края [13].

На муниципальном уровне осуществляют деятельность десятки учреждений для детей и молодёжи, посчитать которые невозможно. Среди них такие организации, как Российские студенческие отряды, Российский союз молодёжи, благотворительные фонды «Татьянин день - Приморье», «Тепло наших рук», «Во имя добра», «Колыбель», «Открытый город» и множество других [14]. Всем этим структурам необходимы руководители и сотрудники, однако большинство этих организаций ждут именно волонтеров, привлекаемых на добровольной основе, а специалист по работе с молодёжью – сотрудник, которому необходима заработная плата. Даже если этой организации нужен новый управляющий/координатор/администратор и т.д., которому НКО или фонд готовы платить, вероятнее всего, этого сотрудника возьмут из активных волонтеров, которые уже проявили себя, не давая объявление о найме где-либо. И правда, поиски на сервисах «Фарпост» [15], «Google вакансии» [16] и «hh.ru» [17] по Приморскому краю не дали никаких результатов – формулировка «организатор работы с молодёжью» не встречается на данных сайтах. Однако нельзя не отметить, что профессия организатор работы с молодёжью включает в себя множество различных компетенций, а значит предполагает возможность работы педагогом-организатором, социальным-педагогом, организатором в event сфере, управляющим и др. Но это не отменяет того факта, что в Приморском крае отсутствуют вакансии специалистов работы с молодёжью на сайтах по поиску работы. Соответственно, можно сделать вывод, что для дальнейшего успешного трудоустройства будущему специалисту по работе с молодёжью необходимо проявлять себя в различных молодёжных, волонтерских и образовательных организациях еще во время студенчества для приобретения опыта и новых социальных связей. Данные результаты типичны для многих регионов России – их отмечают такие исследователи, как Т.Э. Петрова [18, с. 291-294], Подъячев К.В. и Халий И.А. [19, с. 263—276].

Однако есть и другие причины, почему специалисты по работе с молодёжью не работают по специальности. Первая, как уже было сказано – отсутствие вакансий и сложность в поиске работы. Вторая – низкая заработная плата, недостаточная для реализации всех потребностей молодого человека и, например, обеспечения молодой семьи [20]. Третья причина – стрессогенность профессии. Титова О.В. [21] пишет, что работа с молодёжью, требующая от специалистов данной сферы постоянной вовлеченности, ответственности, зачастую эмоционально напряженная, может стать стрессогенной для молодых специалистов (синдром профессионального выгорания, снижение самооценки, стрессовые состояния и др.), что приводит к снижению результатов работы, а также явлению профессиональной регрессии, увольнению по собственному желанию молодыми специалистами. Поэтому руководителям молодёжных организаций очень важно уделять должное внимание мотивации своих сотрудников – организаторов работы с молодёжью.

Следовательно, можно сделать вывод, что специалист по работе с молодёжью – важнейшая профессия 21 века. Данная специальность является востребованной и актуальной, однако малоизученной и знакомой обычному работодателю, ввиду чего вы-

пускнику данного направления не всегда легко трудоустроиться по профессии. Данная проблема может быть решена локальна самим выпускником: изучение молодежных организаций своего города/края, проявление инициативы и активности в данных организациях, поиск работы по смежным, более привычным направлениям – педагог-организатор, социальный-педагог и др. Но также эта проблема должна решаться глобально: ВУЗам необходимо улучшить процесс информирования возможных работодателей о направлении подготовки «организация работы с молодёжью», и информирования студентов о гипотетических местах работы. На уровне государства необходимо расширить штаты сотрудников молодёжных отделов, управлений и департаментов, что увеличит количество рабочих мест, снизит текучесть кадров и даст возможность развития потенциала молодых специалистов по работе с молодёжью. Также стоит поддерживать открытие новых НКО, благотворительных фондов, образовательных, просветительских и волонтерских организаций, что также даст рабочие места специалистам по работе с молодёжью.

В качестве основного эмпирического инструмента исследования был выбран метод качественного исследования или экспертного интервью, для которого был разработан гайд. Для дальнейшего анализа интервью были выбраны только несколько вопросов, связанных напрямую или опосредованно с мнением работников с молодёжью о востребованности специалистов по работе с молодёжью на рынке труда.

Для опроса были выбраны следующие кандидаты:

1. Ковбас Роман - проректор по молодёжной политике и воспитательной работе ВВГУ.

2. Тарасенко Наталья – директор центра волонтеров ВВГУ.

3. Нестуля Валентина – сотрудник агентства проектного управления ПК.

4. Гаджимурадов Руслан – комиссар ПРО РСО.

5. Пряженников Максим – генеральный директор частного учреждения «Приморский краевой дом молодежи».

6. Ларионова Вероника – руководитель различных молодёжных проектов.

7. Сохненко Владимир – начальник отдела поддержки молодёжных НКО в АНО «центр содействия развитию молодёжи».

8. Регурецкая Марина – специалист по развитию добровольческой деятельности в регионе в АНО "Центр содействия развитию молодёжи Приморского края".

9. Матлин Сергей - учредитель АНО "Центр развития молодежного творчества в Приморском крае".

Все эти люди связаны с молодёжной политикой, но занимаются разными видами деятельности: организация мероприятий, поддержка молодёжных инициатив, создание площадок для реализации молодёжи и др., что подтверждает нашу идею о том, что организатор работы с молодёжью многозадачен.

Мы задали экспертам вопрос: «Востребованы ли, по их мнению, организаторы работы с молодёжью на рынке труда?».

Ответы на этот вопрос представлены в таблице ниже (таблица 1).

Таблица 1 - Востребованность специалистов по работе с молодёжью на рынке труда по мнению экспертов в молодёжной политике

Является ли специалист по работе с молодёжью востребованным на рынке труда? А в вашей сфере деятельности?	
Ковбас Роман	Людей после работы с молодёжью, после блока работы в молодёжке зачастую забирают в различные компании, и коммерческие, и государственные структуры, потому что понимают, что это люди с очень гибким умом и быстро реагируют на разные ситуации. Когда им ставят задачу, они не говорят, почему это нельзя сделать, – они находят пути решения максимально быстро и максимально эффективно.

<p>Является ли специалист по работе с молодежью востребованным на рынке труда? А в вашей сфере деятельности?</p>	
Тарасенко Наталья	<p>Да, естественно. Я считаю, что работа в молодежной политике никогда не перестанет быть актуальной. Люди, которые приходят в эту сферу, – всегда очень нужны – каждый особенный, каждый может привнести что-то свое, и это толчок для того, чтобы, собственно, в нашей стране что-то менялось к лучшему.</p>
Нестуля Валентина	<p>Это всегда будет востребовано на рынке труда, потому что организовать молодежь – это самое важное. Потому что именно молодежь обладает какими-то новыми скиллами, новыми возможностями, начиная от полетов куда-нибудь и заканчивая какой-то работой, потому что обучить какую-нибудь 40-летнюю бабушку работе в СММ – это достаточно трудно. А студент – молодежь любая – это сделает.</p> <p>В моей сфере деятельности – да, нужны и они важны, на самом-то деле. Потому что проекты – это про развитие, а развитие и идеи сформированы у молодежи. Потому что, сколько бы ты не изучал какую-то определенную тему, у тебя начнется стагнация и ты не получишь ничего нового.</p>
Гаджимурадов Руслан	<p>Ну, вообще, как факт – да. Ну, то есть не хватает специалистов, особенно в муниципалитетах, если вы выйдете за пределы города Владивостока, к сожалению, единицы могут адекватно прорабатывать работу с молодежью. Но как обстоят дела на самом деле: мало специалистов, которые повышают свою квалификацию, мало молодых специалистов, потому что очень часто всех забирают либо в центр, ну, в Москву, либо они остаются здесь вот на местах в крае, там, Владивосток, ДВФУ – у нас самые такие центры притяжения активной молодежи, которая более менее в чем-то прямо понимает и соотносится – в муниципалитетах с этим слабовато, вот, по опыту говорю, когда ездим по муниципалитетам очень ну, иногда очень грустно, потому что у людей есть желание, но нет подготовки, вот.</p> <p>В моей сфере деятельности... Ну я, допустим, не специалист, но было бы круто в штате иметь человека, который специально заточен под те или иные функции. Допустим, вы учитесь на своей прекрасной специальности, вы знаете некоторые нюансы, а мне всё методом проб и ошибок, т.е., не имея нормативной базы, естественно это сложно. Ты просто на ощупь делаешь, как чувствуешь и всё, это немножечко неправильный подход, но он такой есть.</p>
Пряженников Максим	<p>Умеренно востребован. Работа с молодежью нужна, но потребность в штатных специалистах пока недостаточно оформилась.</p>
Ларионова Вероника	<p>На мой взгляд, сейчас это не самая востребованная специальность, больше уходит в патриотизм. Люди, которые должны сопровождать молодежные инициативы (в самом их безграничном формате) не очень нужны. Но реализуя проекты и гранты можно жить в своё удовольствие. Но это требует усилий.</p> <p>Я бы рассматривала эту специальность как некую форму получения навыков: организации мероприятий, коммуникации с разными людьми и прочее, соответственно, с точки зрения этих навыков это крутая специальность. Она поможет потом много где в работе. То есть можно пойти потом специалистом по молодежной политике, отработать какое-то время с молодежью, а в целом потом перестроиться на работу любого уровня с любыми людьми, в любом, условно, сервисе, менеджерскую историю. То есть эта специальность это позволит сделать.</p>
Сохненко Владимир	<p>Честно говоря, вот сейчас как начальник отдела поддержки молодежных некоммерческих организаций у меня не складывается ощущение, что специалист по работе с молодежью прямо востребованный специалист на рынке труда. У нас в ВУЗах начинают вводить специальных проректоров, которые отвечают за реализацию молодежной политики, соответственно, увеличивается штат. Мы сейчас в муниципалитетах по поручению губернатора ПК Кожемяко Олега Николаевича рассматриваем вопрос о увеличении штата сотрудников, которые реализуют молодежную политику. Но тем не менее, далеко</p>

Является ли специалист по работе с молодежью востребованным на рынке труда? А в вашей сфере деятельности?	
	не в каждом муниципальном образовании, которых у нас 34 на сегодняшний день, есть специалисты, которые занимаются чисто молодёжной политикой. Он работает в области культуры, спорта, туризма, где-то еще. Поэтому в целом это говорит о том, что на сегодняшний день система у нас еще не выстроена таким образом, что у нас есть прям потребность в специалистах. Но мы надеемся, что в ближайшее время ситуация изменится и мы будем сражаться за прекрасные кадры.
Регурецкая Марина	Да.
Матлин Сергей	Думаю, что такая формулировка названия специальности не очень привлекательна для работодателя. Потому что выглядит немного несерьезно. Причина чему - несерьезное отношение государства к молодёжной политике. Но есть другая сторона медали. По большому счету, работодателю всё равно, что написано в дипломе. Его интересуют компетенции и навыки специалиста. У хороших специалистов по делам молодежи эти качества точно выше среднего. Но хорошие - это те, кто уже поработал, кто уже проявил себя - или в муниципальных/государственных органах, или на уровне своего вуза, или в молодёжных общественных организациях. Но как-то так получается, что проявляют там себя как раз не те люди, кто обучается на этой специальности. Мне как событийному менеджеру вообще всё равно, какая специальность у человека. Главное – это его умения и готовность развиваться. Кстати, сам я врач по первому образованию.

Таким образом, респонденты подтверждают представленные в первой главе мнения о востребованности специалистов на рынке труда – каждый говорит о том, что с компетенциями организатора работы с молодёжью можно дальше работать в любой сфере, так как они «выше среднего», однако эти компетенции приобретаются с опытом организации мероприятий, коммуникации, грантовой деятельности, управления персоналом, а не только благодаря обучению в ВУЗе. А ввиду современных реалий на арене Российской молодёжной политики сформировалось «несерьезное отношение к молодёжи», ввиду чего найти работу по специальности выпускнику-организатору работы с молодёжью достаточно сложно, особенно если он не проявлял активность во время обучения, так как рабочих мест мало, или они находятся в муниципалитетах, откуда молодёжь скорее уезжает, чем стремится работать. Однако практически все респонденты всё же упомянули о важности профессии, которой они посвятили себя, и выразили надежду на улучшение ситуации в будущем.

Специалисты по работе с молодёжью – лица, чья значимость очевидна в современном мире для всех структур, так или иначе взаимодействующих с молодёжью. Однако вопрос о реальной востребованности этих кадров всё еще стоит достаточно остро ввиду новизны профессии и недостаточного уровня информированности работодателей о данной специальности.

Данная работа решает проблему отсутствия исследований о востребованности специалистов по работе с молодёжью на рынке труда в РФ в целом, и в Приморском крае в частности и дает возможность комплексно оценить данную ситуацию благодаря теоретическому и эмпирическому исследованиям. Таким образом, были успешно выполнены цель и все поставленные задачи – был выявлен умеренный уровень востребованности специалистов по работе с молодёжью на рынке труда в РФ, посредством:

1) выявления вакансий «Организатор работы с молодёжью» на разных сайтах по поиску работы, который показал, что на Дальнем Востоке специалистам данного направления подготовки невозможно найти работу по специальности, используя только биржи труда;

2) анализа научных статей и периодических изданий, которые свидетельствуют о важности профессии «организатор работы с молодёжью», но отмечают немало проблем, связанных с этой специальностью, например, стрессогенность данного вида труда, которая провоцирует текучесть кадров в организациях, низкие зарплаты, недостаток опыта и профильных знаний, влияющих на возможности трудоустройства и выполнение своих обязанностей и др.;

3) анализа результатов экспертного интервью практикующих специалистов по работе с молодёжью, которые также подтвердили изначально сформулированную авторами гипотезу: специалисты по работе с молодёжью необходимы на рынке, но потребность в штатных сотрудниках на данный момент низкая.

Помимо этого было проанализировано мнение специалистов по работе с молодёжью о востребованности их профессии на рынке труда: треть экспертов отмечают, что не видят яркой потребности в кадрах и отмечают отсутствие рабочих мест, но выражают надежду на изменение ситуации в будущем, двое экспертов говорят о нехватке специалистов по работе с молодёжью в муниципалитетах, но согласны с предыдущими экспертами по поводу ситуации в целом. Однако большая часть опрошенных считают организацию работы с молодёжью важной и актуальной всегда профессией и призывают учиться на данном направлении подготовки. Все эксперты, однако, сошлись во мнении, что наиболее эффективный способ поиска работы для организатора работы с молодёжью – проявлять активность в студенческих объединениях и расти по карьерной лестнице от активиста-добровольца вплоть до руководителя организации еще во время обучения.

Полученные результаты исследования могут быть полезны абитуриентам, планирующим сделать выбор в пользу направления подготовки бакалавриата 39.03.03 «Организация работы с молодёжью», студентам и выпускникам данного направления для облегчения поиска дальнейшего места работы, преподавателям ВУЗов, обучающих организаторов работы с молодёжью, уже практикующим специалистам для комплексного подхода к мотивации своих сотрудников, и, безусловно, представителям власти, в чьих полномочиях изменение ситуации на рынке труда, связанной с востребованностью специалистов по работе с молодёжью.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Плугарь, О. А. Молодежь как социальная группа: определение, социально-демографические характеристики и перспективные направления исследования // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. С. 674.

2. В.В. Путин провел заседание организационного комитета по проведению в России Года молодежи // Правительство Российской Федерации: официальный сайт. URL: <http://archive.government.ru/docs/3431/print/> (дата обращения: 10.10.2022).

3. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 12 августа 2003 г. N 3310 «Об эксперименте по созданию специальности “Организация работы с молодёжью”» // Кодекс: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901878868> (дата обращения: 10.10.2022).

4. Веселкина А. А., Нелидкин А. М. Формирование кадрового потенциала органов реализации молодёжной политики // Социально-экономические аспекты развития современного общества. Рязань, 2013. С. 17–21.

5. Перенимая опыт и традиции: как в ГК ТАИФ выстроена работа с молодыми кадрами // Реальное время: интернет-газета. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/149546-kadrovaya-politika-raboty-s-molodezhyu-v-kompaniyah-gruppu-taif> (дата обращения: 10.10.2022).

6. Социология молодёжи. Энциклопедический словарь / Отв. ред. Ю. А. Зубок, В. И. Чупров. М.: Academia. 2008. С. 267-269.

7. Целищева, З. А. Степень востребованности специалистов "организация работы с молодежью" на рынке труда // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы : материалы III Всероссийской научно-практической конференции, Нижневартовск, 07 февраля 2014 г. / Ответственный редактор А. В. Коричко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Департамент образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Нижневартовский государственный университет. Нижневартовск : Нижневартовский государственный университет, 2014. С. 235.

8. Савицкая, В. В. Положение современной Российской молодежи в сфере трудоустройства и занятости // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы : материалы III Всероссийской научно-практической конференции, Нижневартовск, 07 февраля 2014 года / Ответственный редактор А. В. Коричко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Департамент образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, Нижневартовский государственный университет. Нижневартовск : Нижневартовский государственный университет, 2014. С. 229-231.

9. Мерзлякова, Г. В. Качественный / социальный портрет современного специалиста по организации работы с молодежью: экспертная оценка // Актуальные проблемы развития государственной молодежной политики, Ижевск, 15 июня 2020 года. Ижевск : Издательский дом "Удмуртский университет". 2020. С. 55-61.

10. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью (уровень бакалавриата) : Приказ Министерства образования и науки РФ от 20.10.2015 №1173. Доступ из справочно-правовой системы КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188777/ (дата обращения: 10.10.2022).

11. Официальная статистика // Приморскстат : территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю : сайт. URL: <https://primstat.gks.ru/statistic> (дата обращения: 10.10.2022).

12. Департамент по делам молодежи // Правительство Приморского края. 2021. URL: <https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/youth/> (дата обращения: 10.10.2022).

13. Молодёжь Приморья // Центр содействия молодёжи. URL: <https://molodezh-prim.ru/> (дата обращения: 10.10.2022).

14. Общественные молодёжные организации // VL.ru : справочник компаний. URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/government-utilities/social-activity/public-organizations?public-ac-youth=1> (дата обращения: 10.10.2022).

15. Работа: вакансии организатора во Владивостоке // Интернет-барахолка Фарпост 1997 – 2022. URL: <https://www.farpost.ru/vladivostok/job/vacancy/> (дата обращения: 10.10.2022).

16. Вакансия Организатор работы с молодёжью // Google вакансии. URL: <https://www.google.com/search?q=> (дата обращения: 10.10.2022).

17. Вакансия Организатор работы с молодёжью // Группа компаний HeadHunter. URL: <https://vladivostok.hh.ru/search/vacancy?text=> (дата обращения: 10.10.2022).

18. Петрова, Т. Э. Молодежная политика в России на современном этапе // Молодежь и молодежная политика: новые смыслы и практики : под редакцией С. В. Рязанцева, Т.К. Ростовской . Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Экон-Информ", 2019. С. 291-294.

19. Подъячев К. В., Халий И. А. Государственная молодежная политика в современной России: концепт и реалии // Вестник РУДН. Серия : СОЦИОЛОГИЯ. 2020. Т. 20. № 2. С. 263-276.

20. О специалистах по работе с молодежью. Справочный материал // Методобъединение : методическое объединение библиотек и организаций. URL: https://vmo.rgub.ru/files/4_o_spez_po_rabote_s_molod-781-2.pdf (дата обращения: 10.10.2022).

21. Титова, В. О. Кадровые проблемы становления системы организации работы с молодежью в России // Перспективы развития научных исследований в 21 веке : сборник материалов XI Международная научно-практическая конференция, Махачкала, 30 июня 2016 года. Махачкала : Общество с ограниченной ответственностью "Апробация", 2016. С. 181-183.

УДК 004.891

Прохоров Кирилл Константинович, студент, Комсомольский-на-Амуре Государственный Университет.

Prokhorov Kirill Konstantinovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University.

Бажеряну Виктория Васильевна, аспирант, Комсомольский-на-Амуре Государственный Университет.

Bazheryanu Viktoriia Vasilevna, postgraduate of Komsomolsk-na-Amure State University.

Сизинцева Анна Сергеевна, кандидат технических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре Государственный Университет.

Sizintseva Anna Sergeevna, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ

SOCIALIZATION AND ADAPTATION AS THE BASIS OF SECURITY IN THE COLLECTIVE

Аннотация. В работе рассматривается регламент, направленный на процесс адаптации нового работника в коллективе; цель его – повышение безопасности и производительности работника. Чем выше уровень социального взаимодействия человека, тем лучше ему удастся коммуницировать с другими людьми и адаптироваться в коллективе. Также социализация оказывает сильное влияние на безопасность.

Abstract. The paper discusses the regulations aimed at the process of adaptation of a new employee in a team, in order to improve safety in the team and increase employee productivity.

Ключевые слова: регламент, безопасность, социализация, адаптация. The higher the level of a person's social interaction, the better he manages to communicate with other people and adapt in a team. Socialization also has a strong impact on security.

Key words: regulations, safety, socialization, adaptation.

Практически на всех этапах своей жизни человек учится социальному взаимодействию. Социализация – система взаимообусловленных социальных действий, связанных циклической зависимостью, при которой действие одного субъекта является одновременно причиной и следствием ответных действий других субъектов. Социальное взаимодействие человека начинает свое формирование с раннего детства, от родителей до случайных прохожих на улице. Чем выше уровень социального взаимодействия человека, тем лучше ему удастся коммуницировать с другими людьми и адаптироваться в коллективе. Также социализация оказывает сильное влияние на безопасность. Ведь проблема безопасности в обществе неразрывно связана с развитием и пре-

быванием человека в социальных условиях. Чем больше человек адаптирован для общества и чем стабильнее его эмоциональный фон, тем безопаснее он для общества. Социальное взаимодействие очень сильно проявляется на работе, когда человек вступает в различные социальные процессы с другими сотрудниками, но, к сожалению, не все люди очень хорошо социализированы, и часто возникают конфликтные ситуации.

Разумеется, одним из важнейших условий для работы предприятия является квалифицированный персонал. При отборе на работу потенциального работника большинство работодателей смотрит в основном на профессиональные компетенции кандидата, и после того, как кандидата принимают на работу, в большинстве случаев ведется контроль только за его продуктивностью и выполнением им его непосредственных обязанностей. Но за его ментальным и психологическим состоянием зачастую перестают следить, а это, в свою очередь, ведет к снижению его результативности как работника, а в худшем случае возникают конфликтные ситуации, и работать с таким человеком в коллективе становится небезопасно. Как известно, менее компетентный, но чувствующий себя комфортно в психологическом плане работник, будет показывать более высокие результаты, нежели профессионал, не испытывающий комфорт на рабочем месте. Для предоставления возможности контроля за психологическим состоянием предлагается использовать специализированный регламент, который направлен на повышение контроля за психологической составляющей персонала.

Разрабатываемый регламент должен включать в себя урегулирование всех существующих проблем на предприятии, а также не нарушать уже существующие элементы.

Состав регламента:

1. Этап собеседования в отделе кадров.

Медицинское соответствие (Прохождение полного обследования и предоставления всех необходимых справок для трудоустройства).

Если профессия техническая, необходимо подтверждение квалификации, а также прохождение тестирования на квалификационную категорию. Если же профессия не техническая, то в зависимости от квалификации необходимо в дальнейшем отправлять работника на дополнительное обучение.

2. Этап собеседования с руководителем.

Оценка заинтересованности потенциального кандидата в работе и его личностная оценка. Подобное оценивание происходит путем неформальной беседы и уточнения каких-то индивидуальных элементов и заинтересованности кандидата для более эффективного использования работника.

Руководитель должен иметь четкое понимание того, сколько своего времени он готов инвестировать в работника для его обучения.

3. Этап адаптации.

Адаптация происходит в несколько этапов.

Знакомство с коллективом.

Неделя обучения (Руководитель обучает работника основным рабочим процессам).

Неделя самостоятельной работы (Работник после обучения сам вникает в рабочие процессы).

Неделя начала работы (Работник начинает осваивать основные процессы).

4. Этап работа с коллективом.

Если возникают стрессовые ситуации, работник идет к руководителю и рассказывает ему о ситуации.

Если руководитель видит, что сотрудник заинтересован в повышении и стремится к этому, он направляет его в центр обучения персонала. В центре обучения персонала сотрудник проходит выбранные курсы повышения квалификации, основанные на составленной матрице компетенции. Матрицу компетенций (таблица 1) создает каждый руководитель отдела в зависимости от потребностей и специфики работы отдела.

Таблица 1 – Матрица компетенций

Компетенции Профессии	Компетенция 1	Компетенция 2	Компетенция 3	Компетенция 4	Компетенция 5
Профессия 1	1			3	5
Профессия 2	1	2		4	
Профессия 3			5	2	1
Профессия 4	3		5		
Профессия 5	4	5			2

Как видно из таблицы, для каждой профессии существует определенный набор компетенций с разным уровнем важности. Например, для профессии один приоритетны первая, четвертая и пятая компетенция. Уровень важности оценивается по шкале от 1 до 5. Чем выше оценка, тем важнее компетенция для данной профессии.

По результатам обучения создается специальный тест, основной частью которого являются вопросы, составленные руководителем.

Также должны проводиться раз в три месяца тематические тренинги по командообразованию для сплочения коллектива, по завершении тренингов центр обучения формирует отчеты результатов тренингов. Необходимо проводить тематические тренинги, но разделять работников по возрастным категориям.

В связи со всем вышесказанным можно отметить, что данный регламент позволяет изначально подобрать наиболее результативное с точки зрения работы и наиболее комфортное по эмоциональному фону рабочее место для сотрудника. Правильно подобранное рабочее место замедлит падение результативности сотрудника и даже обеспечит ее рост. Благодаря системе постоянного тренинга будет производиться социальная адаптация в коллективе, что приведет к снижению риска возникновения конфликтных ситуаций. За счет тренингов эмоциональный фон сотрудника не будет подвержен негативным эмоциям и не создаст деструктивную обстановку, а скорее, наоборот, будет направлен на конструктивное развитие работника. Если же результативность сотрудника начнет падать, можно снова провести тестирование и определить благоприятное рабочее место.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сизинцева, А. С. Особенности анализа и описания производственного конфликта как результата некорректного коммуникативного взаимодействия в русскоязычном коллективе // Казанская наука. 2022. № 6. С. 66-69.

2. Прохоров, К. К. Разработка интеллектуальной системы оценки профиля пользователя // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : материалы V Всероссийской национальной научной конференции молодых учёных. В 4-х частях, Комсомольск-на-Амуре, 11–15 апреля 2022 года / Редколлегия: А. В. Космынин (отв. ред.) [и др.]. Том Часть 1. Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2022. С. 239-242.

3. Гончарова, С. А. Оптимизация трудовой деятельности персонала предприятия, находящегося на рабочем месте в положении сидя // Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство: сборник научных статей по итогам второй международной научной конференции, Казань, 30 марта 2019 года. Казань: ООО «Конверт», 2019. С. 120-122.

4. Гончарова, С. А. Разработка роботизированного корректора с автоматически изменяющимся профилем для повышения качества работы сотрудников на производ-

стве // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : материалы II Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Комсомольск-на-Амуре, 08–12 апреля 2019 года. Том Часть 1. Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2019. С. 285-288.

5. Соколова, В. С. Бизнес планирование инновационно-технологического проекта // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований : материалы IV Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. В 4-х частях, Комсомольск-на-Амуре, 12–16 апреля 2021 года. Том Часть 2. Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2021. С. 250-252.

УДК 658.155

Ракитин Алексей Юрьевич, магистрант, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Rakitin Aleksey Yurievich, master student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ларченко Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Проектирование, управление и разработка информационных систем», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Larchenko Yulia Gennadiyevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of “Design, Management and Development of Information Systems Department”, Komsomolsk-na-Amure State University

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ОПЕРАЦИОННОЙ ПРИБЫЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

FACTOR ANALYSIS OF OPERATING PROFIT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Аннотация. В статье проведен факторный анализ операционной прибыли промышленного предприятия (АО «Полиметалл») за 2021-2020 гг. методом цепных подстановок. Основная цель исследования – это выявить в первую очередь факторы / индикаторы, которые оказывают отрицательное влияние на динамику прибыли предприятия от основной деятельности. Метод цепных подстановок является одним из известных инструментов экономического анализа результирующих показателей деятельности предприятия. Он основан на построении экономико-математической модели и установлении причинно-следственных связей между зависимой и независимыми переменными. В заключение работы формулируются выводы анализа и предлагаются возможные мероприятия по нивелированию отрицательного влияния конкретных факторов.

Abstract. The article provides a factorial analysis of the operating profit of an industrial enterprise (JSC Polymetal) for 2021-2020 using the chain substitution method. The main purpose of the study is to identify, first of all, the factors / indicators that have a negative impact on the dynamics of the enterprise's profit from its core activities. The chain substitution method is one of the well-known tools for economic analysis of the resulting indicators of an enterprise's activity. It is based on the construction of an economic and mathematical model and the establishment of causal relationships between dependent and independent variables. At the end of the work, the conclusions of the analysis are formulated and possible measures are proposed to level the negative impact of specific factors.

Ключевые слова: метод цепных постановок, операционная прибыль, предприятие.

Key words: chain setting method, operating profit, enterprise.

АО «Полиметалл» является одним из ведущих промышленных предприятий мира по добыче драгоценных металлов. Активы холдинга насчитывают порядка десяти действующих предприятий в России и Казахстане. За последние три года объем производство в золотом эквиваленте увеличился на 2,8 % и составил 1677 тысяч унций, что обеспечило средний прирост операционной прибыли за указанный период на 32,3 %. Необходимо отметить, что фактический цепной прирост прибыли был получен только в 2020 г. по отношению к 2019 г. (80,4 %). При этом в 2021 г. операционная прибыль предприятия снизилась на 226 млн долларов (15,8 %). Таким образом, актуальной задачей исследования становится установление причин отрицательной динамики операционной прибыли предприятия в 2021 году по сравнению с 2020 г.

В таблице 1 представлены основные показатели, участвующие в формировании операционной прибыли АО «Полиметалл», и проведен факторный анализ финансового результата [5].

По результатам проведенного факторного анализа выявлены основные показатели, оказывающее отрицательное влияние на изменение операционной прибыли [2, 4].

Таблица 1 — Факторный анализ операционной прибыли АО «Полиметалл»

Показатель	2021	2020	Влияние, млн р.
1 Выручка	2890	2865	25
2 Себестоимость реализации	1307	1129	-178
2.1 Расходы на добычу	677	580	-97
в т.ч.	-	-	-
услуги	254	205	-49
расходные материалы и запчасти	126	112	-14
оплата труда	130	117	-13
прочие расходы	6	3	-3
износ и амортизация производственных активов	161	143	-18
2.2 Расходы на переработку	451	413	-38
в т.ч.	-	-	-
услуги	145	136	-9
расходные материалы и запчасти	164	149	-15
оплата труда	72	64	-8
прочие расходы	2	1	-1
износ и амортизация производственных активов	68	63	-5
2.3 Приобретение руды и концентратов	130	106	-24
2.4 Налог на добычу полезных ископаемых	152	142	-10
2.5 Расходы на рекультивацию	2	-1	-3
2.6 Увеличение запасов металлопродукции	-132	-127	5
2.7 Снижение стоимости запасов до возможной чистой стоимости реализации	24	6	-18
2.8 Восстановление / списание стоимости ТМЦ до чистой стоимости реализации	0	8	8
2.9 Расходы, связанные с простоем производства, и сверхнормативные производственные расходы	3	2	-1
3 Валовая прибыль	1583	1736	-
4 Общехозяйственные, коммерческие и административные расходы	226	184	-42
4.1 Оплата труда	171	139	-32
4.2 Выплаты на основе акций	16	15	-1
4.3 Услуги	10	5	-5
4.4 Амортизация	8	7	-1
4.5 Прочие расходы	21	18	-3
5 Чистые прочие операционные расходы	149	124	-25

Показатель	2021	2020	Влияние, млн р.
5.1 Расходы на геологоразведку	72	51	-21
5.2 Социальные выплаты	28	28	0
5.3 Резерв на инвестиции в Особой экономической зоне	20	18	-2
5.4 Налоги (кроме налога на прибыль)	11	15	4
5.5 Изменения в оценках обязательств по восстановлению окружающей среды	2	-3	-5
5.6 Дополнительные начисления налогов, штрафы и пени	-1	-2	-1
5.7 Прочие расходы	17	17	0
6 Восстановление ранее признанного убытка от обесценивания	0	8	-8
7 Доля в убытке зависимых и совместных предприятий	0	-2	2
8 Операционная прибыль	1208	1434	-226

Так увеличение расходов на добычу и переработку вследствие открытия новых участков и развития существующих предприятий посредством наращивания их производственных мощностей привели к уменьшению операционной прибыли АО «Полиметалл» в общей сумме на 135 млн долларов. Отметим, что указанные расходы носят перспективный характер, направлены на интенсификацию производства и усиление финансовой стабильности предприятия в перспективе.

Кроме расходов на добычу и переработку на снижение операционной прибыли предприятия повлияли: рост затрат на приобретение руды и концентратов (24 млн долларов); рост снижения стоимости запасов до возможной чистой стоимости реализации (18 млн долларов); увеличение налога на добычу полезных ископаемых (10 млн долларов). Динамику данных показателей также, как и ранее описанных факторов следует рассматривать в рамках обеспечения и реализации стратегии устойчивого развития предприятия.

Среди прочих факторов, рост которых привел к уменьшению операционной прибыли АО «Полиметалл», следует выделить общехозяйственные, коммерческие и административные расходы и чистые прочие операционные расходы. Их совокупное влияние привело к уменьшению анализируемого показателя на 67 млн долларов. В составе этих групповых показателей наибольший удельный вес в отрицательной динамике операционной прибыли имеют расходы на оплату труда и на геологоразведку (53 млн долларов и 79,1 % соответственно).

К ключевому фактору, изменение которого обеспечило рост операционной прибыли, относится выручка (25 млн долларов).

В ходе проведенного факторного анализа получены следующие выводы:

- рост большинства операционных затрат АО «Полиметалл» связан со строительством новых объектов;

- рост выручки нивелировал потери операционной прибыли предприятия на 11 %.

Таким образом подтверждено, что все стратегические усилия АО «Полиметалл» направлены на производственную концепцию развития, связанную с наращиванием своих активов [1, 3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бережной, С. А. Анализ эффективности управления материальными ресурсами на предприятиях нефтеперерабатывающей отрасли // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2022. № 6(62). С. 108-113. DOI 10.17084/20764359-2022-62-108.

2. Козлова, Е. И. Использование факторного анализа прибыли и рентабельности для обоснования мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия // Управленческий учет. 2021. № 12-2. С. 509-516. DOI 10.25806/uu12-22021509-516.

3. Усанов, И. Г. Моделирование валового регионального продукта // Производственные технологии будущего: от создания к внедрению: материалы Международной научно-практической конференции, Комсомольск-на-Амуре, 14 июня 2019 г. Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный университет. 2019. С. 317-320.

4. Цевелев, М. М. Анализ и финансовый контроль источников информации, используемых для диагностики экономического состояния организации // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2020. Т. 2. № 1(41). С. 111-115.

5. polymetalinternational.com // АО «Полиметалл» : сайт. 2022. URL: <https://www.polymetalinternational.com> (дата обращения: 29.10.2022).

УДК 332.1

Савин Глеб Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, Уральский государственный экономический университет

Savin Gleb Vladimirovich, Ph.D. in Economics, Associate Professor, Ural State University of Economics

Савина Валерия Владимировна, преподаватель, Уральский государственный экономический университет

Savina Valeria Vladimirovna, Lecturer, Ural State University of Economics

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАСПРЕДЕЛЕННОГО РЕЕСТРА ДАННЫХ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ЦИФРОВОГО ТИПА

USING DISTRIBUTED DATA REGISTRY TECHNOLOGY IN A DIGITAL TYPE TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEM

Аннотация. Развитие технологии Blockchain в логистике позволяет отследить движение от производителя до потребителя, оптимизировать цепочки поставок, избежать неточности и дублирования в области сбора, анализа и распределения информации, а также обеспечить рост мировой торговли до 15 %, а также рост ВВП – на 5 %. В работе приведен авторский подход по переводу всех операций на технологию распределенного реестра данных с целью создания единой цифровой платформы транспортно-логистической системы с целью повышения скоординированности организации движения и ее развития.

Abstract. The development of Blockchain technology in logistics allows you to track the movement from manufacturer to consumer, optimize supply chains, avoid inaccuracy and duplication in the field of information collection, analysis and distribution, as well as ensure the growth of world trade up to 15 %, as well as GDP growth - by 5 %. The paper provides an author's approach to transferring all operations to the technology of a distributed data register with the goal of creating a single digital platform for the transport and logistics system in order to increase the coordination of traffic organization and its development.

Ключевые слова: транспортно-логистическая система (ТЛС) цифрового типа, цифровая платформа, smart-контракты, умный город.

Key words: digital type transport and logistics system, digital platform, smart contracts, smart city.

Сегодня развитие транспортно-логистической системы умного города требует проработки нового подхода достижения скоординированности взаимодействий экономических агентов. Перспективной основой функционирования сегодня выступает цифровая и интеллектуальная инфраструктура [2], которая обеспечивает заданную скорость передачи информации под потребности экономических агентов, и способствует развитию ТЛС умного города в области координации потоковых процессов при поэтапном развитии цифровых платформ и сервисов [6] формировании интегрированной системы управления. При развитии ТЛС умного города перевод фирм на технологию Blockchain [1, 4, 5, 7] позволяет заменить рутинные операции в области межфункционального и межорганизационного взаимодействия между экономическими агентами и обеспечить их сокращение, а также достоверность передаваемой цифровой информации и ускорить трансформацию системы до архитектуры Web 2.0 (3.0).

Прогнозируя развитие технологий, которые могут кардинально изменить взаимодействия экономических агентов, можно выбрать другой альтернативный путь достижения желаемого или превосходящего необходимый уровень экономического будущего эффекта. С позиции логистики важным является нахождение нужного материального потока в нужное время, место, определенного качества и требуемом количестве с минимальными издержками [5]. Но одновременно, в городах происходит движение пассажиропотоков, которые в совокупности замедляют процесс транспортировки, а также оборачиваемость экономических ресурсов. Развитие адаптивных систем управления движением приносит необходимый эффект [1], но развитие единой цифровой платформы на базе распределенного реестра данных позволит достичь более весомых результатов при меньшем уровне инвестиций.

Развитие данных платформ реализуется в области развития алгоритмов консенсусов (способов обработки информации), развития архитектуры и интеграции различных приложений.

Развертывание контракта на данных платформах является платным (от 40 до 422 \$), но за проведение существуют как платные, так и бесплатные транзакции (до 27\$). Востребованными платформами являются Ethereum, Hyperledger Fabric и EOS, но на отечественном рынке заслуживают внимания российские разработки Waves и Exonum (таблица 1).

Таблица 1 – Универсальные платформы развития smart-контрактов [8]

Платформа	Алгоритм консенсуса	Количество транзакции, в сек.	Публичная сеть	Центр компетенций	Контрибьютеры, ед.
EOS	D-PoS	до 1 275	Есть		192
Ergo	PoW	–		Есть	20
Ethereum	PoW	15			430
Exonum	BFT	5 000		Есть	46
Hashgraph Hedera	DAG	10	Есть		11
Hyperledger Fabric	PBFT	20 000		Есть	187
ICON	BFT	9 000	Есть		11
IOTA	DAG	–	Есть		38
MultiChain	BFT	2,5	Есть		4
NEM	BFT	4 000	Есть		4
OpenChain	BFT	1 000	Есть		1
R3 Corda	BFT	6 300	Есть		151
Tezos	PoS	4 000	Есть		1
Vostok	Various	–		Есть	–
Waves	PoS	1000	Есть	Есть	54

Подчеркнем, что наличие публичной сети является одним из важных факторов развития smart-контрактов, как и доверительного центра компетенций, обеспечивающего инициацию развития платформы, так и количества контрибьютеров, занимающихся разработкой и совершенствованием системы.

ТЛС умного города должна использовать гибридную систему, которая включает как открытые, так и закрытые smart-контракты, но основные усилия необходимо направить на формирование открытой архитектуры, что позволит привлечь больше потребителей для поддержки и ее развития.

В итоге, в области распределенного реестра данных необходимость внедрения «регуляторных песочниц» является общей тенденцией для тестирования готовых решений в области развития smart-контрактов транспортно-логистической системы. При этом данный подход позволяет обеспечить сбор и учет мнений потребителей и более высокий уровень развития надежности инфраструктуры.

Для обеспечения экономической и кибербезопасности [3] формирование системы smart-контрактов ТЛС умного города необходимо предусмотреть на первоначальном этапе фиксированную стоимость токена CITY, чтобы избежать резких скачков курса и спекулятивной составляющей. Помимо этого, требуется обеспечить нодам (от 33 до 51 % количества), участвующих в консенсус алгоритме, более высокую степень защиты. Но проблема выбора универсальной платформы лежит в плоскости не только кибербезопасности, а также использования отечественных продуктов или доработки зарубежных платформ под национальные стандарты. Важным моментом выступает формирование доверительного центра компетенций, наличие SDK (набора средств разработки), а также наличие и развитие субтехнологий в области распределенного реестра данных, а именно, в области обеспечения целостности и непротиворечивости данных, организации и синхронизации данных, а также создания и исполнения децентрализованных приложений и smart-контрактов.

Недостаточная пропускная способность универсальных платформ при развитии smart-контрактов на корпоративных и потребительских рынках сегодня является текущей проблемой ограничивающих их использование, но по прогнозам при использовании шардинга ожидается рост их производительности (увеличение количества транзакций до 100 тыс./сек.) к 2024 г., что кардинально изменит ситуацию и позволит внедрить инновации на перечисленные выше рынки, а также в области перехода на рыночно-дистрибутивную систему в области организации движения.

Технологии распределенного реестра данных сегодня позволяют автоматизировать процессы заказов и управления запасами, тендеры и закупку, минимизировать фальсификацию, а также внедряются в области отслеживания грузов. Их внедрение в ТЛС умного города позволит добиться прозрачности, достоверности информации и сократить операционные затраты для фирм, предприятий муниципального транспорта и потребителя.

Сегодня перевод информации в blockchain систему потребует много времени для формирования достоверных, неизменяемых и прозрачных данных, с этой целью огромное значение приобретают оракулы (программное обеспечение, позволяющее общаться с внешними системами), которые являются частью системного агрегатора.

Развитие smart-контрактов сегодня выступает необходимым элементом обеспечивающих наиболее эффективную транспортировку и переходу к транспортно-логистическим системам нового типа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Balasubramaniam A., Jami G.M.J., Menon V.G., Paul A. Blockchain For Intelligent Transport System // IETE Technical Review. 2020. 31 May. Pp. 1-12.

2. Collado A., Kakderi C., Komninos N., Panori A., Papadaki I. Digital Transformation of City Ecosystems: Platforms Shaping Engagement and Externalities across Vertical Markets // *Journal of Urban Technology*. 2020. vol. 28. Pp. 1-22.
3. Elisa, N., Yang, L., Chao, F. et al. A framework of blockchain-based secure and privacy-preserving E-government system // *Wireless Netw.* 2018.
4. Hammi M. T. [et al.]. Bubbles of Trust: A decentralized blockchain based authentication system for IoT // *Computers & Security*. 2018. № 78. Pp. 126-142.
5. Li Z. [et al.]. A blockchain-based evaluation approach for customer de-livery satisfaction in sustainable urban logistics // *International Journal of Production Research*. 2020. Pp. 1-21.
6. Lopez D., Farooq B. A multi-layered blockchain framework for smart mobility data-markets // *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*. 2020. № 111. Pp. 588-615.
7. Naz M. [et al.]. A Secure Data Sharing Platform Using Blockchain and Interplanetary File System // *Sustainability*. 2019. № 24 (11). P. 7054.
8. В России потратят 36 млрд рублей на развитие блокчейна. Что это даст? URL: https://www.cnews.ru/articles/2020-04-19_v_rossii_potratyat_36_mlrd_rub_na_razvitie (дата обращения: 03.03.2021).

УДК 316.4

Сидорков Дмитрий Владимирович, аспирант, Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

Sidorkov Dmitri Vladimirovich, Postgraduate student, Russian State Social University, Moscow, Russia

Лескова Ирина Валерьевна, научный руководитель: доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой политологии и прикладной политической работы, Российский государственный социальный университет, г. Москва, Россия

Leskova Irina Valeryevna, Supervisor: Doctor of Sociology, Professor, Head of the Department of Political Science and Applied Political Work, Russian State Social University, Moscow, Russia

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ К ФЕНОМЕНУ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

CLASSIFICATION OF APPROACHES TO THE PHENOMENON OF PUBLIC OPINION

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы классификации подходов к социологическому изучению феномена общественного мнения. Изучены различные социологические парадигмы изучения данного феномена. Кратко изложена сущность подходов различных ученых к данному феномену.

Abstract. The article discusses the classification of approaches to the sociological study of the phenomenon of public opinion. Various sociological paradigms of studying this phenomenon have been studied. The essence of the approaches of various scientists to this phenomenon is briefly described.

Ключевые слова: общественное мнение, рационалистический подход, социальный контроль, акторы, коммуникативная теория, спираль молчания, стереотипы.

Key words: public opinion, rationalistic approach, social control, actors, communicative theory, spiral of silence, stereotypes.

В настоящий момент в социологии сформировалось большое количество и разнообразие подходов к изучению феномена «общественного мнения». С учетом того, какую роль в настоящий момент общественное мнение стало играть в вопросах оценки эффективности функционирования органов власти в самых разных государствах, организации политической жизни и диалога власти и общества, наконец влияния на жизнь самого общества в самых разных её аспектах, актуальность вопроса изучения общественного мнения крайне возросла. Однако решая текущие, практические задачи мониторинга общественного мнения, изучения процессов его формирования и трансформации, необходимо критически исследовать и оценить те методологические подходы к феномену общественного мнения, которые уже сформировались и используются современной социологической наукой.

На рубеже XIX – XX вв. сформировался социально – психологический подход к изучению феномена общественного мнения. В этой парадигме работали такие исследователи, как У. Лестер, Г. Лебон, Г. Тард. Эти исследователи указывали на то, что общественное мнение является продуктом деятельности массовых общностей, и тем самым не может существовать сепарировано от своих акторов. Согласно этому подходу, процессы формирования общественного мнения сводятся к массовым проявлениям индивидуальных в своем процессе психологических процессов [1].

В начале XX века начался следующий этап в изучении этого феномена. Появление социологии общественного мнения в качестве самостоятельной социологической дисциплины связано с работами американских социологов У. Липпмана и А. Л. Лоуэлла. Согласно У. Липпману можно определить общественное мнение, как объяснение индивидуумом и социальными группами окружающей реальности, сделанное посредством использования различных стереотипов. Важно отметить, что существует множество стереотипов, что объективно ставит задачу важности интеграции различных мнений, решение которой позволяет реализовать сплочение самых разных социальных групп, имеющих в обществе. Применение же стереотипов для объяснения и оценки окружающей реальности позволяет упростить и значительно ускорить этот процесс для отдельных людей и их групп. Объединение же различных мнений достигается использованием «символов», вызывающих одинаковые чувства у самых разных социальных групп, в результате получается некое интегративное общественное мнение, не противоречащее сложившейся картине мира всех составляющих его групп. Задача формирования и использования интегрирующих символов и стереотипов, согласно У. Липпману, ложится на наиболее влиятельных социальных акторов – политиков, журналистов и т.п. [2].

Изменение парадигмы в социологическом изучении общественного мнения произошло в 30 – 40-х гг. XX вв., начавшись с работы «Восстание масс» Х. Ортеги и Гаскета, в которой была выдвинута идея глобального характера процесса массовизации, и политических последствий данного процесса. С этой работы выделился подход к изучению тоталитарных проявлений общественного мнения, в рамках которого работали представители франкфуртской школы – Т. Адорно, Э. Фромм, Г. Маркузе. В рамках этого подхода развивались такие существенные для понимания общественного мнения идеи и понятия, как авторитарная личность (Т. Адорно), самоотчуждение (Э. Фромм), одиночество (Д. Рисмен). Эти концепции были особенно актуальны в свете существования различных тоталитарных политических режимов, и попыток исследователей и философов объяснить механизмы общественного мнения в подобных политических условиях [1].

Позднее стал формироваться подход к феномену общественного мнения, который определяет его как сложное духовное образование, являющееся формой общественного сознания, характеризующим отношение различных социальных групп к актуальным проблемам. Общественное мнение отражает социальную действительность, а оценки людей соответствуют реальным общественным отношениям, при этом не пред-

ставляет особой важности вопрос, каким образом формируется общественное мнение. Такой подход, в частности, был характерен для советской социологической школы – Б. Грушина, В. Коробейникова, А. Горшкова и др. [1].

Во второй половине XX века, в исследовании феномена общественного мнения сформировался новый подход, основанный на учете и изучении внешних социальных, политических и экономических факторов, детерминирующих его возникновение и развитие. В рамках этого направления возникли положения о взаимосвязи общественного мнения с объективными тенденциями и противоречиями социального развития общества и экономики. Концептуально это направление отличало большее внимание к субъектам, акторам формирующим общественное мнение, и внешним условиям, детерминирующим их действия. Делался упор на полицентричности общественного мнения, и той роли, которую приобретала скорость и возрастающая доступность всех индивидуумов к социальной значимой информации. Это нашло отражение в работах Д. Белла, Г. Блумера, Ж. Эллюль, А. Моль, В. Шрамма. Значительную ценность для разработки проблемы взаимосвязи общественного мнения и политики приобрели идеи имманентности знания и власти (М. Фуко, Ж. Лакан), хаотизации смыслового поля личности в условиях постиндустриальной цивилизации (Ж. Бодрийяр, Ф. Гваттари).

Еще одним важным направлением в исследовании феномена общественного мнения, стали различные теории коммуникативного подхода. К этому направлению относится функциональный подход Н. Лумана, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и концепция политического анализа П. Бурдьё. Французский социолог П. Бурдьё предположил, что общественное мнение выполняет функцию политического манипулирования сознанием людей [3]. Ю. Хабермас сосредоточился на политической реализации общественного мнения, роли, которую общественное мнение играет в системе социальной стратификации современного общества. Н. Луман делает упор на изучении содержания общественного мнения. Н. Луман предположил, что в современном обществе уже не отдельные люди или даже социальные группы формируют общественное мнение. Согласно его концепции, общественное мнение стало формироваться актуальными социальными темами, существующими самостоятельно от их создателей и носителей, и распространяющимся согласно специальным закономерностям [4].

Немецкая социолог Э. Ноэль-Нойман предложила теорию «спирали молчания». Суть ее теории заключается в том, что, наиболее уверенно формируют и высказывают окружающим свое мнение, те социальные акторы, которые предполагают, что они занимают максимально общественно одобряемую социальную позицию. При этом не имеет значения реальная степень социальной поддержки указанного мнения, главное – субъективная уверенность человека в том, что высказываемая им точка зрения разделяется большинством. Как правило, такие люди наиболее социально активны. После этого, за счет страха социальной изоляции, индивиды, придерживающиеся иной социальной позиции, скорее проявят склонность к социальному конформизму, чем попытаются высказать противоположную точку зрения, вступив в социальный конфликт. Это вызывает то, что социально активные акторы, имея поддержку, все активнее и увереннее транслируют свое мнение, даже если в реальности они являются социальным меньшинством. Представители же отличных точек зрения все больше замыкаются [5].

Можно выделить две группы подходов к изучению феномена общественного мнения, каждый из которых основан на своем понимании сущности и функций общественного мнения. Первый подход – рационалистический, согласно которому общественное мнение представляет собой выработанное социальным актором суждение, за счет которого реализуется участие индивида в управлении государством, путем влияния личностей и, объединяющих их социальных групп, на формирование государственной политики в различных сферах, а соответственно на деятельность различных государственных органов. Второй подход предполагает, что общественное мнение представляет собой эффективный механизм социального контроля, осуществляющийся

за счет доминирования иррационального компонента в структуре суждения индивида, из страха перед социальной изоляцией. Это обеспечивает социальную интеграцию и контроль. По сути, оба подхода дополняют друг друга.

Применение рационалистического подхода к объяснению феномена общественного мнения объясняет механизмы участия различных социальных групп в управлении демократическими государствами, механизмы их влияния на выработку различных политических и административных решений различными органами государственной власти, опирающимися на общественную поддержку. С позиций концепции социального контроля, можно более глубоко анализировать процесс формирования и трансформации самого общественного мнения, объяснять различие в этих процессах у разных социальных групп, прогнозировать динамику изменения общественного мнения и его влияния на различные социальные группы за счет учета глубинных факторов его развития.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. М. : ЦСП, 2006. – 488 с.
2. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 374 с.
3. Бурдьё, П. Социология политики: пер. с фр. / Сост. общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.
4. Луман, Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М. : Практис, 2005. – 256 с.
5. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: пер. с нем / Общ. ред. и предисл. Н. С. Мансурова. М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.
6. Мансуров В. А., Петренко Е. С. Изучение общественного мнения / Социология в России / Под ред. В. А. Ядова. М. : Издательство Института социологии РАН, 1998. – 696 с.

УДК 339.923

Сидорков Дмитрий Владимирович, аспирант, Институт географии РАН, Москва, Россия
Sidorkov Dmitri Vladimirovich, Postgraduate student of the Institute of Geography of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Синцеров Леонид Михайлович, кандидат географических наук, заведующий лабораторией Географии мирового развития, Институт географии РАН, г. Москва, Россия
Sintserov Leonid Mikhailovich, Candidate of Geographical Sciences, Head of the Laboratory of Geography of World Development, Institute of Geography of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

ОЦЕНКА ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛИ ГОСУДАРСТВ ЧЛЕНОВ ЕАЭС

MUTUAL TRADE ASSESSMENT THE EAEU MEMBER STATES

Аннотация. Статья посвящена анализу состояния взаимной торговли между государствами – членами ЕАЭС. Исследованы объемы взаимного экспорта государств – членов ЕАЭС, их доля в объемах общего товарооборота ЕАЭС. Показаны тренды развития взаимной торговли в ЕАЭС, имеющиеся проблемы в развитии внутриблоковой торговли, проведено сравнение с другими экономическими объединениями.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the state of mutual trade between the EAEU member states. The volumes of mutual exports of the EAEU member states, their share in the total turnover of the EAEU are studied. The trends in the development of mutual trade in the EAEU, the existing problems in the development of intra-block trade are shown, a comparison with other economic associations is made.

Ключевые слова: ЕАЭС, экономическая интеграция, товарооборот, взаимная торговля, экспорт, интеграционные объединения, экономические союзы

Keywords: EAEU, economic integration, trade turnover, mutual trade, export, integration associations, economic unions

В настоящий момент архитектура мировой экономики базируется на непрерывно идущем процессе развития международной экономической интеграции, с одновременным развитием глобализации мирового хозяйства, что способствуют повышению уровня торгово-экономической активности государств, успешно занимающих свои ниши в указанных процессах, и использующих появляющиеся возможности для развития своей специализации в процессе международного разделения труда. Это позволяет развивать конкурентоспособность отдельного государства или межгосударственного объединения.

Россия принимает активное участие в этих процессах, формируя свою систему регионального экономического сотрудничества на пространстве бывшего СССР, одновременно с этим, пытаясь интегрироваться в мировую экономику. Именно в связи с указанными процессами особую значимость для России приобретает членство в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС). Участие в этом интеграционном объединении, становится особенно важным, как для России, так и для других государств – участников в условиях непрерывно нарастающих противоречий и конфликтов в международной экономической и политической системах. Эти же причины предъявляют и серьезные требования к дееспособности ЕАЭС. В настоящее время ЕАЭС, как экономическое интеграционное объединение, является важным драйвером развития пяти постсоветских государств Евразии, являющихся его членами. Важнейшим элементом функционирования ЕАЭС, является взаимная торговля и экономическая интеграция между странами Союза.

Исследуя товарооборот стран ЕАЭС, необходимо, в первую очередь, оценить товарооборот России со странами ЕАЭС и динамику его изменения. Это связано с тем, что Россия в ЕАЭС является, безусловно, самым емким рынком и одновременно крупнейшим экспортером товаров и услуг. В 2021 г., взаимный товарооборот государств - членов ЕАЭС равнялся 72,6 млрд долл. США, показав неплохой рост в сравнении с предшествующим годом. При этом, 63,1 % от этого объема, или 45,8 млрд долларов, составил экспорт России в государства члены ЕАЭС. Традиционно, приоритетными экспортными направлениями российских товаров в 2021 году, стали Беларусь и Казахстан [1]. Каких-либо изменений в 2021 г. в структуре импорта российских товаров в ЕАЭС не произошло. Как и раньше, максимальный объем в структуре российского экспорта в Беларусь и Казахстан составило различное минеральное сырье, продукция химической промышленности, сельскохозяйственная продукция, а также машины и различное промышленное оборудование. Кооперационные хозяйственные связи предприятий этих трех крупнейших экономик ЕАЭС традиционно хорошо функционируют еще со времен СССР, и российским производителям удалось занять и на протяжении уже 30 лет удерживать крупные ниши на рынках Беларуси и Казахстана, организовав взаимовыгодную экономическую кооперацию с местными производителями.

Если рассматривать товарооборот внутри ЕАЭС, то у Армении, в 2021 г., на Россию, как торгового партнера, пришлось 95 % от экспорта, для Беларуси этот показатель составил 93 %, для Казахстана 88 %, а у Киргизии он был 46 %. Анализ структуры взаимной торговли государств-членов ЕАЭС, отчетливо свидетельствует о небольшом

росте доли России в товарообороте внутри Союза. Так объем товарооборота России с Беларусью и Казахстаном в 2021 г. составил 88 % от совокупного товарооборота между государствами – членами ЕАЭС, а товарооборот России со всеми странами Союза составил уже 95 % от совокупного товарооборота ЕАЭС. Следовательно, доля взаимной торговли Армении, Беларуси, Казахстана и Киргизии в совокупном объеме торговли ЕАЭС составляет лишь 5 % [2]. Это однозначно говорит, что о том, что в организации своей внутриблоковой торговли все страны ЕАЭС ориентируются на Россию, как на основного партнера. Данный факт свидетельствует о том, что, к сожалению, не происходит существенного качественного и количественного развития экономик Армении и Киргизии. В условиях невысоких темпов роста экономик государств ЕАЭС, слабо развиваются новые межгосударственные кооперационные связи между их национальными производителями, практически не происходит изменений в структуре импорта и экспорта по группам товаров.

Это же является показателем того, что за годы существования ЕАЭС, не произошла никакая – либо серьезная трансформация экономик государств Союза, которая бы привела к изменению структуры внутриблоковой торговли. Не были осуществлены планы по развитию экономической специализации государств – участников ЕАЭС, позволившие бы им более полно занять отдельные ниши на рынке ЕАЭС, вытеснив поставщиков из третьих стран, и органично дополнив экономическое и производственное развитие друг друга. Основной статьей товарооборота между государствами ЕАЭС по-прежнему остается минеральное сырье, и топливо, которое отчасти дополняется продукцией химической промышленности, сельскохозяйственной продукции и традиционных поставщиков в сфере машино- и приборостроения. К сожалению, государства ЕАЭС не в полной мере используют те преимущества, которые получают в результате своего участия в региональном экономическом интеграционном объединении.

Необходимо отметить, что в стоимостном выражении, объем взаимных экспортных поставок в ЕАЭС с 2015 г. значительно увеличился, но удельный вес государств - членов во взаимной торговле практически не изменился. Доля российского экспорта в страны ЕАЭС с 2015 г. не изменилась, оставшись на уровне примерно 63 %, а удельный вес взаимной торговли других государств ЕАЭС незначительно вырос с 3,4 до 5 % от совокупного взаимного товарооборота ЕАЭС [1]. Это показывает, что, хотя масштабы торговли в ЕАЭС и нарастают, кардинального перестроения и развития экономик государств ЕАЭС не происходит. Интересна структура товарооборота Беларуси – в 2021 г. 40 % белорусского экспорта пришлось на ЕАЭС [2]. В вопросах активного освоения рынков ЕАЭС и постоянного наращивания экспорта в рамках внутриблоковой торговли Беларусь значительно опережает другие страны союза, демонстрируя эффективное использование преимуществ организации международной торговли внутри интеграционного объединения.

Анализ соотношения взаимного экспорта стран – членов ЕАЭС на фоне совокупного товарооборота Союза также подтверждает преимущественную ориентацию стран Союза на торговлю с внешними партнерами из числа третьих стран. В 2021 г. доля взаимной торговли государств-членов ЕАЭС составила 14,6 % от совокупного товарооборота Союза [2]. Это также убедительно доказывает, что не произошло трансформации экономик стран ЕАЭС с изменением структуры их экономик, углублением экономической интеграции между ними, сопровождающейся развитием внутриблоковой экономической специализации, диверсификации и росту экспортоориентированности их экономик, с одновременным повышением значения экспорта на рынки стран ЕАЭС в сравнении с экспортом в третьи государства.

По соотношению объемов товарооборота внутри Союза к совокупному товарообороту, ЕАЭС серьезно уступает другим интеграционным объединениям. Так, например, по состоянию на 2019 г., доля взаимной торговли в Европейском союзе составляла 61,8 %, в НАФТА – 39,9 %, в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) – 22,7 %, а в Меркосур (общий рынок стран Южной Америки) – 14,1 % [3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Статистика внешней и взаимной торговли товарами ЕАЭС. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/Pages/default.aspx (дата обращения: 11.08.2022).
2. Об итогах внешней и взаимной торговли товарами государств – членов Евразийского экономического союза – экспресс информация. URL: https://eec.eaeunion.org/upload/iblock/d90/Jan_Dec_202021.pdf (дата обращения: 21.09.2022).
3. Бордачев, Т. [и др.] Евразийская экономическая интеграция: перспективы развития и стратегические задачи для России. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 123 с.
2. Коршунов, Д. [и др.] Евразийская экономическая интеграция. Санкт-Петербург : ЦИИ ЕАБР, 2017. – 88 с.
3. Вардомский, Л. Б. Пространственное измерение евразийской интеграции // Региональные исследования. 2021. № 4 (7). С. 18-29.
4. ЕЭК. Евразийский экономический союз. Цифры и факты . Москва : Евразийская экономическая комиссия, 2021. – 94 с.
6. Trade Map : Trade Map – Trade statistics for international business development. URL: <https://www.trademap.org/> (дата обращения: 21.09.2022).

УДК 336.7

Стафеев Никита Евгеньевич, студент, Сибирский государственный университет путей сообщения

Stafeev Nikita Evgenievich, student, Siberian State University of Railway

Конюкова Ольга Леонидовна, кандидат экономических наук, доцент, Сибирский государственный университет путей сообщения

Konyukova Olga Leonidovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Siberian State University of Railway Transport

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

THE ROLE OF FINANCIAL PLANNING IN THE MODERN ECONOMY

Аннотация. В статье рассмотрено определение финансового планирования с точек зрения разных ученых. Приведены наиболее частотные методы финансового планирования. Изучены этапы государственного финансового планирования на очередной год и плановый период.

Abstract. The article considers the definition of financial planning from the point of view of different scientists. The most frequently used methods of financial planning are given. The stages of state financial planning for the next year and the planning period are studied.

Ключевые слова: финансовое планирование, федеральный бюджет, методы финансового планирования, финансовый план, прогнозирование.

Key words: financial planning, federal budget, methods of financial planning, financial plan, forecasting.

Актуальность данной темы заключается в том, что от финансового планирования зависит оптимальное распределение и использование финансовых ресурсов для успешного развития и функционирования государственных финансов, финансов предприятий и домашних хозяйств. В конечном счете, финансовое планирование влияет на финансовые результаты и способствует принятию обоснованных управленческих решений.

Рассмотрим несколько авторских точек зрения к определению термина финансовое планирование.

Например, Р. Брейли считает, что финансовое планирование – это процесс, который состоит из:

- прогнозов последствий текущих решений для того, чтобы уйти от неожиданностей и понять между текущими и будущими последствиями связь;
- анализа возможности финансирования компании и инвестиционных возможностей;
- обоснованно выбранного варианта из ряда вероятных решений;
- оценки результатов, достигаемых компанией, по сравнению с целями, которые установлены в финансовом плане [1].

Ю. Бригхем рассматривает финансовое планирование как формирование различных сценариев финансовой отчетности и изучение того, как на них скажутся различные стратегии поведения, на основе которых составляется финансовый план [2].

Б.Т. Кузнецов подразумевает под финансовым планированием процесс формирования финансового плана, который тесно объединяет его с финансовым прогнозированием [4].

По мнению В.П. Савчука финансовое планирование – это управление различными процессами такими как: распределение, создание, перераспределение и создание финансовых ресурсов на предприятии, которые осуществляются в подробных финансовых планах [5].

Так как экономика располагает огромным количеством всевозможных методов финансового планирования и прогнозирования, то одни будут основываться на логике и интуиции, а другие использовать средства математики. Таким образом, они отличаются по сфере применения и степени точности.

Основными методами финансового планирования являются [6]:

Экспертные оценки. В основе этого подхода лежат мнения специалистов в разных областях. Эти методы различны- интервью, анализ, «мозговой штурм» и тому подобные. Более точными являются коллективные экспертные оценки, так как они с помощью математических вычислений позволяют определить степень соответствия мнений и получить наиболее точные результаты, в отличии от индивидуальных.

Расчетно-аналитический метод. Этот метод предусматривает осуществление анализа полученной величины финансового показателя, и индексов изменения в плановом периоде. Следовательно, устанавливается плановая величина данного показателя.

Метод оптимизации плановых решений. Сущность заключается в разработке множества вариантов плановых расчетов, чтобы выбрать наиболее оптимальный.

Экономико-математическое моделирование представляет собой точное математическое описание данного экономического процесса, то есть описание различных факторов, которые характеризуют структуру изменения данного экономического явления.

Методы экстраполяции основаны на определении характера развития объекта планирования. Он включает в себя изучение текущего и предыдущего опыта, по итогам изучения выводятся доказанные закономерности. Полагается, что объект и дальше поведет себя схожим образом.

Еще одним методом финансового планирования, который подразумевает построение математических моделей на основе исследования прогнозируемого объекта и определения ему присущих признаков, называется методом моделирования.

Нормативный метод учитывает уже имеющиеся нормы (например, расходы сырья на производство различного объема продукции). Полученная информация используется для расчета необходимого количества ресурсов для предприятия.

В основе балансового метода устанавливается баланс между источниками поступления и направления расходования ресурсов, которые выражаются в количественных показателях.

В настоящее время на всех уровнях бюджетной системы внедряется один из новых методов бюджетного планирования – бюджетирование, ориентированное на результат [3].

Любому бизнесу для деятельности необходимо финансовое планирование. Без этого невозможно верно оценить финансовые затраты, определить первоочередные направления расходования денежных ресурсов, необходимости в инвестициях.

В соответствии со статьей 174.2. БК РФ, при составлении проекта федерального закона о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период или о внесении изменений в федеральный закон о федеральном бюджете на текущий финансовый год и плановый период Министерство финансов Российской Федерации направляет предложения по объемам бюджетных ассигнований на очередной финансовый год и плановый период (на текущий финансовый год и плановый период) в управление делами Президента Российской Федерации в части обеспечения функционирования Президента Российской Федерации и его администрации, в Верховный Суд Российской Федерации, Конституционный Суд Российской Федерации, Государственную Думу, Совет Федерации и Счетную палату Российской Федерации в части обеспечения функционирования указанных органов [8].

Рассмотрим финансовое планирование на примере федерального бюджета. Он состоит из 4 этапов.

Первый – это составление проекта. Он готовится федеральными исполнительными органами власти. Предварительно составляются планы и прогнозы по территориям и областям, и создается сводный финансовый баланс.

Второй – рассмотрение и утверждение. Вначале правительство вносит проект федерального бюджета на рассмотрение в Государственную Думу. Проект рассматривается в трех чтениях:

- В первом чтении принимаются основные параметры бюджета.
- Во втором утверждается бюджет по разделам.
- В третьем по подразделам.

После федеральный бюджет одобряется Советом Федерации и отправляется на подпись Президенту РФ.

Третий этап – это исполнение. Федеральный бюджет исполняется по доходам и расходам, а также по источникам финансирования дефицита начиная с 1 января. Работа по исполнению бюджета заканчивается 31 декабря.

Четвертый этап – составление и утверждение отчета. После исполнения бюджета принимается федеральный закон, содержащий в себе показатели по расходам, доходам и источникам финансирования дефицита.

Социальные обязательства в федеральном бюджете 2023 г. являются основным приоритетом. Пенсии будут проиндексированы, увеличена сумма материнского капитала на 12,4 %. На первого ребенка выплата составит 589,6 тыс. руб. и до 779 тыс. руб. на второго. Выделены средства на поддержку семей с детьми. Планируется увеличить выплаты с ростом прожиточного минимума, сумма которого составит 14275 руб. МРОТ будет увеличен до 16242 рубля, и более у 3,5 миллионов работников повысится заработная плата. Это отметил, представляя документ на пленарном заседании, Министр финансов РФ Антон Силуанов.

Также министр финансов говорит, что в 2023 г. более 1,7 трлн рублей будет выделено на развитие современных технологий, а импортозамещение станет ключевым направлением в научно-производственной базе.

Отличительной чертой федерального бюджета будут антикризисная направленность и повышение налоговой нагрузки на нефтегазовую отрасль.

Прогноз Минэкономразвития достаточно реалистичный. Замечания имеются в оптимистическом варианте экспорта и импорта, которые в бюджете заложены.

Таким образом, можно сделать вывод, что правильно спрогнозированное финансовое планирование является одним из главных элементов любого бюджета, который положительно влияет на финансовые результаты.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. – 1120 с.
2. Бригхем, Ю. Финансовый менеджмент: полный курс в 2-х т. СПб. : Экономическая школа, 1997. Т. 2. – 669 с.
3. Конюкова, О. Л. Планирование бюджетных средств на реализацию образовательных услуг // Сборник статей VIII Всероссийской научно-практической конференции бухгалтерский учёт, анализ, аудит и налогообложение: проблемы и перспективы. Пенза. 2020 г. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42444440> (дата обращения: 14.11.2022).
4. Кузнецов, Б. Т. Финансовый менеджмент: учеб. пособ. для студ. вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.
5. Савчук В. П. Финансовое планирование и разработка бюджета предприятия. URL: <http://www.management.com.ua/finance/?type=2>. (дата обращения: 14.11.2022).
6. Финансовое планирование и бюджетирование: какие подходы могут быть эффективными для бизнеса // Комсомольская правда. 2022. URL: <https://www.kp.ru/guide/finansovoe-planirovanie.html> (дата обращения: 14.11.2022).
7. Бюджетный кодекс Российской Федерации. URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=427609> (дата обращения: 14.11.2022).
8. Консультант Плюс, надежная правовая поддержка. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/3e73848f41bc664e519275532b441125f176df19/ (дата обращения: 14.11.2022).

УДК 331.108

Стуликова Кристина Юрьевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Stulikova Kristina Yurievna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Зарецкая Полина Игоревна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Zaretskaya Polina Igorevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Капустенко Ирина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kapustenko Irina Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

MODERN TRENDS IN PERSONNEL MANAGEMENT

Аннотация. В данной работе рассматривается понятие управления персоналом, его основные функции и главная задача для эффективного управления персоналом. Наблюдается тенденция развития системы управления персоналом и ее общая характеристика. Выделяются изменения, которые происходят в выборе методов и инструментов управления персоналом в настоящее время.

Abstract. This paper discusses the concept of personnel management, its main functions and the main task for effective personnel management. There is a trend in the development of the personnel management system and its general characteristics. The changes that are taking place in the choice of methods and tools of personnel management at the present time are highlighted.

Ключевые слова: управление персоналом, адаптация, инструменты, мотивация, квалификация, факторы, подходы в управлении персоналом.

Key words: personnel management, adaptation, tools, motivation, qualifications, factors, approaches in personnel management.

В современной теории менеджмента управление персоналом можно охарактеризовать, как деятельность, направленную на поиск и найм квалифицированных кадров, способных выполнять свои трудовые функции эффективно.

В современном менеджменте одно из главных мест занимает управление персоналом. Рассмотрим сферы деятельности управления персоналом через его функции:

- подбор персонала и адаптация (знакомство новых сотрудников со спецификой работы в компании и знакомство с коллегами, поиск общего языка);
- обучение и развитие персонала, оперативная оценка знаний и умений, организация работы сотрудников и мотивация;
- стратегия управления персоналом.

В теории и практике управления персоналом можно выделить следующие задачи:

- разработка стратегии;
- анализ существующих сотрудников и определение потребности в квалифицированных сотрудниках;
- разработка персонала с должностными инструкциями для каждого сотрудника;
- подбор и организация рабочей группы;
- разработка мер по снижению риска текучести кадров, включая формирование резерва будущих компетентных менеджеров;
- определение места работы всех работников, включая установление функциональных и технических связей между отделами;
- анализ и управление расходами на персонал;
- анализ работы, выполняемой работниками, определение уровня качества;
- организация курсов повышения квалификации и переподготовки персонала;
- разработка методов сертификации, критериев оценки квалификации работников;
- управление карьерой, которая предоставляет возможности для карьерного роста;
- разработка методов и программ мотивации работников [2].

Рассмотрев основные функции, можно выделить главную задачу управления персоналом – это наиболее эффективное использование человеческих ресурсов.

В современном мире мы наблюдаем определенные тенденции в управлении работниками. Это определенные изменения в выборе методов и инструментов для воздействия на персонал в настоящее время.

Современные подходы в менеджменте отдают главную роль в функционировании организации персоналу. Из-за этого приходится модернизировать систему управления персоналом, так как прошлые системы не актуальны и не эффективны. Концепции управления персоналом в настоящее время основываются на принципах гуманизма. На первое место выходит личность сотрудника, а также повышается значимость мотивации сотрудников, инструментов ее формирования и ориентации на общие задачи.

На современных предприятиях редко встретишь работу с кадрами, направленную на стабильную занятость при жесткой организационной структуре и стабильной занятости. Нынешние модели характеризуются:

- создание среды для повышения квалификации, расширения мировоззрения, постоянного развития, использование современных программ мотивации, помогающих расширить полномочия в принятии решений;

- формирование общих моральных ценностей и командного духа;
- гибкое использование человеческих ресурсов, адаптируемое к изменениям во внешней и внутренней среде;
- развитие организаторских способностей и творческой активности у персонала;
- формирование корпоративной культуры предприятия, основанной на принципах гуманности [4].

Целью современного управления персоналом можно назвать создание эффективного процесса мотивации и формирование квалифицированных отделов, которое будет социально и профессионально развиваться.

Можно прийти к выводу, что главная тенденция настоящего времени в управлении кадрами - это процесс их мотивации.

Формирование положительного отношения персонала к своей работе будет влиять на его устремления, жизненные цели, самореализацию и самовыражение на рабочем месте. На рисунке 1 рассматриваются факторы мотивации персонала.

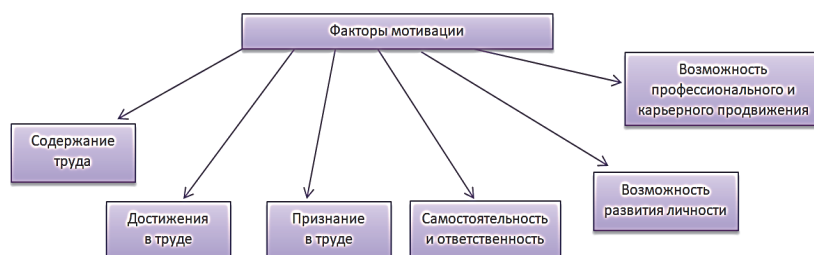


Рисунок 1 - Факторы мотивации персонала

Новые методы управления персоналом затрагивают разные вопросы организации качества труда. В число таких вопросов, важных для сотрудников, входят:

- условия труда;
- гарантии занятости;
- размер заработной платы;
- отношения в коллективе[1].

Сейчас у людей при трудоустройстве в приоритете стоит возможность раскрыть свой потенциал на данной должности. Под потенциалом понимаются - знания, опыт, способности в творчестве и организации. Мотивационный настрой на стабильную работу и производительный труд у сотрудника формируется, если он видит перспективы собственного развития.

Система управления персоналом в компании напрямую зависит от четко сформулированной цели и стратегии. Изначально стратегии представляли как процесс с ориентацией в первую очередь на внешнюю сферу деятельности. В конце XX века поменялось понимание данного термина. Стратегия – это философия управления организацией, признающая равнозначность внешних и внутренних факторов. Управление кадрами влияет на реализации стратегии. Стратегический план должен объединять работников и руководство [3].

Вместе с традиционными инструментами управления применяют и новые. Лизинг – это подбор специалистов на временные рабочие места. Это связано с краткосрочными потребностями компании в определенных кадрах. Такое практикуется с сезонной деятельностью. Однако, в России еще недостаточно проработана законодательная сторона временного найма, из-за чего возникают проблемы. Существуют специальные агентства, предоставляющие работников по лизингу. Ответственность за работу полностью ложится на данные организации, в том числе и оплата труда.

С лизингом связано такое понятие, как аутстаффинг. Это процесс передачи части своего персонала лизинговому агентству. Сотрудники остаются работать в той же компании, но все обязанности переходят в это агентство.

Также в последнее время среди компаний набирает популярность заключение гражданско-правовых договоров с индивидуальными предпринимателями или самозанятыми для того, чтобы переложить на самих работников вопросы по налогообложению.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами. 14-е изд. Санкт-Петербург : Питер, Прогресс книга, 2018. – 1038 с.
2. Беседина, О. И. Инновационные методы в кадровой политике // Экономика. Менеджмент. Инновации. 2019. С. 3.
3. Маслов, Е. В. Управление персоналом: технология и идеология // Организационная психология. 2018. № 8. С. 12-14.
4. Руденко А. М., Котлярова В. В., Латышева А. Т. Управление персоналом. Учебное пособие. М. : Феникс. 2020. – 320 с.

УДК 329.14

Тамби Сергей Александрович, соискатель, МГИМО МИД России
Tambi Sergey Aleksandrovich, candidate for a degree, MGIMO University

ПАРТИЙНЫЙ ЕВРОСКЕПТИЦИЗМ В ЛЕВОЙ ЧАСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СПЕКТРА ЭСТОНИИ

PARTY EUROSCEPTICISM ON THE LEFT SIDE OF THE POLITICAL SPECTRUM OF ESTONIA

Аннотация. В настоящей статье на примере Социал-демократической партии труда Эстонии рассказывается о партийном евроскептицизме в левой части политического спектра в этой прибалтийской стране в период с 1998 по 2004 гг. Анализируется эволюция ключевых идеологических программных установок этой политической партии в отношении ЕС и перспектив европейской интеграции. Рассматриваются евроскептические воззрения тогдашнего председателя партии Тийта Тоомсалу.

Abstract. This paper on the example of Estonian Social Democratic Labour Party describes party Euroscepticism on the left side of the political spectrum in this Baltic state between 1998 and 2004. The evolution of the key ideological principles in the program of this political party in relation to the EU and the prospects for European integration is analyzed. The Eurosceptic views of then party chairman Tiit Toomsalu are considered.

Ключевые слова: политика, евроскептицизм, партия, Европейский союз, Эстония.

Key words: politics, Euroscepticism, party, European Union, Estonia.

Появление и последующее значительное усиление евроскептического дискурса в Эстонии произошло после подписания Соглашения об ее ассоциации с ЕС (12.06.1995 г.), а также в ответ на подачу ей официальной заявки на вступление в ЕС (28.11.1995 г.). Евроскептические настроения возрастали и как реакция на следующие события: решение Совета ЕС о начале переговоров о вступлении Эстонии в ЕС (13.12.1997 г.); начало в 1998 г. официальных переговоров о присоединении Эстонии к ЕС; принятие 18.12.2002 г. решения Рийгикогу о проведении референдума по членству Эстонии в ЕС 14.09.2003 г. (а также начало кампании под названием «Выбери будущее для Эстонии»).

Если в правой части и в центре эстонского политического спектра евроскептицизм/еврокритицизм выражали в конце 1990-х – начале 2000-х гг. несколько партий (среди которых Эстонская Республиканская партия, Радикальная партия эстоноземель-

цев, Эстонская партия выживания, Эстонская партия будущего, Эстонская христианская народная партия, Эстонская партия независимости, Демократы – Эстонская демократическая партия), то на левом фланге крупнейшей такой партией являлась Социал-демократическая партия труда Эстонии (СДПТЭ). В разные годы своего существования эта партия, являющаяся преемницей, созданной еще в 1920 г. Коммунистической партии Эстонии [12, с. 1], называлась следующим образом: (самостоятельная) Коммунистическая партия Эстонии (1990-1992), Демократическая партия труда Эстонии (1992-1998), Социал-демократическая партия труда Эстонии (1998-2004), Левая партия Эстонии (2004-2008). В июне 2008 г., после слияния Конституционной партии илевой партии Эстонии, возникла существующая ныне Объединённая левая партия Эстонии. Председателями партии являлись: бывший советский дипломат и первый секретарь ЦК КПЭ Вайно Вяяс (1990-1995), спортсмен и бывший член ВС ЭССР Хиллар Эллер (1995-1996), Тийт Тоомсалу (1996-2004), Сирье Кингсепп (2004-2007), впоследствии: Энн Ахала, Малле Салупере, Хейно Рюйтель, Сергей Юргенс, Валев Калд, Юлия Соммер, Юлия Линдвалл, Мстислав Русаков и Игорь Розенфельд. Принимая во внимание частые электоральные неудачи этой карликовой партии на выборах различного уровня, ее относят к относительно маргинальным партиям [22, с. 51]. Многие эстонцы же воспринимали ее как русскую или слишком радикальную (называя ее «ячейкой КПСС в Рийгикогу») [23, с. 7]. Партия насчитывала в 1998-2004 гг. примерно 1 тыс. членов (в 1992 г. – около 3 тыс.) [31, с. 123-129].

В измененной и дополненной на VII Конгрессе партии 22.08.1998 г. программе СДПТЭ подчеркивается, что «главная цель Эстонии – снова интегрироваться в Европу. Влиться в европейский объединительный процесс может лишь современное, цивилизованное, демократическое, политически стабильное и экономически развитое общество. Именно такой партия и видит будущую Эстонию». Фиксировалось, что «суверенитет Эстонии может быть обеспечен только путем формирования добрососедских отношений между странами, принадлежностью к странам Северной Европы, сохраняющих военный нейтралитет, а также политической и экономической интеграцией в соответствующие структуры объединенной Европы» [24].

В Рийгикогу IX созыва (1999-2003 гг.) СДПТЭ была представлена в 1999-2002 гг. входящими во фракцию Объединенной народной партии Эстонии двумя членами – Тийтом Тоомсалу, а также Героем социалистического труда, заслуженным шахтером ЭССР Энделем Паапом (позже он вступил в ряды Центристской партии). Во время своего пребывания депутатом Рийгикогу, где Т. Тоомсалу являлся членом Комиссии по конституционному праву, он снискал известность своими пространными речами [17; 18], а также многочисленными предложениями поправок к Конституции Эстонии и законам. В 1999 г. вышла программная статья под названием «Партия труда не хочет в Европейский союз». В ней отмечалось, что «в СССР Эстония была высокоразвитым западным форпостом. Во вступающем в XXI век Брюсселе-ориентированном союзе, Эстония по многовековой традиции будет являться восточной окраиной, предназначением которой станет превращение в трамплин для продвижения еврокапитала на российский рынок» [29, с. 8]. Весной 2000 г. Т. Тоомсалу внес предложение о поправке в закон, согласно которой смертная казнь вновь смогла бы применяться как ВМН к преступнику, убившему сотрудника правоохранительных органов при исполнении им обязанностей [26, с. 2]. Поддержанное 4 депутатами предложение было отклонено, т.к. противоречило 6 доп. протоколу Европейской конвенции по правам человека, ратифицированному Рийгикогу 18.03.1998 г. (одно из важных условий для старта официальных переговоров о присоединении к ЕС) [16].

Позиция СДПТЭ в отношении ЕС была отражена и в принятом на IX Конгрессе специальном решении партии от 09.09.2000 г. «Об основных положениях внешней политики и политики безопасности». В нем подчеркивалась, что партия занимает пози-

цию, близкую к евроскептическому центру [27, с. 81-84]. В декабре 2000 г. СДПТЭ подтвердила приверженность идеи невступления Эстонии в ЕС, «поскольку это нанесет ущерб и независимости Эстонии, и ее народу» [6]. Выражалось мнение, что государству полезнее иметь лишь статус ассоциированного члена ЕС, чем вступать в него [21, с. 4]. Отмечалась неготовность ни ЕС, ни самой Эстонии для вступления этой прибалтийской страны в союз. Сравнивая ЕС с СССР, Т. Тоомсалу заявил, что партия «не хочет своими руками направить народ Эстонии из одной империи в другую» [5]. Он искренне радовался укреплению в 2001 г. (после обнародования очередных результатов соцопросов) лагеря эстонских евроскептиков [15]. Переизбранный в ноябре 2002 г. председателем партии, Т. Тоомсалу заявил, что одним из лозунгов партии мог бы стать: «Нет ЕС!» [3]. А на внеочередном XI Конгрессе СДПТЭ главным лозунгом избирательной кампании был выдвинут: «Нет ЕС на референдуме 14 сентября 2003 г.!».

В феврале 2003 г. Т. Тоомсалу принял участие в прошедших в г. Выру евродебатах, на которых он отстаивал евроскептическую позицию [19]. В то время СДПТЭ ставила следующие цели: «сохранить независимость Эстонии, уберечь ее от превращения в территорию процветания для иностранного капитала, обеспечить хорошую жизнь всем жителям страны, обеспечить независимость Эстонии и эстонского народа, суверенитет и право самостоятельно принимать решения». Одним из приоритетов партии оставался: «Не спешить в ЕС!» [8]. Проводя «социалистическую политику в лучшем европейском и общемировом значении этого слова», руководство СДПТЭ было убеждено, что «моделью счастья» в Эстонии «не должна быть манна небесная в виде ЕС». Под такой моделью оно подразумевало «отсутствие бедности, несправедливости, безработицы и бесплатное образование для всех» [10]. Социал-демократы полагали, что «лучше всего свои национальные интересы Эстония сможет защитить не в ЕС, а вне его» [9]. Позиция Т. Тоомсалу и его партии по различным аспектам взаимодействия с ЕС публиковалась и в информационном листке «Эстония и ЕС» [14, с. 3].

На своем Конгрессе 12 мая 2003 г. не прошедшая в Рийгикогу СДПТЭ, первой из политических партий Эстонии призвала эстонских избирателей проголосовать против вступления Эстонии в ЕС. Тогда был подтвержден приоритет социал-демократов – гос. суверенитет Эстонии, «который будет невозможен по вступлении Эстонии в ЕС». Партия также призвала непарламентские политические партии и объединения создать т.н. теневой парламент, который будет «оппонировать политикам на Тоомпеа» [7] и «давать оценку правым силам в Рийгикогу» [13, с. 7]. В преддверии референдума обсуждался вопрос сотрудничества СДПТЭ по евроскептической повестке с правыми партиями – Эстонской партией независимости, Эстонской христианской народной партией, а также с движением «НЕТ ЕС!» [20].

Борьба против ЕС до «победного конца» у Т. Тоомсалу (о чем он ранее заявлял [30]) и его партии не получилась. После обнародования результатов референдума по членству Эстонии в ЕС (он прошел 14.09.2003 г.) Центральное правление СДПТЭ выступило с заявлением от 27.09.2003 г., в котором фактически признало победу еврооптимистов: «Большинство граждан, принявших участие во всенародном голосовании, решило вернуться к известной по недавнему историческому прошлому федеральной модели государственности и узаконило толкование Основного Закона Эстонской Республики, исходя из политического развития ЕС, движущегося в направлении федерализации, и его законодательных предпочтений. СДПТЭ признаёт принятое гражданами Эстонии демократическим путём решения, которые фундаментально меняет принципы гос. устройства». Отмечался также глубокий раскол в эстонском обществе. Партия выразила благодарность проголосовавшим «против», «которые смогли сохранить верность идее суверенитета Эстонии, несмотря на тотальное промывание мозгов, которое финансировалось за счет налогоплательщика Эстонии и было осуществлено путем спекуляции авторитетом правящей политической и общественной элиты Эстонии». Под-

черкивалось, что «Эстония практически не будет иметь возможности влиять на принятие решений на уровне институтов ЕС как союзного государства. Пытаться повлиять на политическое решение вопросов, касающихся интересов жителей Эстонии, можно будет только в Брюсселе». Также сообщалось о начале сотрудничества с депутатами Европарламента, входящими в группу «Объединённые левые/Лево-зеленые Севера» [2]. Уже весной 2004 г. делегаты СДПТЭ приняли участие в учредительном съезде новой Партии европейских левых [4].

Тийт Тоомсалу полагал, что «из Эстонии формально сделали союзное государство федерализирующегося ЕС, который станет похож в плане государственной организации на СССР. Отличие – это лишь разница в политическом режиме, допускающем политический плюрализм вместо однопартийной системы в СССР». Эстония же, отмечал он, «потеряла право принятия самостоятельных решений в пользу нового центра. Однако она добилась продолжения сегодняшней многопартийной политической демократии в ЕС» [28]. Он также полагал, что в проекте Договора о введении Конституции для Европы «не должна затеряться компетенция национальных парламентов, иначе голос новых стран-членов ЕС не будет услышан» [1]. В декабре 2004 г. Левая партия Эстонии (так ее переименовали на очередном Конгрессе) потребовала вынести вопрос о принятии Конституции ЕС на национальный референдум [11].

Таким образом, твердо стоявшая в период с 1998 по 2003 г. на жестких евроскептических позициях, СДПТЭ после проведения в 2003 г. референдума по членству Эстонии в ЕС была вынуждена пересмотреть и смягчить свои евроскептические взгляды. Будучи ранее непримиримым противником вступления Эстонии в ЕС (и действуя поначалу в русле «тактико-стратегического евроскептицизма», т.е. используя его «как временный инструмент для достижения сугубо личных краткосрочных целей, главными из которых являются, как правило, привлечение электората путем выдвижения протестных лозунгов против национального правительства и ЕС, чьи директивы оно выполняет») [25], позже она эволюционировала в сторону конструктивного евроскептицизма (еврореформизма – критики отдельных аспектов европейской интеграции) и активно включилась в партийную жизнь уже на общеевропейском уровне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ашимихин, Е. Кто шагает левой // Молодежь Эстонии. 17.05.2004. URL: <http://www.moles.ee/04/May/17/4-1.php> (дата обращения: 10.09.2022).
2. Заявление Центрального правления Социал-демократической партии труда Эстонии «О результатах референдума 14 сентября 2003 г. и о дальнейшей политической тактике Партии труда» // СДПТЭ. 27.09.2003. URL: <http://www.esdtp.ee/vene/avalduus.htm> (дата обращения: 05.09.2022).
3. Лидером Социал-демократической партии труда Эстонии переизбран Тоомсалу // Rus.Delfi.ee. 02.12.2002. URL: <https://rus.delfi.ee/statja/4753777/liderom-social-demokraticheskoj-partii-truda-estonii-pereizbran-toomsalu> (дата обращения: 01.09.2022).
4. Социал-демократическая партия труда Эстонии волилась в европейский левый фронт // Regnum. 12.05.2004. URL: <https://regnum.ru/news/polit/259511.html> (дата обращения: 04.09.2022).
5. Социал-демократы Эстонии подтвердили свое неприятие ЕС // Rus.Delfi.ee. 11.12.2000. URL: <https://rus.delfi.ee/a/1015707> (дата обращения: 02.09.2022).
6. Социал-демократы – за нейтралитет // Молодежь Эстонии. 11.12.2000. URL: <http://www.moles.ee/00/Dec/11/3-2.html> (дата обращения: 06.09.2022).
7. Съезд СДПТЭ 12.05.2003 // СДПТЭ. URL: <http://www.esdtp.ee/vene/2003.htm> (дата обращения: 07.09.2022).
8. Тоомсалу Т. За общественную солидарность // Молодежь Эстонии. 25.02.2003. URL: <http://www.moles.ee/03/Feb/25/5-1.php> (дата обращения: 11.09.2022).

9. Тоомсалу Т. Из союза в союз // Молодежь Эстонии. 13.02.2003. URL: <http://www.moles.ee/03/Feb/13/5-2.php> (дата обращения: 14.09.2022).
10. Тоомсалу Т. Модель счастья // Молодежь Эстонии. 20.02.2003. URL: <http://www.moles.ee/03/Feb/20/4-1.php> (дата обращения: 14.09.2022).
11. Eesti Vasakpartei nõuab EL-i põhiseaduse rahvahääletust // Virumaa Nädalaleht. 18.12.2004. URL: <http://www.vnl.ee/artikkel.php?id=3244> (дата обращения: 14.09.2022).
12. ЕКР-st sai Eesti Demokraatlik Tööpartei // Päevaleht. 1992. № 258. 30.11.1992. Lk. 1.
13. ESOTP tahab variparlamenti moodustada // Meie Kodu. 2003. № 17. 14.05.2003. Lk. 7.
14. Euroopa Liit ja maksud // Eesti ja Euroopa Liit: [teabeleht]. 01.04.2003. Lk. 3.
15. Ideon A. Eurovastatus Eestis kasvas taas // Postimees. 16.04.2001. URL: <https://www.postimees.ee/1862165/eurovastatus-eestis-kasvas-taas> (дата обращения: 05.09.2022).
16. Inimõiguste ja põhivabaduste kaitse konventsiooni lisaprotokolli nr 6 rati-fitseerimise seadus. Vastu võetud 18.03.1998 // Riigi Teataja. RT II 1998, 14, 22. URL: <https://www.riigiteataja.ee/akt/78845> (дата обращения: 05.09.2022).
17. IX Riigikogu, V Istungjärk, täiskogu korraline istung. Esmaspäev, 08.01.2001, 15:00. Stenogramm // Riigikogu. URL: <https://stenogrammid.riigikogu.ee/et/200101081500> (дата обращения: 02.09.2022).
18. IX Riigikogu, IX Istungjärk, täiskogu korraline istung. Teisipäev, 14.01.2003, 10:00. Stenogramm // Riigikogu. URL: <https://stenogrammid.riigikogu.ee/et/200301141000> (дата обращения: 02.09.2022).
19. Koch T. Euroliit pole kullatükk, kuid Eestile paratamatu // Eesti Päevaleht. 02.06.2003. URL: <https://epl.delfi.ee/artikkel/50956144/euroliit-pole-kullatukk-kuid-eestile-paratamatu> (дата обращения: 07.09.2022).
20. Koch T. Eurovastaste kampaaniat juhib Tiit Toomsalu // Eesti Päevaleht. 31.05.2003. URL: <https://epl.delfi.ee/artikkel/50956022/eurovastaste-kampaaniat-juhiv-tiit-toomsalu>? (дата обращения: 07.09.2022).
21. Labor party announces its anti-EU stance // The Baltic Times. 2000. № 237. 14.12.2000. P. 4.
22. Lanko D. Estonian Political Parties in the mid-2010s // Baltic Region. № 2. 2015. P. 51.
23. Mäe J. NLKP rakuke Riigikogus // Sõnumileht. 2000. № 5. 08.01.2000. Lk. 7.
24. Programm (muudetud ESDTP VII kongressil 22. augustil 1998) // Eesti Sotsiaaldemokraatlik Tööpartei. URL: <https://www.esdtp.ee/programm1.htm> (дата обращения: 03.09.2022).
25. Sitter N. The Politics of Opposition and European Integration in Scandinavia: is Euroscepticism a Government-Opposition Dynamic? // West European Politics, 2001, Vol. 24, No. 4.
26. Surmanuhtlus jäi riigikogus toeta // Vaba Eestlane. 2000. № 35. 09.05.2000. Lk. 2.
27. Toomsalu T. Eesti euroskepsis: sisepoliitiliste arengute mõjurid // Riigikogu Toimetised 2001. № 3. Lk. 81-84.
28. Toomsalu T. Euroopa Liit ja Eesti valik // Kesknädal. 05.11.2003. URL: <http://vana.kesknadal.ee/g2/uudised?id=3319> (дата обращения: 10.09.2022).
29. Toomsalu T. Tööpartei ei taha Euroopa Liitu // Sõnumileht. 1999. № 20. 26.01.1999. Lk. 8.
30. Toomsalu: Võitlen Euroopa Liidu vastu lõpuni // Delfi.ee. 06.12.2002. URL: <https://www.delfi.ee/artikkel/4784766/toomsalu-voitlen-euroopa-liidu-vastu-lopuni> (дата обращения: 03.09.2022).
31. Vallaste K. Euroopa Liiduga liitumise vastane liikumine Eestis // Riigikogu Toimetised. № 9. 2004. Lk. 123-129.

Телегина Александра Викторовна, студентка, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Telegina Aleksandra Viktorovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Ковцун Софья Андреевна, студентка, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kovtsun Sofya Andreevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Кудрякова Надежда Валерьевна, канд. экон. наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kudryakova Nadezhda Valerievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

ANALYSIS OF THE TOURISM SERVICES MARKET AND ITS DEVELOPMENT TRENDS

Аннотация. В данной статье раскрывается состояние туристской отрасли после периода вирусной инфекции COVID-19, показана статистика наиболее распространенных направлений для отдыха среди российских граждан, а также рассматриваются возможные решения негативных последствий в сфере туризма, в том числе внедрение новых технологий, что на сегодняшний день является актуальной темой. Цель исследования: проанализировать рыночную ситуацию в сфере туризма.

Abstract. This article reveals the state of the tourism industry after the period of the COVID-19 virus infection, shows statistics of the most common leisure destinations among Russian citizens, and also discusses possible solutions to negative consequences in the tourism sector, including the introduction of new technologies, which is an urgent topic today. The purpose of the study: to analyze the market situation in the tourism sector.

Ключевые слова: туристический поток, перспективы развития, приоритетные направления, статистика, инновации.

Key words: tourist flow, development prospects, priority areas, statistics, innovations.

Эпидемиологическая ситуация, сложившаяся в начале 2019 г. (Китай закрыл границы), переломила положительную динамику показателей, характеризующих состояние туристской отрасли во всех странах мира. Начало 2022 г. и события, произошедшие за этот период времени, также существенно повлияли на российский рынок в целом, и сфера услуг не стала исключением. Различные затруднения и проблемы с посещением целого ряда стран, блокировка работы многих иностранных сервисов в России, невыдача туристических виз и т.д. Но необходимо отметить, что при всех негативных последствиях нынешнего кризиса и продолжающейся ситуации, вызванной пандемией COVID-19, может иметь ряд преимуществ, связанных с развитием новых направлений и способно ускорить технологические прорывы в сфере туризма [1].

Пограничная служба ФСБ Российской Федерации опубликовала некоторые цифры о поездках россиян за пределы РФ в первой половине 2022 г. По их подсчетам, на тот момент граждане страны совершили 3 880 679 поездок за границу с различными целями. Этот показатель намного выше, чем за аналогичный период 2021 г. (2 644 444 поездки) [8].

Тем не менее, туристический поток по-прежнему значительно ниже уровня до пандемии. Очевидной причиной такого увеличения по сравнению с прошлым годом стало смягчение ограничений COVID-19 для туристов на въезд. Благодаря этому для россиян

были открыты новые направления, закрытые в 2021 г. Прежде всего, самыми популярными из них были страны дальнего зарубежья. Количество поездок по этому направлению увеличилось на 77,2 % и достигло 2 157 346 (в 2021 г. их было 1 217 134). Значительно меньший рост был отмечен для поездок в страны “постсоветского пространства”: +19,1 % (1 447 118 поездок) по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. [5] (рисунок 1).

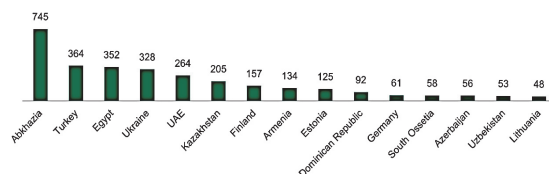


Рисунок 1 – Статистика посещаемых туристических стран

Интерес к поездкам в Европу в целом остается слабым для всех вышеперечисленных стран по ряду причин. Это может включать ухудшение экономического развития, неснятые ограничения, связанные с пандемией, геополитические потрясения, тревожные настроения в стране и, как следствие, высокие расходы на поездки в европейские государства.

Специалисты RMAA Travel, которые постоянно отслеживают ситуацию на рынке, выяснили, какие направления наиболее актуальны для отрасли в текущем 2022 г. (рисунок 2), так как на внутренний туризм сейчас приходится более 80 % поездок [2]. Цены, по сравнению с 2021 г., возросли на 15 %, а в среднем поездка на семью из четырех человек на майские праздники в 2022 г. обходилась в 100 тысяч рублей. Был проведен анализ показателей туристических поездок по России, по каким регионам чаще всего бронировались поездки и с какой целью (рисунок 2).

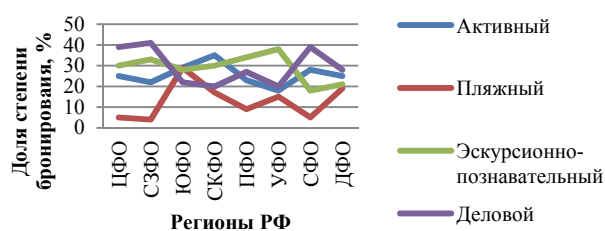


Рисунок 2 – Показатели туристических поездок по России

Исходя из данных таблицы, сложно выделить наиболее привлекательный вид отдыха, но однозначно можно сказать о том, что российские туристы начали активно путешествовать по регионам страны.

2022 г. - очень необычный для туристического бизнеса. Каналы коммуникации с клиентами внутри сегмента изменились. Если раньше россияне пользовались иностранными сервисами для бронирования отелей и покупки билетов, то теперь большая часть аудитории заменила их отечественными ресурсами.

Закрытие Booking.com, потеря основных инструментов продвижения привели к поиску новых решений. В условиях ограничений многие страны начали предоставлять туристские услуги без контакта с клиентами [3]. К таким новым технологиям можно отнести: развитие сервисов онлайн-построения туристских маршрутов с возможным приобретением авиа- и железнодорожных билетов, бронирование мест размещения; формирование интернет-площадок для посещения аудио-видеогидов с использованием GPS-навигации; использование платформ с возможностью виртуального посещения мест культурных, исторических и природных достопримечательностей и многое другое [6].

На основании изложенного можно заключить: туристический рынок России (как зарубежный, так и внутренний) остается перспективной нишей, потому что россияне по-прежнему заинтересованы в комфортном отдыхе, в путешествиях за границу, премиальных турах по различным направлениям и новых форматах отдыха. Основная задача со стороны государства – это дать возможность расти туристическому бизнесу и

обеспечить финансовую поддержку [7], что, в свою очередь, даст толчок агентствам и фирмам для постройки достойной инфраструктуры и разработки новых маршрутов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Антропова, А. О. Влияние коронавируса (COVID-19) на международный туризм // Вестник научных конференций. 2020. № 2-2 (54). С. 16-18.

2 Байбакова Т.В. Влияние вспышки коронавируса (COVID-19) на экономический рост России // Российская экономика: взгляд в будущее: Материалы VI Международной научно-практической конференции (очно-заочной). Отв. редактор Я. Ю. Радюкова. 2020. С. 34–38.

3 Береснева, Я. В. Индустрия информационных услуг в гостиничном бизнесе // Теория и практика проектного образования. 2019. № 1 (9). С. 18-20.

4 Булдакова, А. А. Влияние коронавируса на экономику России // Вестник научных конференций. 2020. № 2-2 (54). С. 32-34.

5 Грунёва, Е. А. Информационно-коммуникационные и бизнес-технологии гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // Global and Regional Research. 2019. Т. 1. № 1. С. 23-29.

6 Климова, Т. Б. Новые технологии в туризме // Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции : сб. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 23 нояб. 2017 г. / М-во образования и науки РФ, НИУ БелГУ ; отв. ред. О.К. Слинкова // Белгород, 2017. С. 239-241.

7 Козлова, Е. В. Международный туризм в условиях кризиса мировой экономики: тенденции и проблемы развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2019. № 4. С. 7-12.

УДК 314

Турбанов Илья Григорьевич, студент, Комсомольский-на-Амуре университет

Turbanov Ilya Grigorievich, student, Komsomolsk-na-Amure State University

Мусалитина Евгения Александровна, кандидат культурологии, доцент кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Musalitina Evgenia Alexandrovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Komsomolsk-na-Amure State University

Бобышев Сергей Васильевич, доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и истории государства и права, Дальневосточный государственный университет путей сообщения

Bobyshev Sergey Vasilevich., Dr. Sc. (History), Professor, Head of State and Law Theory and History Department, Far Eastern State Transport University

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ СЕВЕРНЫХ ПРОВИНЦИЙ КНР

THE MAIN DEVELOPMENT DIRECTIONS OF DEMOGRAPHIC POLICY OF CHINESE NORTHERN PROVINCE

Аннотация. Демография – актуальная проблема современного Китая. Страна столкнулась с гендерным дисбалансом, старением населения, снижением рождаемости, оттоком населения из северных провинций. Более развитый уровень социального обслуживания, благоприятные климатические условия становятся триггерами для населения

северных районов для переезда в другие регионы страны. В статье рассматриваются причины внутренней миграции из северных провинций, анализируются меры государственной поддержки народонаселения на Севере Китая.

Abstract. Demography is an actual problem of modern China. The country faced gender imbalance, aging population, declining birth rate, outflow of population from the northern provinces. More developed level of social services, climatic conditions become triggers for population of the northern regions to move to other regions. The article discusses causes of internal migration from the northern provinces, analyzes the measures of state support for population in the North of China.

Ключевые слова: Китай, демография, демографические проблемы, северные провинции Китая.

Key words: China, demography, demographic problems, northern provinces of China.

Одной из актуальных проблем внутренней политики современного Китая является демографическая ситуация. Ее обострение обусловлено спецификой выхода из долгосрочной системы «Одна семья – один ребенок», которая привела к серьезным социально-экономическим последствиям. В настоящий момент в стране фиксируется гендерный дисбаланс, количество мужчин превышает количество женщин на 28 млн. Другой проблемой стало стремительное старение населения и снижение доли работоспособного населения [4]. Снятие ограничений рождаемости в 2015 г. оказалось неэффективным для естественного восстановления прироста населения. Наряду с этим, неравномерное распределение населения на территории страны и миграция из северных провинций в центральные районы оказывают негативное влияние на социально-экономическое развитие Китая в целом.

Согласно 7-ой переписи населения 2020 г. общая численность населения материкового Китая (за исключением Гонконга, Макао и Тайваня) составила 1 411,78 млн человек, что на 72,06 млн человек, или 5,38 %, больше по сравнению с данными 6-ой переписи 2010 г. Таким образом, средний годовой темп роста составляет 0,53 %, и в Китае продолжается тенденция к низкому приросту населения [4]. Согласно прогнозу аналитиков, при сохранении такой тенденции в ближайшем будущем государство может столкнуться с сокращением населения [1].

Анализ данных переписи позволяет сделать вывод о том, что в 25 из 31 провинций наблюдался прирост населения, а в 6 провинциях – убыль населения, а именно Ганьсу, Внутренняя Монголия, Шаньси, Ляонин, Цзилинь и Хэйлунцзян. Необходимо отметить, что все эти провинции находятся севернее центральной части страны [4].

Примечательным изменением является то, что по сравнению с провинциями Гуйчжоу, Чунцин, Сычуань и Хубэй с сокращением населения по данным 6-ой национальной переписи 2010 г. количество провинций с сокращением населения по 7-ой переписи увеличивается, а провинции с сокращением населения доминируют на севере страны [3].

Данные предыдущей переписи 2010 г. показали, что за десять лет с 2000 по 2010 гг. произошло сокращение населения в 4 провинциях: Гуйчжоу (население уменьшилось на 490 тыс. человек), Чунцин (население уменьшилось на 1,66 млн человек), Сычуань (население уменьшилось на 1,93 млн человек), Хубэй (население уменьшилось на 2,27 млн), Хэйлунцзян (население уменьшилось на 620 тыс. человек).

В период с 2010 по 2020 гг. провинций с сокращением населения увеличилось с 4 до 6: Ганьсу (население уменьшилось на 550 тыс.), Внутренняя Монголия (население уменьшилось на 650 тыс.), Шаньси (население уменьшилось на 790 тыс.), Ляонин (население уменьшилось на 1,15 млн), Цзилинь (население уменьшилось на 3,37 млн), Хэйлунцзян (население уменьшилось на 6,46 млн) [4].

Таким образом, население Китая распределяется по регионам следующим образом: население восточного региона составляет около 563 млн человек, что является 39,93 %; население центрального региона составляет 364 млн человек – 25,83 %; население западного региона составляет 382 млн человек – 27,12 %, население северо-восточного региона составляет 98 млн человек – 6,98 % [2].

Мировой экономический кризис 2008 г. привел к тому, что северные провинции, опирающиеся на традиционные ресурсы и модели развития тяжелой промышленности, столкнулись с определенными лагунами в социальном развитии, что привело к увеличению оттока населения в течение десятилетия с 2011 по 2020 гг. При этом, среди провинций с сокращающимся населением три северо-восточные провинции Хэйлунцзян, Цзилинь, Ляонин пострадали наиболее серьезно. Наряду с этим, большие перспективы трудоустройства, более развитый уровень медицинского обслуживания, благоприятные климатические условия, развитая транспортная сеть становятся триггерами для населения северных районов для переезда в другие регионы страны [1].

Северо-восточный район богат ископаемыми ресурсами и традиционно считался промышленной базой Китая. Однако в последние годы отток населения из северо-восточных провинций становится все более очевидным, что, несомненно, отражается на развитии промышленности региона, особенно в условиях массового внедрения предприятиями высокотехнологичного производства.

В период с 1995 г. по 2019 г. в приграничных районах провинции Хэйлунцзян активно развивались торгово-экономические отношения с Россией. В 10 раз увеличилась доля оптовой и розничной торговли, малочисленные сельские поселения были трансформированы в торговые, транспортные агломерации: г. Суйфэньхэ, Фуюань, Тунцзян, Хэйхэ, Жаохэ. Они стали инвестиционно-экономическим центром провинции, что способствовало росту городов, созданию новых рабочих мест, развитию частного предпринимательства, притоку иностранного капитала. Однако в 2019 г. с введением многочисленных ограничений, вызванных пандемией COVID-19, торгово-экономическое взаимодействие с Россией было практически полностью остановлено и рассматриваемые районы испытали тяжелейший кризис. Китайское население было вынуждено ликвидировать бизнес, оставить жилье и переехать в другие провинции в поисках работы.

Большинство населения переезжает в южные и центральные районы. Статистика отмечает рост интереса китайцев к приобретению жилья в климатически комфортных приморских районах страны, таких как о. Хайнань, Гуанчжоу на юге, Циндао, Далянь на востоке [1].

Растет доля китайцев, которые зарегистрированы на севере страны, а проживают и работают в других регионах. Результаты переписи показывают, что явление несовпадения места жительства и регистрации довольно распространено. Так, в 2020 г. количество «плавающего» населения составило 376 млн человек, увеличившись почти на 70 % за десять лет [4].

К концу 2021 г. общая численность постоянного населения крупнейшей северной провинции Хэйлунцзян составила 31,25 млн человек, что на 460 тыс. меньше, чем в 2020 г. Городское население составило 20,528 млн человек, сельское - 10,722 млн человек. Уровень урбанизации жителей составил 65,7 %, что на 0,1 процентного пункта меньше, чем в предыдущем году. Население в возрасте от 0 до 14 лет составило 9,8 % от общей численности населения провинции, а население в возрасте 65 лет и старше составляло 16,8 % [3].

В заключении необходимо отметить, что восстановление демографической ситуации в северных провинциях Китая является одной из приоритетных задач демографической политики государства. Ослабление оттока населения зависит от структурных экономических преобразований и социального развития в этих регионах. Укрепление позиций в общегосударственном рейтинге таких городов как Харбин, Далянь, Чанчунь,

сосредоточение внимания на увеличении доходов местных жителей, совершенствование социальной политики, модернизация медицинского обслуживания могут способствовать оседанию населения и созданию новых точек экономического роста в продвижении урбанизации на севере Китая.

Благодарности

Исследование выполнено при поддержке министерства образования и науки Хабаровского края (№ 76С/2022).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Садриева, Ф. Н. Демографическая политика современного Китая // Социально-экономические, институционально-правовые и культурно-исторические компоненты развития муниципальных образований : сборник трудов XIX научно-практической конференции. Миасс : Южно-Уральский государственный университет. 2022. С. 180-182.

2. Саенко, К. Демографический кризис в Китае и новая политика «одна семья - три ребенка» // Историческая социология и современное социальное развитие в России и Китае : сборник статей XVIII российско-китайской социологической конференции. Санкт-Петербург : Центр научно-производственных технологий "Астерион", 2022. С. 347-350.

3. 第七次全国人口普查主要数据情况 (данные 7-ой всекитайской переписи населения) // Национальное бюро статистики КНР. URL: http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202105/t20210510_1817176 (дата обращения 15.10.2022).

4. 黑龙江省 2020 年第七次全国人口普查主要数据公报 (Доклад о данных 7-ой национальной переписи населения 220 г. в провинции Хэйлунцзян). URL: http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjgb/rkpcgb/dfkpcgb/201202/t20120228_30390 (дата обращения 15.10.2022).

УДК 332.334(470.51)

Чебаков Александр Андреевич, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Chebakov Alexander Andreevich, student of FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

Алексеева Наталья Анатольевна, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский государственный аграрный университет

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt State Agrarian University

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ

STATISTICAL ANALYSIS OF AGRICULTURAL USE

Аннотация. Земля является уникальным, невозполнимым ресурсом, от эффективного использования которого зависит жизнедеятельность человека во всех сферах. Оценка земельных ресурсов различными экономико-статистическими методами является одним из важнейших условий эффективного развития экономики. В данном экономическом исследовании использованы статистические методы наблюдения, сбора информации, ее первичной и аналитической обработки, которые могут применяться в изучении кадастровых источников.

Abstract. The earth is a unique, irreparable resource, on the effective use of which the vital activity of a person in all spheres depends. The assessment of land resources by various eco-

conomic and statistical methods is one of the most important conditions for the effective development of the economy. This economic study uses statistical methods of observation, information collection, its primary and analytical processing, which can be used in the study of cadastral sources.

Ключевые слова: земля, земельные ресурсы, сельскохозяйственные угодья, культура, растениеводство.

Key words: land, land, agricultural land, culture, crop production.

Разработка экономической аграрной политики невозможно без статистических измерений [11]. Анализ статистических данных – это сложный и заключительный этап статистических исследований. Его задача заключается в том, чтобы выявить и объяснить закономерности, которые выявляются в смене размеров и соотношений общественных явлений, и на этой основе сформулировать правильные теоретические и практические выводы [2].

Земельно-кадастровые работы обширны по объему информации, достаточно сложны по технике исполнения, долгосрочны по исполнению. Исследование в земельном кадастре требуют экономико-статистической и математической обработки материалов. Особенно нуждаются в обработке сведения о природных свойствах почв, урожайности сельскохозяйственных культур, которые позволяют принимать обоснованные управленческие решения заинтересованным лицам. Результаты группировок и сводок предоставляется в виде таблиц и графиков [3, 9].

В исследованиях одним из основных положений является необходимость изучения всех социально-значимых и массовых явлений и объектов в развитии. Для этого составляются динамические ряды, состоящие из числовых значений, изложенных в определенном хронологическом порядке.

Например, изменение посевной или убранной площади под каждую сельскохозяйственную культуру в период с 2017 г. по 2021 г. представляет собой отдельный динамический ряд (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика распределения посевных площадей с/х культур в Удмуртской Республике по категориям культур [1, 7, 8]

Посевные площади	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Вся посевная площадь	1013,1	999,3	945,5	921,4	917,4
в т.ч.:					
зерновые и зернобобовые культуры	353,9	346,0	328,3	320,5	333,8
технические культуры	9,2	12,1	15,3	20,9	28,6
картофель	26,5	25,0	23,4	20,1	21,9
овощи	4,2	3,8	3,6	3,1	3,5
кормовые культуры	619,4	612,3	574,8	556,8	529,5

Для посевных земель под сельскохозяйственные культуры изменения площади в 2021 г. по отношению к 2017 г. составили: $917,4 - 1013,1 = -95,7$ тыс. га. Темп роста составил: $917,4 / 1013,1 * 100 \% = 99,5 \%$.

Наибольший удельный вес в структуре всех посевных площадей приходился под кормовые культуры в 2021 г. – 57,7 %. В абсолютном измерении в 2021 г. за счет роста посевных площадей под технические культуры на 19,4 тыс. га уменьшились посевные площади на 89,9 тыс. га по сравнению с 2017 г. Зерновые культуры в структуре так же занимали значительное место в 2021 г. – 36,4 %. Вся посевная площадь за пять лет тоже снизилась на 95,7 тыс. га. Наименьший удельный вес посевных площадей приходился под овощи и технические культуры (таблица 2).

Таблица 2 – Изменения распределения посевных земель в Удмуртской Республике

Категории земель	Площадь, тыс. га					
	2017 г.		2021 г.		Изменения 2021 г. к 2017 г.	
	тыс. га	%	тыс. га	%	тыс. га	%
Вся посевная площадь в т.ч.:	1013,1	100	917,4	100	-95,7	99,5
зерновые и зернобобовые культуры	353,9	34,9	333,8	36,4	-20,1	94,3
технические культуры	9,2	0,9	28,6	3,2	+19,4	310,8
овощи	4,2	0,5	3,5	0,4	-0,7	83,3
кормовые культуры	619,4	61,1	529,5	57,7	-89,9	85,5
картофель	26,5	2,6	20,1	2,3	-6,4	75,8

При изучении рядов динамики важно выявить размер изменений уровней рядов динамики во времени. Для этого построим ряд динамики по изменению посевных площадей, определим показатели изменения уровня динамики: коэффициент роста (индекс роста), темп роста, абсолютный прирост одного процента изменений (таблица 3).

Абсолютный прирост показал, на сколько одна величина показателя отличается от другой. К сожалению, абсолютные показатели ничего не могут свидетельствовать о скорости изменений, направлении изменений, о соотношении величин показателей между собой.

Для более глубокого изучения динамики используются относительные величины, которые дают относительное соотношение величин показателей друг к другу. Относительные показатели могут быть в процентах или в коэффициентах.

Важно соблюдать для правильного расчета относительных величин два условия – сопоставимость сравниваемых показателей и наличие взаимосвязи между изучаемыми явлениями. Коэффициент роста (прироста, уменьшения), темп роста (прироста, уменьшения) являются относительными показателями. Средние величины – это тоже относительные величины, по которым можно судить об общих закономерностях изменения массовых социально-значимых явлениях. При помощи средней величины сглаживают различия. В сумме цепные приросты дают базисный прирост. В нашем случае - базисный абсолютный прирост последнего периода – 95,7 тыс. га [10].

Таблица 3 – Изменение показателей абсолютного прироста угодий в Удмуртской Республике [7]

Годы	Площади угодий, тыс. га	Абсолютный прирост, А (тыс. га)		Коэффициент роста, К		Темп прироста, Т (%)		Абсолютное значение 1 % прироста, тыс. га
		цепные	базисные	цепные	базисные	цепные	базисные	
2017	1013,1	-	-	-	1	-	-	-
2018	999,3	-13,8	-13,8	0,98	0,986	-1,36	-1,36	10,15
2019	945,5	-53,8	-67,6	0,94	0,933	-5,38	-6,67	10,00
2020	921,4	-24,1	-91,7	0,97	0,909	-2,61	-9,05	9,23
2021	917,4	-4,0	-95,7	0,99	0,905	-0,43	-9,45	9,30
итого	4796,4	-95,7	х	х		х		х

Ежегодно размер посевных площадей под культурами уменьшался в 0,975 раза.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что имеется динамика снижения посевных площадей культур в Удмуртской Республике за период с 2017 г. по 2021 г., что подтверждает результаты предыдущих исследований [4-6].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. [и др.] Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022.
2. Акимова, М. С. Современные методы статистического анализа кадастровых данных: учебно-методическое пособие // Пенза, 2016. – 58 с.
3. Алексеева, Н. А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022. – 116 с.
4. Алексеева, Н. А. Использование земли как главного средства производства // Менеджмент: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 28-31.
5. Алексеева, Н. А. Сравнительный анализ экономико-статистических методов прогнозирования площади сельхозугодий в Удмуртской Республике // Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК : материалы II Междунауч. науч.-практ. конф. 2018. С. 20-21.
6. Алексеева, Н. А. Экономико-статистическое прогнозирование площади сельхозугодий в Удмуртской Республике // Материалы конференций ГНИИ «Нацразвитие». Январь 2018. 2018. С. 47-51.
7. Доклады «О состоянии и использовании земель в Удмуртской Республике» на 01.01.2016-01.01.2021 гг. URL: <https://rosreestr.gov.ru> (дата обращения 12.10.2022 г.).
8. Алексеева, Н. А. [и др.] Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании // Ижевск, 2021.
9. Алексеева Н. А. Современные проблемы землеустройства и кадастров: учебное пособие // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2019.
10. Теория и практика развития агропродовольственной системы в Удмуртской Республике // Ижевск, 2020. – 114 с.
11. Alekseeva, N. A. New economic realia of the state agricultural policy // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. Сер. "Lecture Notes in Networks and Systems" Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. 2021. С. 256-260.

УДК 332.334(470.51)

Черепанова Мария Александровна, студент, ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Cherepanova Maria Alexandrovna, student, FSBEI HE Udmurt GAU

Алексеева Наталья Анатольевна, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt-GAU

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ПО КАТЕГОРИЯМ ЗЕМЕЛЬ

LAND USE ANALYSIS UDMURT REPUBLIC BY LAND CATEGORY

Аннотация. Земельно-кадастровая информация используется при предоставлении и изъятии земельных участков, определении величины земельного налога, кадастровой и рыночной стоимости земельного участка и прочих оценочных мероприятий. Используемые при этом данные требуют знания статистических приемов, для систематизации и обработки земельно-кадастровой информации.

Abstract. Land cadastral information is used when providing and withdrawing land plots, determining the amount of land tax, cadastral and market values of the land plot and other assessment measures. The data used in this case require knowledge of statistical techniques for the systematization and mining of land-cadastral information.

Ключевые слова: земельные ресурсы, категория земель, кадастр, статистика, площадь.

Key words: land resources, land category, cadastre, statistics, area.

Экономико-статистическое исследование кадастровой информации базируется на математических вычислениях группировок исходных данных, сводок результатов наблюдений [2], а также на контроле корректности данных, соответствия выборки генеральной совокупности данных, выявлении закономерностей, трендов, ошибок статнаблюдений, изучении взаимосвязей между явлениями и объектами анализа с помощью корреляции [3, 8, 9].

Проведем полноценный структурно-динамический анализ распределения земель по категориям (табл.1).

Таблица 1 – Распределение земель Удмуртской Республики по категориям в 2021 г.

Категории земель	Площадь	
	тыс. га	%
1. Земли сельскохозяйственного назначения	1860,4	44,23
2. Земли населенных пунктов	204,3	4,86
3. Земли промышленности и иного специального назначения	42,3	1,00
4. Земли особо охраняемых территорий и объектов	21,5	0,51
5. Земли лесного фонда	2029,4	48,26
6. Земли водного фонда	28,7	0,68
7. Земли запаса	19,5	0,46
Итого земель	4206,1	100,00

Больше всего в республике расположено сельскохозяйственных земель и земель лесного фонда. Они составляли 44,23 % и 48,26 %.

Наименьшую площадь занимали земли запаса - 0,46 %.

Для изучения динамики построим динамический ряд, который представляет собой определенные числовые показатели за последовательные промежутки времени (табл. 2) [10].

Таблица 2 – Динамика распределения земель Удмуртской Республики [6, 7]

Категории земель	Годы					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. Земли сельскохозяйственно-го назначения	1862,5	1862,2	1861,7	1861,4	1860,4	1860,4
2. Земли населенных пунктов	204,1	204,3	204,3	204,3	204,3	204,3
3. Земли промышленности и иного специального назначения	40,5	40,7	41,0	41,3	42,3	42,3
4. Земли особо охраняемых территорий и объектов	21,4	21,4	21,5	21,5	21,5	21,5
5. Земли лесного фонда	2029,4	2029,4	2029,4	2029,4	2029,4	2029,4
6. Земли водного фонда	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7
7. Земли запаса	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
Итого земель:	4206,1	4206,1	4206,1	4206,1	4206,1	4206,1

В землях сельскохозяйственного назначения наблюдался нисходящий тренд. Площадь данной категории незначительно сокращалась с 2016 г. по 2020 г. [11].

Изменения, происходящие во времени можно отобразить не только графически, но и числовыми показателями, сравнивая значения начального уровня ряда с конечным. Изменения за определенный период можно определить по формулам 1 и 2 [4, 5]:

$$\Delta = Y_n - Y_1, \quad (1)$$

$$\text{Темп роста} = \frac{Y_n}{Y_1} * 100, \% \quad (2)$$

где Y_n – площадь земель в 2021 г., тыс. га; Y_1 – площадь земель в 2016 г., тыс. га;

Так, для земель сельскохозяйственного назначения изменения площади в 2021 г. по отношению к 2016 г. составило: $1860,4 - 1862,5 = -2,1$ тыс. га или 99,89 %.

Представленные расчеты и графики свидетельствуют, что наибольшие изменения произошли в землях сельскохозяйственного назначения и землях промышленности.

Первые сократились на 2,1 тыс. га, вторые увеличились на 1,8 тыс. га. По другим категориям земель произошли не значительные изменения площади или не произошли совсем. Представленные изменения могут быть связаны с переводом земель из одной категории в другую. Это подтверждает динамика всего земельного фонда, которая не менялась за анализируемый период.

Существует выраженная зависимость между изменением площади земель сельскохозяйственного назначения и площади земель промышленности. При сокращении одной категории (земли сельскохозяйственного назначения) происходит увеличение другой (земли промышленности) [10, 12-14]. Наибольший темп роста наблюдался у земель промышленности - 104,44 %. Наибольший темп убыли отмечался у земель сельскохозяйственного назначения и составлял 99,89 %. Абсолютные показатели изменения площадей для этих категорий составляли: для земель сельскохозяйственного назначения абсолютный прирост равен 0,42 тыс. га, для земель промышленности - 0,36 тыс. га.

Таким образом, роль статистических методов в анализе трудно переоценить. Статистические показатели используются для сбора, обобщения и оценки кадастровой информации. Их роль значительная не только в анализе прошлых данных, но и в прогнозе будущих тенденций.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022.
2. Алексеева, Н. А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022. – 116 с.
3. Алексеева, Н. А. Использование земли как главного средства производства // Менеджмент: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 28–31.
4. Алексеева, Н. А. Сравнительный анализ экономико-статистических методов прогнозирования площади сельхозугодий в Удмуртской Республике // Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК : материалы II Междунауч.-практ. конф. 2018. С. 20-21.
5. Алексеева, Н. А. Экономико-статистическое прогнозирование площади сельхозугодий в Удмуртской Республике // Материалы конференций ГНИИ «Нацразвитие». Январь 2018. С. 47-51.
6. Доклады «О состоянии и использовании земель в Удмуртской Республике» на 01.01.2016–01.01.2021 гг. URL: <https://rosreestr.gov.ru> (дата обращения 12.10.2022 г.).
7. О состоянии и использовании земель в Российской Федерации // Государственный (национальный) доклад. 2021. URL: <https://rosreestr.gov.ru> (дата обращения 12.10.2022).
8. Алексеева, Н. А. [и др.] Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании // Ижевск, 2021.
9. Алексеева, Н. А. Современные проблемы землеустройства и кадастров: учебное пособие // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2019.
10. Теория и практика развития агропродовольственной системы в Удмуртской Республике. Коллективная монография // Ижевск, 2020. – 114 с.
11. Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всерос. национ. науч.-практ. конф. «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск, 2022.
12. Алексеева, Н. А. Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов // Ижевск, 2020.

13. Alekseeva, N. A. State agrarian policy and the efficiency of its implementation at the regional level // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Ser. "International Scientific and Practical Conference: Development of the Agro–Industrial Complex in the Context of Robotization and Digitalization of Production in Russia and Abroad, DAICRA 2021" 2022. С. 012076.

14. Alekseeva, N. A. New economic realia of the state agricultural policy // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. Ser. "Lecture Notes in Networks and Systems" Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. 2021. С. 256-260.

УДК 657.922

Чипизубова Анастасия Евгеньевна, студентка, ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Chipizubova Anastasia Evgenievna, student, FSBEI HE Udmurt GAU

Поздеева Лидия Николаевна, студентка, ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Pozdeeva Lidia Nikolaevna, student, FSBEI HE Udmurt GAU

Алексеева Наталья Анатольевна, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВО Удмуртский ГАУ

Alekseeva Natalya Anatolyevna, Doctor of Economics, Professor of FSBEI HE Udmurt-GAU

АНАЛИЗ УРОВНЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ АО «УЧХОЗ ИЮЛЬСКОЕ» Г. ВОТКИНСК УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ANALYSIS OF SPECIALIZATION LEVEL OF SPECIALIZATION OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE USING THE EXAMPLE OF UCHKHOZ JULY JSC IN VOTKINSK, UDMURT REPUBLIC

Аннотация. В статье представлена теория и практика расчета уровня специализации сельскохозяйственного предприятия. В основе расчета – объем товарной продукции. Подчеркнута роль специализации хозяйств в росте производительности сельского хозяйства. Выявлено, что повышение уровня специализации зависит от углубления специализации хозяйства, анализ необходимо дополнять показателями эффективности и интенсификации производства.

Abstract. The article presents the theory and practice of calculating the level of specialization of a rural enterprise. The calculation is based on the volume of commodity products. I emphasize the role of farm specialization in the growth of agricultural productivity. It is clear that the increase in the level of specialization depends on the deepening of the specialization of the economy, the analysis must be supplemented with indicators of efficiency and intensification of production.

Ключевые слова: сельское хозяйство, коэффициент специализации, молоко, прирост, зерновые культуры.

Key words: agriculture, coefficient of specialization, milk, growth, grain crops.

Для того, чтобы высокоэффективно производить сельскохозяйственную продукцию, сельхозтоваропроизводители должны специализироваться на производстве определенных видов товарной продукции, необходимой для народного хозяйства. Специализированное предприятие отличается более высокой концентрацией средств производства и рабочей силы, более рациональным распределением ресурсов между основными подотраслями сельского хозяйства – растениеводством и животноводством, а

также переработкой продукции, лучшим учетом природно-климатических особенностей местности, большей экологичностью производства [1, 4, 5]. При более высокой специализации производства совершенствуются агротехнологии, более широко используется современное промышленное оборудование, происходит экономия ресурсов – будущих резервов роста эффективности, повышается уровень квалификации работников и заинтересованность в результатах труда, труд организуется на научной основе, растет выработка продукции [10, 13].

В науке принято измерять уровень специализации хозяйств с помощью коэффициента специализации (1) [2]:

$$K_{\text{сп}} = \frac{100}{\sum U_{di}(2n-1)}, \quad (1)$$

где U_{di} – это удельный вес i -го вида продукции в общем объеме продаж;

n – порядковый номер отдельных видов продукции по их удельному весу в ранжированном ряду.

С помощью данной формулы можно рассчитать коэффициент специализации АО «Учхоз Июльское» г. Воткинска Удмуртской Республики, которое является уникальным предприятием, научно-производственной базой Удмуртского государственного аграрного университета, сочетающей в себе сельскохозяйственное производство и научно-образовательную деятельность.

Основной производственной деятельностью АО «Учхоз Июльское» является выращивание и реализация элитных семян и племенных животных, разработка новых технологий, создание и размножение перспективных сортов и гибридов сельскохозяйственных культур, пород и линий скота, их реализация хозяйствам всех форм собственности [3].

$$K_{\text{сп}} = \frac{100}{63,4*1+20,6*3+13,7*5} = \frac{100}{193,7} \approx 0,52. \quad (2)$$

В 2021 г. коэффициент специализации предприятия составил 0,52 (2). Это во многом связано со стандартизацией производственных процессов. Чем выше уровень стандартизации труда, организации производства и управления, направленный на достижение упорядоченности в сферах растениеводства, животноводства, обращения продукции и на повышение индивидуальных и сводных параметрических характеристик конкурентоспособности продукции, работ или услуг, тем выше уровень специализации и эффективности производства [15].

Динамику уровня специализации сельскохозяйственного предприятия можно проанализировать не только по удельному весу основных видов проданной продукции, но и по структуре товарной продукции. Такой анализ более актуален для сельского хозяйства, т.к. из-за наличия внутреннего потребления (например, молоко используется на выпойку телятам) объем товарной продукции всегда выше объема продаж (табл. 1) [14].

По данным таблицы видно, что искомая организация специализируется на выпуске животноводческой продукции: молока, приростов крупного рогатого скота. За три анализируемых года на растениеводство в среднем приходилось 15,7 % от общего производства, а на животноводство в среднем 84,3 %, то есть вся оставшаяся доля.

В целом уровень специализации хозяйства – средний, в основном производится три вида продукции – это зерновые и зернобобовые культуры, прирост крупного рогатого скота, молоко.

Также стоит отметить, что организация с каждым годом увеличивала уровень специализации. Эту тенденцию стоит продолжить и в последующие годы, например, за счет снижения доли растениеводческой продукции собственного производства, ее закупок со стороны, углубления развития молочно-мясного направления [6].

Анализ уровня специализации предприятия стоит дополнять показателями эффективности производства, показателями интенсификации производства, показателями обеспеченности ресурсами: увеличение выхода валовой продукции, валового и чистого дохода в расчете на единицу земельной площади (например, объем производства зерна на 100 га пашни или на 100 га сельскохозяйственных угодий, прирост живой массы крупного рогатого скота на 100 га пашни или на 100 га сельскохозяйственных угодий, произведено молока на 100 га сельскохозяйственных угодий), снижение затрат труда, а также эффективное использование производственных фондов (фондоотдача, фондоемкость, фондорентабельность), капитальных вложений (окупаемость затрат), текущих затрат (постоянные затраты на 1 единицу продукции, переменные затраты на 1 единицу продукции), энергообеспеченности на 100 га пашни или на 100 га сельскохозяйственных угодий, энерговооруженности, обеспеченности поголовьем сельскохозяйственных животных на 100 га сельскохозяйственных угодий, производительности труда (выработки продукции и трудоемкости продукции) и других [7, 12]. В системах управления производством необходимо более объективно определять производственную себестоимость продукции, используя прогрессивные системы управленческого учета затрат [8, 9].

Таблица 1 – Определение уровня и направления специализации

Показатель	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	Товарная продукция, тыс. руб.	Уд. вес, %	Товарная продукция, тыс. руб.	Уд. вес, %	Товарная продукция, тыс. руб.	Уд. вес, %
Зерновые культуры	25811	12,6	35 480	15,8	32 856	13,7
Картофель	-	-	-	-	-	-
Итого продукция растениеводства	28540	13,9	38676	17,2	38327	16
Прирост крупного рогатого скота	65240	31,9	52 392	23,3	49635	20,6
Молоко	110984	54,2	133 990	59,5	152 310	63,4
Итого продукция животноводства	176224	86,1	186 382	82,8	201945	84
Итого продукция	204764	100	225058	100	240272	100
Коэффициент специализации	0,47		0,5		0,52	
Уровень специализации	Средний		Средний		Высокий	
Направление специализации	Молочно-мясное		Молочно-мясное		Молочно-мясное	

Таким образом, специализация предприятий сельского хозяйства как форма общественного разделения труда выражается в доминирующем производстве определенных видов продукции, в которых предприятие имеет устойчивую конкурентную позицию. Развитие производительности сельского хозяйства главным образом определяется специализацией, объективным и динамичным процессом управленческого учета затрат.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Н. А. [и др.] Актуальные проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // Ижевск, 2022. – 126 с.
2. Алексеева Н.А. Комплексный экономический анализ: сборник задач // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2022 - 116 с.

3. Алексеева, Н. А. Сравнительный анализ затрат на производство зерна, молока и приростов крупного рогатого скота на примере Удмуртской Республики (Россия) // Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы IV Международной научно-практической конференции. Минск, 2022. С. 139-141.
4. Алексеева, Н. А. Предельные и средние издержки в производстве молока // Управление эффективностью и безопасностью деятельности хозяйствующих субъектов и публичных образований : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти заслуженного экономиста Российской Федерации, д.э.н., профессора М.И. Шишкина. 2022. С. 474-477.
5. Алексеева, Н. А. Инструментарий предельных величин в анализе сельскохозяйственного производства // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 2. С. 5-7.
6. Алексеева, Н. А. Прогнозирование себестоимости продукции молочного скотоводства // Экономико-математические методы анализа деятельности предприятий АПК : материалы V Международной научно-практической конференции. Под редакцией С.И. Ткачева. Саратов, 2021. С. 8-12.
7. Аслаева, С. Ш. Специализация сельского хозяйства Республики Башкортостан // Экономика сельского хозяйства России. 2020. № 10. С. 79-85.
8. Alekseeva, N. A. State agrarian policy and the efficiency of its implementation at the regional level // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Ser. "International Scientific and Practical Conference: Development of the Agro-Industrial Complex in the Context of Robotization and Digitalization of Production in Russia and Abroad, DAICRA 2021" 2022. С. 012076.
9. Alekseeva, N. A. New economic realia of the state agricultural policy // Strategies and Trends in Organizational and Project Management. Ser. "Lecture Notes in Networks and Systems" Editors: Pavel V. Trifonov, Marina V. Charaeva. 2021. Pp. 256-260.
10. Войтоловский, Н. В. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1.: учебник для бакалавриата и специалитета / Под редакцией Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. 7-е изд., перераб. и доп. Москва : Юрайт, 2019. – 291 с.
11. Годовые отчеты ОАО «Учхоз «Июльское» г. Воткинская Удмуртской Республики за 2019-2021 гг.
12. Алексеева, Н. А. [и др.] Развитие методик анализа состояния и тенденций развития сельскохозяйственных производственных кооперативов в Удмуртской Республике // Ижевск : ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2021. – 112 с.
13. Алексеева, Н. А. Совершенствование земельно-имущественных отношений в региональном землеустройстве и землепользовании // Ижевск, 2021.
14. Алексеева, Н. А. [и др.] Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе: монография // По материалам IV Всерос. национ. науч.-практ. конф. «Экономические и управленческие проблемы землеустройства и землепользования в регионе». Ижевск, 2022.
15. Алексеев, Н. А. [и др.] Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов // Ижевск, 2020.

Шишанина Мария Александровна, старший преподаватель кафедры автоматизации обработки информации Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники

Shishanina Maria Alexandrovna, Senior Lecturer, Department of Data Processing Automation, Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics

Сидоров Анатолий Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой автоматизации обработки информации Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники

Sidorov Anatoly Anatolievich, PhD in Economics, Associate Professor, Head of Department of Data Processing Automation, Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics

Сенченко Павел Васильевич, кандидат технических наук, доцент, проректор по учебной работе Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники

Senchenko Pavel Vasilyevich, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Vice-Rector for Academic Affairs of the Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

THEORETICAL FOUNDATIONS OF SOCIO AND ECONOMIC DEVELOPMENT

Аннотация. В статье рассмотрены особенности и основные сложности социально-экономического развития территорий разного уровня в Российской Федерации. Выделено, что решающая роль в процессе планирования и управления развитием территорий отведена именно региональному уровню, что ограничивает в некотором роде возможности муниципалитетов.

Abstract. The article discusses the features and main difficulties of the socio and economic development of territories of different levels in the Russian Federation. It is emphasized that the decisive role in the process of planning and managing the development of territories is assigned to the regional level, which in some way limits the possibilities of municipalities.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, стратегия, муниципальное образование.

Key words: socio and economic development, strategy, municipality.

Теория и практика регионального и муниципального управления находится в стадии активного развития, что подтверждается наличием противоречий между правовым и финансово-экономическим положением территорий различного уровня [1], неопределенностью роли и места регионов и муниципальных образований (далее МО) в сложившейся системе управления (в том числе и в области социально-экономического развития (далее СЭР) [2]), что ведет к фактическому отсутствию территориальной кооперации и неэффективному использованию как бюджетных, так и иных средств [3]. Дополнительно сложностью выступает острая дифференциация регионов Российской Федерации (некоторые территории обладают низким уровнем экономического и финансового потенциала, который не позволяет самостоятельно управлять своим развитием без дополнительной помощи).

Существующие противоречия обуславливают особый интерес к области СЭР за счет происходящих институциональных преобразований, особых управленческих практик и научных исследований, который проявляется в следующем:

– на нормативном уровне разрабатывается множество базовых документов, способствующих становлению комплексной и взаимообусловленной системы СЭР

(Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2036 года», «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года», «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024 года, а также ряд иных стратегических документов регионального и муниципального уровней);

– нормативные требования и ограничения выступают в роли катализаторов трансформации органов исполнительной власти разного уровня для успешной реализации соответствующих долгосрочных документов в рамках своей территории (создание в органах власти и управления разнообразных подразделений для разработки, реализации и контроля стратегического развития);

– открытое и активное взаимодействие общественных организаций и отдельных граждан с представителями власти и управления по вопросам СЭР конкретных территорий (внедрение концепции открытости в Российской Федерации [4], организация ряда интернет-площадок, позволяющих открыто обсуждать нормативно-правовые акты, как на государственном, так и на муниципальном уровне [5]);

– интерес со стороны научного сообщества к теории и практике регионального и муниципального управления [6-10].

Несмотря на объективный интерес к СЭР со стороны органов власти и управления, а также научного сообщества, до сих пор не сложился единый понятийный аппарат, который четко бы детерминировал сущностную составляющую. Анализ работ показал, что авторы под СЭР понимают определенный процесс, направленный на достижение следующих результатов:

- повышение уровня и качества жизни населения;
- наибольшее удовлетворение коллективных потребностей, публичных интересов;
- формирование устойчивой экономической основы, при которой достигается гармония с окружающей средой и учитываются интересы и потребности будущих поколений.

Последний результат СЭР выделен не случайно, поскольку концепция устойчивого развития, получившая официальное признание на Конференции ООН по окружающей среде и развитию, оказывает значительное влияние на научное сообщество, приравнивая важность решения экологических проблем к социальным и экономическим.

Характеризуя СЭР, как процесс, авторы выделяют следующие основные составляющие:

- непрерывность;
- управляемость;
- объективность;
- комплексность.

В результате данные составляющие будут являться базовыми при моделировании СЭР, поскольку закладывают основу и находят свое выражение в том числе и принципах управления СЭР. В некоторых работах исследователи связывают СЭР непосредственно с деятельностью органов федерального, регионального и муниципального уровня. Однако данный подход не может использоваться как основополагающий, поскольку СЭР помимо государственного и муниципального управления, также включает в себя местное сообщество и бизнес-структуры.

Обобщив существующие подходы, следует согласиться с определением, представленным в [11], в котором под СЭР понимается процесс, направленный на позитивные количественные и качественные изменения во всех сферах жизнедеятельности территории, проистекающий при воздействии различных субъектов и характеризующийся объективностью, комплексностью, непрерывностью и управляемостью.

Обобщая представленные подходы, следует выделить совокупность основополагающих принципов, которые будут использоваться в дальнейшем при моделировании СЭР территории:

– целевая направленность (любой объект управления имеет цель, которая в случае СЭР должна определяться прямо и / или опосредованно населением, проживающим на определенной территории);

– использование конкурентных преимуществ в территориальном разделении труда (в процессе СЭР необходимо учитывать особенности конкретных территорий, в том числе природно-климатические и социально-экономические);

– сочетание интересов всех заинтересованных сторон в процессе СЭР (органы власти и управления, население, бизнес-сообщество, общественные организации и иные объединения);

– экономическая самостоятельность (независимость СЭР от государственного вмешательства, а также четкое распределение полномочий и функций управления между различными уровнями власти и создание финансово-экономических условий для их реализации);

– самофинансирование (развитие территорий любого уровня должно осуществляться за счет доходов, полученных на самой территории).

При этом в представленном подходе нет определенного упора на экономическую сферу, или на социальную, поскольку выделение приоритетного направления развития территории видится не совсем корректным. Ранее было отмечено, что СЭР является комплексным процессом, поэтому в этой связи следует говорить о равенстве социального и экономического развития. Соответственно при управлении территории не должно быть перевеса в ту или иную сторону.

На текущий момент, в соответствии с законодательством, решающая роль в процессе планирования и управления СЭР отведена именно региональному уровню. Однако некоторые исследователи полагают, что самостоятельное СЭР, например, депрессивных территорий невозможно без дополнительного государственного вмешательства, поэтому принцип самофинансирования хоть и является основополагающим не может на текущий момент в полной мере быть реализован в практике регионального и муниципального управления.

Благодарности

Работа выполнена в рамках государственного задания Минобрнауки РФ, проект № FEWM-2020-0036.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сенчагов, В. Г. Проблемы модернизации государственно-территориального устройства России. Перспективы социально-экономического развития регионов в условиях их интеграции и создания новых субъектов Российской Федерации. 2-й этап. Обеспечение национальных интересов России в процессе модернизации ее государственно-территориального устройства // Региональная экономика: теория и практика. 2004. № 11 (14). С. 24-111.

2. Ветров, Г. Ю. Управление муниципальным экономическим развитием. М. : Фонд «Институт экономики города», 2009. – 258 с.

3. Вильчинская О. В., Храбров Е. А., Гусев Е. А. Устойчивое и комплексное социально-экономическое развитие: государство, регион, муниципальные образования // Terra Economicus. 2011. № 1. С. 114-119.

4. Дмитриева Н. Е., Стырин Е. М. Открытое государственное управление: задачи и перспективы в России // Вопросы государственного и муниципального управления. 2014. № 1. С. 127-147.

5. Днепровская, Н. В. Цифровая трансформация взаимодействия органов государственной власти и граждан // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. № 67. С. 96–110.
6. Новоселов, А. С. Региональное и муниципальное управление социально-экономическим развитием в Сибирском федеральном округе. Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2014. – 400 с.
7. Докальская, В. К. Управление социально-экономическим развитием регионов: теория и методология: дис. ... д-р. экон. наук. Орел, 2009. – 325 с.
8. Балдуева, М. П. Развитие социально-экономической системы региона в условиях возрастающей роли социально-культурной среды: дис. ... канд. экон. наук. Якутск, 2017. – 191 с.
9. Келеш, Ю. В. Проектное управление социально-экономическим развитием региона: дис. ... канд. экон. наук. Курск, 2019. – 171 с.
10. Сидоров, А. А. Методы интегральной оценки, анализа и мониторинга социально-экономического развития муниципальных образований: дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2009. – 191 с.
11. Рухманова Н. А., Васильчук Е. С., Тарунтаева И. Г. Сущность и составляющие понятия «социально-экономическое развитие муниципальных образований» // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2013. № 3. С. 117-120.

УДК 338.48

Шрайбер Наталья Сергеевна, магистрант, Забайкальский Государственный Университет
Shrayber Natalia Sergeevna, Master's student, Trans-Baikal State University
Ячецко Людмила Андреевна, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры
ГПД, Забайкальский Государственный Университет
Yatsechko Lyudmila Andreevna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of GPA, Trans-Baikal State University

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТУРОПЕРАТОРОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

STATE SUPPORT OF TOUR OPERATORS IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

Аннотация. Коронавирусная инфекция в начале 2020 г. оказала огромное влияние на ситуацию и дальнейшее развитие всех сфер жизни, включая туризм. Туристическая деятельность считается одним из наиболее пострадавших секторов российской экономики в связи с пандемией. По статистике Ростуризма, снижение туристического оборота достигло 95-100 %, а потеря доходов превысила 1,5 трлн рублей. В статье автор анализирует государственную поддержку туроператоров в условиях пандемии коронавирусной инфекции.

Abstract. The coronavirus infection at the beginning of 2020 had a huge impact on the situation and the further development of all spheres of life, including tourism. Tourism is considered one of the most affected sectors of the Russian economy due to the pandemic. According to Rostourism statistics, the decrease in tourist turnover reached 95-100 %, and the loss of income exceeded 1.5 trillion rubles. In the article, the author analyzes the state support of tour operators in the condition of a pandemic of coronavirus infection.

Ключевые слова: туризм и пандемия, постановление правительства, нормативно-правовой акт, налоги, льготные каникулы, пострадавшая отрасль, туроператор, кризис, пандемия, судебные решения, потребитель.

Key words: tourism and pandemic, government decree, regulatory legal act, taxes, preferential holidays, affected industry, tour operator, crisis, pandemic, court decisions, consumer.

Сфера туризма - одна из наиболее пострадавших от коронавирусной инфекции отраслей экономики. Проведя анализ данных Федерального агентства по туризму, ориентировочно к середине 2020 г. российская туристская отрасль понесла убытки на сумму более 1,5 триллионов рублей, кроме этого, падение оборотов туристической деятельности достигло 95–100 %. Более 50 % людей, занятых в туристической отрасли, сменили свое место работы или полностью остались без работы.

С самого начала распространения Ковид-19, Правительство РФ занялось разработкой ряда мер государственной поддержки для всех сфер экономики, пострадавшей от пандемии. Данные меры мы объединили в таблицу 1.

Таблица 1 – Меры государственной поддержки сфер экономики, пострадавшей в результате коронавирусной инфекции

Нормативно-правовой акт	Содержание поддержки
Постановление Правительства РФ от 02.04.2020 № 409	Смысл данного Постановления в предоставленной возможности переноса сроков сдачи налоговой и бухгалтерской отчетности за 2019 г. и 1 квартал 2020 г. Данное постановление предусматривает также рассрочку по налоговым взносам максимум на три года.
Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 439	Данное Постановление определило возможность арендных каникул. Данным нововведением могут воспользоваться все пострадавшие отрасли экономики.
Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 428	Мораторий на возбуждение дел о банкротстве.
Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 336	В соответствии с данным документом, все надзорные мероприятия, т.е. другими словами, все проверки, планируемые к проведению в отношении бизнеса, включённые в Единый план проверок, должны быть отменены до 31 декабря 2022 г.
Постановление Правительства РФ от 12 марта 2022 №353	Данное Постановление продляет сроки действия всех видов разрешительных документов, а также лицензий на 12 месяцев. Кроме этого, данное постановление предусматривает возможность упрощенного получения разрешительных документов или их переоформления в 2022 г.
Постановление Правительства РФ от 28 мая 2022 №975.	Согласно данному Постановлению, для туроператоров предоставляется возможность получения государственной поддержки в виде субсидий, которые могут быть направлены на затраты, связанные с вывозом туристов из других стран после закрытия авиасообщений, а также сухопутных границ.
Распоряжение Правительства РФ от 29.01.2022 № 126- р	Данное Постановление фактически освобождает туроператоров от взносов в резервный фонд объединения «Турпомощь». Взносы были снижены до 1 рубля.
	Вышеуказанное распоряжение также снижает ежегодные взносы в фонд персональной ответственности туроператоров. Теперь, туроператоры будут платить в размере 0,25 % вместо 1 % .

Эффективность предложенных Правительством РФ мер для поддержки пострадавших отраслей экономики, в соответствии с докладом Уполномоченного при Президенте России по защите прав предпринимателей Бориса Титова, можно сформировать диаграмму (Рисунок 1).

В докладе отмечается, что мерами поддержки воспользовалось всего 10 % российских компаний.

Безусловно, данные меры актуальны в условиях, с которыми столкнулись туроператоры, ведь в условиях массового возврата денежных средств за неиспользованные туры, туроператоры находились на грани банкротства.

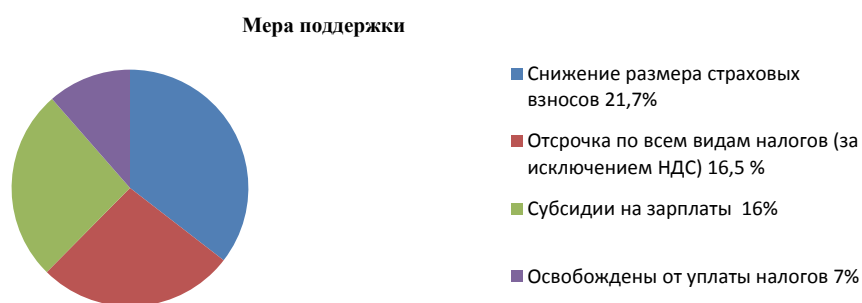


Рисунок 1- Эффективность предложенных Правительством РФ мер для поддержки пострадавших отраслей экономики

Кроме этого, Правительством РФ было выделено 3,5 миллиарда рублей на выплаты компенсаций туристам за неиспользованные туры. Помимо этого, Правительство Российской Федерации предусмотрело субсидии для туроператоров, которые выдаются на безвозмездной и безвозвратной основе, на основании статьи 78 Бюджетного кодекса РФ.

Объективно оценивая ситуацию, в которой оказались российские туроператоры, очевидно, что меры поддержки, разработанные с целью помощи туроператорам занимающимся организацией внутреннего и въездного туризма, являются недостаточными. Исходя из количества исковых заявлений в отношении туроператоров, очевидно необходимость увеличения субсидий, как вариант за счет развития внутреннего туризма в России, и привлечения иностранных туристов в нашу страну.

Кроме этого, к целям поддержки туроператоров, нужно отнести положения Федерального закона от 01.04.2020 № 98-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций» [19]. Данный закон, был дополнен статьей 19.4, которая определила, что в связи с некоторыми чрезвычайными ситуациями Правительство РФ может установить особенности изменения, исполнения, а также расторжения договора о реализации туристского продукта, заключенного в период до 31 марта 2020 г. По факту, данная статья резюмирует фактическое введение «ваучеров», «сертификатов» или «деPOSITных счетов», которыми могут воспользоваться туристы в будущем путешествии.

В завершении данного исследования, необходимо сказать, что мы очень надеемся, что та кризисная обстановка, в которой оказались туроператоры в следствии распространения COVID-19, будет решена в кратчайшие сроки благодаря квалифицированным управленческим решениям, а также своевременными и правильными поправками в действующее законодательство, с целью расширения норм поддержки для пострадавших отраслей. В свою очередь, мы считаем, что это возможно с помощью развития внутреннего туризма, а также привлечения иностранных туристов в нашу страну.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть третья): Федеральный закон от 26.11.2001 №146 – ФЗ (с посл. изм. и доп.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2001. №12. - Ст. 2310.

2. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2021. – С. 567.

3. Багдасарян, В. Э. История туризма: учебное пособие. Москва : ИНФРА - М, 2021. – 190 с.
4. Савичев, А. Ю. Государственная поддержка туроператоров в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 // Новый юридический вестник. 2020. № 7 (21). С. 10-13.

УДК 327

Шубина Дарья Сергеевна, студент, Санкт-Петербургский государственный университет
Shubina Daria Sergeevna, student of Saint-Petersburg State University

Тулупов Дмитрий Сергеевич, кандидат исторических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет

Tulupov Dmitry Sergeevich, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Saint-Petersburg State University

ПАРАДИПЛОМАТИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

PARADIPLMACY IN THE SYSTEM OF INTERNATIONAL RELATIONS AT THE PRESENT STAGE

Аннотация. В статье рассматривается феномен парадипломатии, ключевые теории и современные концепции парадипломатии, а также наиболее видные исследователи парадипломатии. В результате охарактеризованы основные подходы к определению парадипломатии и выделены наиболее эффективные, на взгляд автора, концепции.

Abstract. The article discusses the phenomenon of paradiplomacy, key theories and modern concepts of paradiplomacy, as well as the most prominent researchers of paradiplomacy. As a result, the main approaches to the definition of paradiplomacy are characterized and the most effective, in the author's opinion, concepts are highlighted.

Ключевые слова: регион, парадипломатия, субнациональные единицы, сетевая модель, мультиуровневая дипломатия.

Key words: region, paradiplomacy, subnational units, network model, multilevel diplomacy.

В развитии международных отношений на современном этапе можно отчетливо проследить две тенденции. Прежде всего, процессы глобализации, которые заключаются в сближении акторов и их открытости друг к другу. С другой стороны, набирают все большую силу процессы регионализации, которые заключаются в стремлении народов и этносов к сохранению культурной идентичности и достижению автономии. Оба этих процесса, хотя и являются разнонаправленными, оказывают значительное влияние на друг друга и находятся в тесной связи.

Представители концепции комплексной взаимозависимости Р. Коохайн и Дж. Най отмечали, что в системе современных международных отношений появляются новые инструменты влияния и новые автономные акторы [4]. Дж. Розенау также соглашается с тем, что нельзя не отметить рост числа новых акторов в системе международных отношений. Наряду с Дж. Наем и Р. Коехейном, которые также исследуют транснациональные отношения, он делает вывод о том, что «современная система международных отношений отныне не может быть исключительной прерогативой национального государства, поэтому полномочия по широкому кругу вопросов переходят к участникам наднационального и субнационального уровня» [5].

Парадипломатия представляет собой публично-властную деятельность (производную от дипломатии) субгосударственных акторов (регионов государств, субъектов федераций, провинций, крупных административно-территориальных единиц) по обеспечению своих интересов на мировой арене, то есть осуществлению ими международных и внешнеэкономических связей в пределах, установленных государством.

Американская школа парадипломатии формируется в 80-е гг. XX века, такие ее представители, как П. Солдатос, И. Духачек, А. Лекур, преимущественно изучают проблемы субнациональной вовлеченности в международные отношения.

Представители американской школы определяют парадипломатию как внешнеполитическую деятельность нецентрального правительства (П. Солдатос). Также вначале они использовали термин «микродипломатия» вместо парадипломатии, под которым подразумевалась международная деятельность административно-территориальных единиц государств в таких сферах, как торгово-экономические отношения, защита окружающей среды, прав и свобод человека и гражданина, развитие туристического потока.

Европейская школа формируется в 90-е гг. 20 века, среди ее представителей можно отметить М. Китинга, Б. Хокинга, Л. Морено. Представители этой школы использовали термин «субгосударственная дипломатия» (Б. Хокинг). Б. Хокинг считал, что дипломатия не должна рассматриваться как отдельная дипломатия правительства и отдельная дипломатия субнациональных акторов, а вместо этого как единый процесс, где акторы разного уровня смешиваются и действуют в рамках комплексной многоуровневой дипломатии.

В рамках американской школы было введено понятие «парадипломатия», а европейская школа скорее переняла это понятие как основное, но фокус исследования парадипломатии двух школ различался. Европейская школа преимущественно изучает то, как регионы участвуют в международных отношениях (проблемы регионализации, глобализации, национализма, сепаратизма), а американская школа фокусируется на влиянии парадипломатии на федеративное государство (федерализм).

Д. Дериан использовал понятие «парадипломатия» при исследовании процесса трансформации классической дипломатии. В отличие от И. Духачека, отправной точкой для Д. Дериана является не регион как актор, а сама деятельность на международной арене. Поэтому под парадипломатией им понимается международная деятельность любого актора, кроме государства (регион, транснациональная корпорация, масс-медиа, некоммерческие организации и т.д.) [1]. Данный подход не нашел значительной поддержки среди других исследователей, поскольку он делает понятие «парадипломатия» неопределенным.

Д. Дериан изучал феномен трансформации классической дипломатии, в результате которого можно отчетливо выделить феномен парадипломатии в международных отношениях. Но Д. Дериан делает акцент не на особенностях региона в системе, а на его деятельности. Следовательно, под парадипломатией им подразумевается международная деятельность любого субъекта, за исключением правительства. В качестве субъекта могут выступать МНПО, СМИ, ТНК и т.д. [1]. Такое определение парадипломатии не позволяет выстроить четкие границы определения, поэтому данный подход не получил широкой популярности среди исследователей.

Наиболее полное определение парадипломатии, которое позволяет в полной мере очертить границы феномена, предложил И. Духачек в своей концепции [3]. Он определил парадипломатию как «активную международную деятельность регионов, которая идет параллельно с дипломатией центра (или правительства)» [3]. Следует отметить, что парадипломатия региона не всегда находится в фарватере дипломатии центра (или правительства), она может также быть не согласована и противоположна ей. Таким образом, Д. Дериан, по сути, провел различие между понятиями «международные отно-

шения» и «мировая политика», которые согласно исследователю, заключаются в различии действующих субъектов. В то время, как понятие «международные отношения» включает взаимодействие между государственными акторами, понятие «мировая политика» шире и охватывает также взаимодействие и между неправительственными акторами, которых все больше появляется в системе международных отношений. В своем исследовании «Нарушенный суверенитет: на пути к типологизации новых акторов в международных отношениях» И. Духачек первым определяет три уровня парадипломатии в зависимости от их масштаба [2]. Первый уровень парадипломатии – трансграничная региональная парадипломатия (cross-border regional paradiplomacy), при котором преимущественно происходит взаимодействие между соседними регионами, у которых есть общая граница. Вторым уровнем он определяет как трансрегиональную (макрорегиональную) парадипломатию, при котором взаимодействие осуществляют регионы, которые не связаны общей границей, но расположены на территории государств, которые такую границу имеют. На этом уровне взаимодействие регионов происходит в строгих рамках дипломатического протокола между государствами. Третий уровень – это глобальная парадипломатия, которая заключается во взаимодействии регионов, которые не имеют общей границы как между собой, так и между государствами, на территории которых они расположены.

Другим исчерпывающим определением парадипломатии является определение Дж. Мак Нивена, который понимает под парадипломатией международную деятельность субнациональных единиц (таких как регионы и города), которая осуществляется наряду с традиционной дипломатией между государствами [7].

Кроме того, значительное влияние на развитие парадипломатии на современном этапе оказывает дипломатическая сеть или концепция сетевой модели. На современном этапе в дипломатии произошли трансформации, в результате которых дипломатическая деятельность контролируется и формулируется не только правительством и элитой, но также другими акторами, и даже общественностью. Государства и акторы международных отношений находятся во взаимозависимости, дипломатический процесс теперь происходит по разным каналам, не только государственным, но и по каналам субнациональных акторов, широко используется публичная дипломатия, что и представляет собой дипломатическую сеть или сетевую модель дипломатии.

Дипломатическая сеть охватывает не только правительства разных государств, но и сотрудничество гражданских обществ, регионов, муниципальных акторов, субъектов федераций, дипломатическая сеть открыта к транснациональной кооперации. Благодаря дипломатической сети возможна реализация парадипломатии, когда те акторы, которые непосредственно не занимаются дипломатией государства, могут и становятся активными акторами дипломатической деятельности.

Одними из первых на влияние парадипломатии на федеративное государство и теорию федерализма обратили внимание такие представители американской школы, как И. Духачек.

При федерализме территориальные единицы носят государствовподобный характер, а полномочия между регионами и центром юридически распределены и закреплены в основополагающих документах государства. Вопрос о том, какие акторы и в какой форме обладают правом на дипломатическую деятельность при федерализме, рассматривается по-разному разными школами. Например, регионалисты считают, что дипломатическая деятельность центрального правительства и регионов протекает параллельно, а федералисты считают дипломатию регионов частью мультиуровневого управления, причем регионы могут проводить такую внешнеполитическую деятельность, которая может быть в унисоне с дипломатией центра, а может ей противоречить. Федералисты считают, что парадипломатия благоприятно влияет на развитие торговли и бизнеса,

а также способствует тому, что регионы имеют право на международные связи, представительство, в связи с чем может быть предотвращено перерастание национализма в сепаратизм.

Мультиуровневая дипломатия представляет собой единую систему, в которой взаимосвязанные акторы на разных уровнях (центр и субнациональные акторы) продвигают общие интересы. Парадипломатия, таким образом, является необходимым элементом для реализации данной концепции, при этом если регионы и центр находятся в согласии, то общие интересы и задачи достигаются наиболее эффективно, но в случае оппозиционных настроений регионов дипломатия будет представлять собой не мультиуровневую систему, а скорее некую разрозненную систему, в которой разные акторы действуют разнонаправленно.

В результате исследований в области парадипломатии была создана комплексная система определений, которая определяет общий подход к изучению данного феномена и выстраивает теоретическую модель. В рамках данной модели во внимание принимаются как влияние процессов глобализации и регионализации, так и изменения во внутренней структуре государства. Одним из первых данную модель описал А. Лекур в своей концепции парадипломатии [6].

Изучая феномен парадипломатии, А. Лекур называет внутренние (децентрализация государства) и внешние (глобализация) факторы, которые способствуют увеличению трансграничных взаимодействий регионов. Он так же, как и И. Духачек, выделяет уровни парадипломатии, а также определяет формы международного взаимодействия регионов, и реакцию центра на такое сотрудничество.

Таким образом, парадипломатия в современном мире приобретает все более широкий охват, все большее количество субнациональных единиц становятся активными участниками парадипломатической деятельности. Интегративная теоретическая модель парадипломатии А. Лекура отражает наиболее полно отражает комплексный подход к парадипломатической деятельности, которая тесно связана с концепцией сетевой модели дипломатии, теорией федерализма и концепцией мультиуровневого управления.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Der Derian J. On diplomacy: a genealogy of western estrangement // Oxford 1987. – 258 p.
2. Duchacek I. Perforated Sovereignities: Towards a Typology of New Actors in International Relations // Federalism and International Relations. The Role of Subnational Units. Oxford. 1990. Pp. 1-33.
3. Duchacek I.D. The International Dimension of Subnational Self-Government // Publius. 1984. 14(4), Pp. 5-31.
4. Keohane R., Nye J. Transnational Relations and World Politics // Cambridge, MA : Harvard University Press, 1972. Pp. 9-39.
5. Rosenau J. The Study of Global Interdependence: Essays on the Transnationalization of World Affairs // Frances Pinter : 1980. 334 p. URL: <http://www.kazanfed.ru/papers/1/> (дата обращения: 10.11.2022).
6. Lecours A. Political Issues of Paradiplomacy: Lessons from the Developed World. URL: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20081217_cdsp_diplomacy_paper_paradiplomacy.pdf (дата обращения: 15.05.2022).
7. McNiven J. Canadian Provincial Trade Offices in the United States // States and provinces in International Economy. Berkley. 1993. Pp. 167-183.

Шэнь Бинбин, аспирант, Новосибирский Государственный Университет
Shen Bingbing, postgraduate, Novosibirsk State University

Перфильев Александр Александрович, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Финансы и кредит» экономического факультета, Новосибирский Государственный Университет

Perfiliev Alexander Alexandrovich, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department "Finance and Credit", Faculty of Economics, Novosibirsk State University

АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ КНР В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

ANALYSIS OF THE PROFITABILITY OF THE CHINESE BANKING SYSTEM IN MODERN SOCIETY

Аннотация. По мере того, как финансовая конкурентоспособность Китая становится все более напряженной, давление на китайские коммерческие банки растёт с каждым днём. Повышение прибыльности банков при сохранении контроля над рисками стало главной и актуальной проблемой для китайских экспертов. Прибыльность измеряет общий уровень развития коммерческих банков. В данной статье анализируется текущая прибыльность банковской системы Китая и эффективность банковской системы за последние 10 лет, а также предлагаются целевые меры по повышению прибыльности, которые важны для поддержания стабильного развития финансовой системы. Коммерческим банкам необходимо обновить свои модели прибыльности, скорректировать внутренние переменные характеристики и организационные структуры.

Abstract. As Chinese financial competitiveness becomes more and more strained, the pressure on Chinese commercial banks is increasing by the day. Improving the profitability of banks, while keeping risks under control, has become a central and topical concern for Chinese experts. Profitability measures the overall level of development of commercial banks. This paper analyses the current profitability of the Chinese banking system and the efficiency of the banking system over the past 10 years, and proposes targeted measures to improve profitability, which are important for maintaining the stable development of the financial system. Commercial banks need to innovate their profitability models, adjust their internal characteristics variables and organizational structures.

Ключевые слова: банковская система, прибыльность коммерческого банка, эффективность банка.

Key words: banking system, profitability of commercial banks, banking efficiency.

Банковская система играет важную роль, как в экономике отдельной страны, так и в жизни общества, поскольку создаёт продукты, которые позволяют индивидам улучшать свои социальные позиции, а местным властям – создавать современную инфраструктуру, улучшающую среду обитания людей. Общество, в лице центральных банков, использует банковскую систему для развития общества, при этом частично ограничивая свободу кредитных организация. Однако, регулируя банковскую деятельность, важно не лишить банки способности приносить прибыль своим инвесторам. Прибыльность – является важной характеристикой деятельности коммерческих банков, она позволяет оценить эффективность функционирования кредитного института, его способность приносить доход своим инвесторам. Контроль за прибыльностью коммерческих банков является одной из важнейших задач центральных банков, поскольку он позволяет оценить, результативность регулирования банковской системы. Для решения этой задачи важно корректно оценивать прибыльность. Как правило, для этого исполь-

зуются такие показатели как рентабельность активов, рентабельность капитала, доходность акций и т.д. [1, с. 23]. При анализе прибыльности банковской системы важно понимать, насколько ограничительные меры и требования к осуществлению банковских операций со стороны регулятора сохраняют интерес менеджмента и инвесторов кредитных организаций в развитии бизнеса. Центральные банки обращают внимание на долю прибыльных банков, на прибыльность банков разных размеров и типов.

Важно не только получить представление о прибыльности отдельных организаций, но и понять, какие детерминанты на неё повлияли. Это даёт представления об успешности регуляторных действий со стороны центрального банка. Исследователи выделяют следующие важные банковские детерминанты, влияющие на прибыль: размер банка, структура собственников банка, отношение депозитов к совокупным активам, коэффициент качества активов, коэффициент достаточности капитала, коэффициент кредитования, отношение затрат к доходам, монетарная политика, динамика ВВП и т.п. [2, с.1], [3, с.151]. При этом для развивающихся стран состояние экономики в целом важно [4, с. 27]. В КНР, где государственное регулирование экономики играет важную роль, особое значение имеют аналогичные детерминанты [5, с.105].

Значительный шаг в оценке прибыльности банковских систем играют граничные методы, которые направлены на построение границы производственных возможностей организаций. Организация при этом рассматривается как черный ящик, который для определённого входного сигнала (ресурсы) выдаёт выходной сигнал - продукты. Особенность этих методов заключается в том, что для каждой организации можно определить её позицию по отношению к лидерам отрасли через оценку расстояния до границы производственных возможностей. Получаемая величина, нормируемая в интервале [0,1] называется экономической эффективностью по прибыли. В данной работе мы рассматриваем граничные методы только применительно к оценке прибыльности [6, с.21]. Таким образом, применяя этот метод, можно получить оценку прибыльности банка, в рамках всей банковской системы, учитывая ситуацию на рынке (спрос на банковские продукты).

Китайские учёные проводили анализ прибыльности банковской системы КНР и получили ряд научных результатов, который позволил им сделать следующие выводы: эффективность акционерных банков выше, чем государственных [7, с. 29]; китайские средние банки более эффективны, чем крупные и мелкие [8, с. 260].

В нашем исследовании мы использовали модель функцию с тремя входами и тремя выходами, которая хорошо зарекомендовала себя в ряде исследований [9, с. 190]:

$$\begin{aligned} \ln\left(\frac{\text{Profit}^*}{w_3}\right) = & \beta_0 + \beta_1 \ln(y_1) + \beta_2 \cdot \ln(y_2) + \beta_3 \cdot \ln(y_3) + \gamma_1 \cdot \ln\left(\frac{w_1}{w_3}\right) + \\ & \gamma_2 \ln\left(\frac{w_2}{w_3}\right) + \beta_4 \cdot \frac{1}{2} \cdot [\ln(y_1)]^2 + \beta_5 \cdot \ln(y_1) \cdot \ln(y_2) + \beta_6 \cdot \ln(y_1) \cdot \ln(y_3) + \beta_7 \cdot \frac{1}{2} \cdot [\ln(y_2)]^2 + \\ & \beta_8 \cdot \ln(y_2) \cdot \ln(y_3) + \beta_9 \cdot \frac{1}{2} \cdot [\ln(y_3)]^2 + \gamma_3 \cdot \frac{1}{2} \cdot \left[\ln\left(\frac{w_1}{w_3}\right)\right]^2 + \gamma_4 \ln\left(\frac{w_1}{w_3}\right) \cdot \ln\left(\frac{w_2}{w_3}\right) + \gamma_5 \cdot \frac{1}{2} \cdot \\ & \left[\ln\left(\frac{w_2}{w_3}\right)\right]^2 + \alpha_1 \cdot \ln\left(\frac{w_1}{w_3}\right) \cdot \ln(y_1) + \alpha_2 \cdot \ln\left(\frac{w_2}{w_3}\right) \cdot \ln(y_1) + \alpha_3 \ln\left(\frac{w_1}{w_3}\right) \end{aligned} \quad (1)$$

где y_j - j -й результат (выход); w_n - стоимость n -го входа; β , γ и α - параметры, подлежащие оценке; u - неэффективность; v - случайная ошибка.

Что касается прибыли, как предлагается в [1], мы преобразуем прибыль, добавляя абсолютное значение минимальной прибыли плюс один к фактическим значениям. Это гарантирует, что $\ln(\text{Profit}) = \ln(\pi + |\pi^{\min}| + 1)$ будет иметь значение больше 0.

Параметры входа и выхода являются важным элементом в построении производственной функции. Выборка, используемая для расчётов, включает данные 337 российских банков – это все кредитные организации на конец 2020 г. Данные получены из базы Orbis за период 2012–2020 гг., стоимостные показатели представлены в долларах США. Мы предложили набор параметров, представленной в таблице 1, которые в отличие от предыдущих исследований, позволяет более полно учесть состав банковских продук-

том, к которым относятся непроцентные расходы, источником которых являются доходы от комиссионных операций и связать их с двумя видами ресурсов (размеру привлечённого капитала, влияющему на спрос на комиссионные услуги и размеру непроцентных расходов, влияющему на затраты, связанные с проведением комиссионных операций).

Таблица 1 – Параметры входа и выхода

Переменные	Обозначение	Описание	
Выход	y1	Loans	Кредиты заёмщикам
	y2	OOI	Непроцентные доходы
	y3	OEA	Прочие работающие активы (работающие активы минус кредиты)
Вход	w1	Fixed assets cost	Отношение накладных расходов к стоимости основных средств
	w2	Interest cost of debt	Отношение процентных расходов к стоимости привлечённого капитала
	w3	Non-Interest cost of debt	Отношение непроцентных расходов к стоимости привлечённого капитала

В отличие от предыдущих исследований мы использовали более широкую выборку за достаточно большой период. Мы сосредоточили внимание на оценке эффективности прибыльности банковской системы с более точной оценкой влияние комиссионных услуг, роль которых значительно возрастает с ростом цифровых технологий.

В результате расчётов мы получили вывод о том, что эффективность по прибыли является значимым фактором при объяснении прибыльности каждого из банков. Мы подтвердили вывод предыдущих исследований о высоком уровне эффективности банковской системы.

Учитывая, что разные по размерам банки имеют разные возможности в использовании банковских технологий, анализ эффективности стоит провести по типам банков и во временном разрезе (рисунок 1): государственные коммерческие банки (SO), национальные акционерные коммерческие банки (NJ), политические банки (PB), иностранные коммерческие банки (FB), сельские коммерческие банки (RB), городские коммерческие банки (CB). Анализ эффективности прибыльности в разрезе типов банков позволяет говорить о тенденции снижения эффективности прибыльности банков, что в общем, связано с снижением процентных ставок и спредов в банковском секторе, а также со снижением очень высоких темпов роста экономики, характерных для развивающихся стран и переход на уровень роста, соответствующих развитым странам.

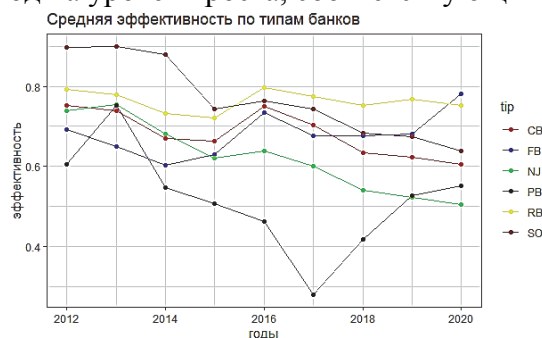


Рисунок 1 – Средняя эффективность типов банков в период 2012-2020 гг.

На прибыльность банков разных групп оказывает, как специфика их деятельности, так и внешние условия. По динамике средней эффективности можно говорить, что наиболее прибыльными является государственные банки (они изначально располагали более развитой инфраструктурой). В последние годы эффективность сельских коммерческих банков неуклонно растёт из года в год. В последние годы Китай сместил акцент своих экономических реформ на развитие "зелёных" финансов, а "зелёные" финансовые схемы являются важным финансовым стимулом для преобразования экологических ресурсов в экономические блага, чего невозможно достичь без помощи сельских коммерческих банков.

Нам удалось показать, что эффективность прибыльности китайских банков положительно коррелирует с ключевыми показателями прибыльности и затрат, что позволяет говорить о том, что китайские банки, для повышения своей прибыльности, опираются на развитие технологий и интенсивные способы деятельности, что характерно для высокоразвитых экономик.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Margarida Abreu. Commercial Bank Interest Margins and Profitability: Evidence for Some EU Countries // Porto Working Paper Series. 2002. С. 23-57.
2. Alicia García-Herrero. What explains the low profitability of Chinese banks? // Journal of Banking and Finance. 2009. V. 33. № 11. Pp. 1-27.
3. Zhang Yiyi. Regional analysis of factors influencing profitability of Chinese commercial banks // Statistics and decision making. 2013. V. 16. Pp. 151-153.
4. Song Juanjuan. Research on profitability of commercial banks based on principal component analysis // Finance and Accounting Communication. 2014. V. 08. Pp. 27-29.
5. Zhang Feng. An empirical study on the competitiveness of Chinese listed banks based on factor analysis // Shanghai Finance. 2015. V. 03. Pp. 105-107.
6. Моисеев Д. Круглов М., Кузьмин. Эффективность российских банков // Экономическая политика. 2008. № 4. С. 143-156.
7. Guo Junyan. Research on China's commercial banks X efficiency based on SFA method // Xiangtan City. Hunan Province. China. 2014. С. 29-39.
8. Ariff M., & Can L. Cost and profit efficiency of Chinese banks: A non-parametric analysis // China Economic Review. 2008. V. 19. № 2. Pp. 260-273.
9. Francesco Aiello. Profit and cost efficiency in the Italian banking industry (2006-2011) // Economics and Business Letters. 2013. V. 2. № 4. Pp. 190-205.

УДК 331.101.38

Ярославцева Елизавета Денисовна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Yaroslavtseva Elizaveta Denisovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Золотухина Наталья Денисовна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Zolotukhina Natalia Denisovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Капустенко Ирина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент, маркетинг и государственное управление», Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kapustenko Irina Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Public Administration, Komsomolsk-na-Amure State University

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ

PROBLEMS OF STAFF MOTIVATION IN LARGE COMPANIES

Аннотация. Данная статья посвящена изучению проблем мотивации персонала в крупных компаниях. Авторами определены методы, которые исследуют проблемы мотивации персонала и выделены основные аспекты реализации успешного управления персоналом. Результатом работы является составление памятки для руководителей, а также обозначены направления, на которые необходимо обращать внимание при возникновении затруднений в процессе стимулирования сотрудников.

Abstract. This article is devoted to the study of the problems of staff motivation in large companies. The authors identify methods that investigate the problems of personnel motivation and highlight the main aspects of the implementation of successful personnel management. The result of the work is the compilation of a memo for managers, as well as the directions that need to be paid attention to when difficulties arise in the process of stimulating employees.

Ключевые слова: мотивация, компании, система управления персоналом, проблемы, методы, правила.

Key words: motivation, companies, personnel management system, problems, methods, rules.

Любой работающий человек ориентируется на свою цель и абсолютно у каждого она различна. Это могут быть деньги, власть, престиж, карьерный рост, а некоторым работа просто доставляет удовольствие. Каким бы ни был фактор, без правильной поддержки – мотивации, сам работать он не сможет. Компании стараются продуктивно использовать возможности своих работников, создавая необходимые условия для полной отдачи сотрудников на работе и усиленного развития их успеха [6].

Трудиться приходится в разнообразной среде, в которой присутствует серьёзная конкуренция во всех её видах, а также в борьбе за качество и высокий уровень рабочей силы. Правила функционирования любой фирмы напористо навязываются рынком, а его позиция диктует персоналу множество новых установок.

Гораздо значимым аспектом предприятия является конкурентоспособность, которая запрашивает отбор не только эффективных технологий и техники, но и работников, подкованных и умеющих качественно, и в минимальные сроки выполнять свои функции и задачи. Высокий уровень развития у сотрудника профессиональных знаний и навыков, способностей и побуждений к труду, позволяет быстрее осваиваться и более производительно использовать вещественный фактор производства [5].

С каждым годом проблема мотивации сотрудника становится всё острее. Эффективность построения системы мотивации сотрудника в организации, напрямую зависит от качества его работы. Очень важно знать, что мотивирует человека, какая у него цель, выполняя ту или иную работу, соотносить желания и результативность работника с целями организации. Основная задача менеджера на разных этапах – это достижение целей, увеличение перспектив компании, что приводит её к эффективности и росту [1].

Научные сотрудники, изучающие проблемы данных концепций, выявили несколько основных причин, позволяющих разобраться, в системе неоднократных ошибок руководителей, связанных с вопросами мотивирования работников. Рассмотрим причины возникновения недостаточной мотивации (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 – Причины возникновения недостаточной мотивации

Эксперты представили свои выводы по этому вопросу и выявили, что самым важным является принцип изучения потребностей персонала, что они хотят получить от работы помимо заработной платы.

Мотивационная система состоит из самых разносторонних методов, но в основе лежат материальные и нематериальные [3].

Среди материальных и нематериальных методов мотивации также существуют: положительная мотивация, отрицательная мотивация, внешняя мотивация, внутренняя мотивация. Разберем их более подробно (рисунок 2).

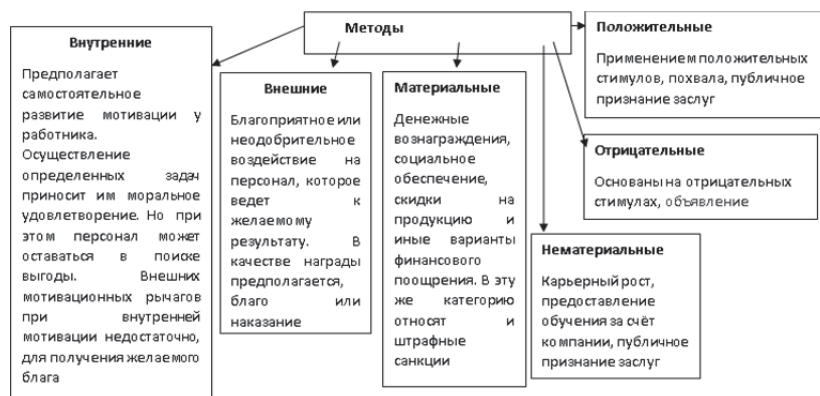


Рисунок 2 – Примеры методов мотивации

Самым эффективным методом является – материальный, потому что основной потребностью у каждого работника выступает удовлетворение финансового интереса. Исходя из этого, можно прийти к выводу, что цель мотивационной системы, в первую очередь, обеспечение высокого уровня оплаты труда и высокого уровня жизни сотрудника. Важно держать гибкость при создании системы мотивации. Оно даёт стабильность выплаты заработной платы сотруднику, и связывает эту выплату с достижениями в работе [4].

Целью нематериального метода мотивации является – повышение заинтересованности в своей работе сотрудника, которая приведет к увеличению прибыли компании и повышенной производительности труда.

В настоящее время проблема нематериального стимулирования персонала для России особо важна. Большое количество компаний действуют в условиях ограниченного бюджета. Создавая свою программу нематериальной мотивации, компании опираются на особенности бизнеса, стратегические цели и существующую корпоративную культуру [6].

По данным экспертов результативность программы будет эффективнее, если при разработке будут учитываться следующие правила (рисунок 3).

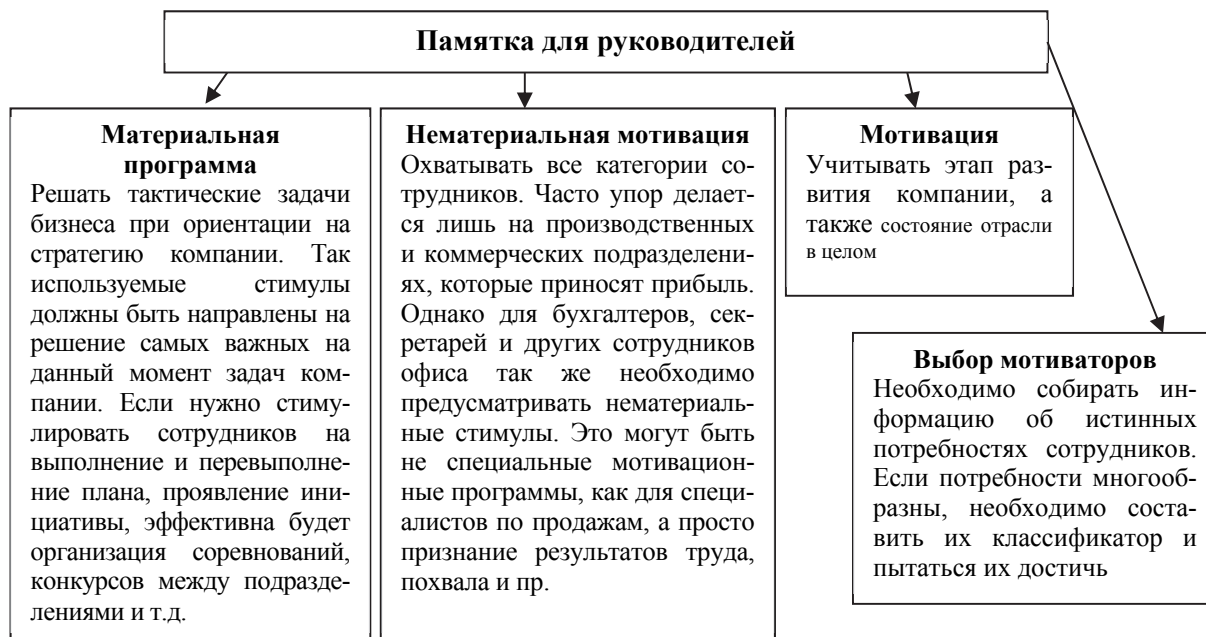


Рисунок 3 – Памятка руководителей для мотивации персонала компании

При рассмотрении главных задач, которые появляются в России из-за возникновения мотивации труда необходимо сделать вывод, что чем раньше руководители по управлению персоналом учтут эти факторы в своей деятельности, тем эффективнее бу-

дет протекать работа компании. Но не нужно забывать о том, что проблемы мотивации будут постоянно возникать, изменяться и проявляться на различных уровнях. Механизмы мотивации, которые развиты на сегодняшний день, несовершенны, но они эффективны и продолжают использоваться на практике [5].

В заключении отметим, что для высокого уровня материальной мотивации следует соотносить показатели стимулирования с целями компании и планировать системы поощрений не за реализацию четких задач, а за выполнение общих планов. На самом деле, самое действенное это материальная стимуляция определенных сотрудников, так как этим методом легче мотивировать персонал. Проблемы мотивации персонала в крупных компаниях

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мельник, М. В. Анализ и оценка систем управления на предприятиях. М. : Экономика, 2007. С. 59.
2. Системы мотивации персоналом. URL: <http://vakant.ru> (дата обращения: 10.10.2022).
3. Аншуков, С. Система мотивации // Служба кадров. 2002. № 12. С. 44-48.
4. Бодров, В. А. Психологические исследования проблемы профессионализации личности // Психологические исследования проблемы формирования личности профессионала: сб. науч. тр. / Ин-т психологии РАН. Москва, 2001. С. 3- 26.
5. Адаир, Д. Эффективная мотивация. Москва : ЭКСМО, 2003. – 325 с.
6. Адлер, Ю. П. Мотивация в системах качества // Стандарты и качество. 2001. № 4. С. 55-57.

РАЗДЕЛ 3 СОВРЕМЕННЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ПРАКТИКИ

УДК 316.77

Агапьятова Анастасия Викторовна, студентка, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева

Agapuyatova Anastasia Viktorovna, student, Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev

Брусенцева Маргарита Евгеньевна, студентка, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева

Brusentseva Margarita Evgenievna, student, Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev

Ахметгалиева Айгуль Ринатовна, кандидат социологических наук, доцент, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева

Akhmetgalieva Aygul Rinatovna, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev

РОЛЬ ЦИФРОВОГО ПИРАТСТВА В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА

THE ROLE OF DIGITAL PIRACY IN THE POPULARIZATION OF WORKS OF ART

Аннотация. Раскрывается противоречивая роль цифрового пиратства в современном обществе и в культуре. Приводятся результаты пилотажного опроса студентов об отношении к цифровому пиратству, согласно которым причинами актуальности данного явления среди молодежи являются дороговизна оригинальной продукции и доступность копий. Большинство опрошенных считают цифровое пиратство приемлемой практикой, способствующей популяризации искусства и позволяющей разнообразить досуг.

Abstract. The contradictory role of digital piracy in modern society and culture is revealed. The results of a pilot survey of students about their attitude to digital piracy are presented. The reasons for the relevance of this phenomenon among young people are the high cost of original products and the availability of copies. The majority of respondents consider digital piracy to be an acceptable practice that promotes the popularization of art and allows for a variety of leisure activities.

Ключевые слова: цифровое пиратство, искусство, культура, досуг, студенты.

Keywords: digital piracy, art, culture, leisure, students.

Цифровое пиратство является нарушением авторского права, а его суть состоит в том, что работы, являющиеся интеллектуальной собственностью, используются без получения каких бы то ни было разрешений на использование, и связано с копированием работ на цифровых носителях без уплаты соответствующих сумм авторам. В России вопросы авторского права регулируются соответствующим законом [4].

Цифровое пиратство напрямую связано с компьютеризацией общества, и изначально именно компьютерные программы были ее предметом. В 1980 году Конгресс США принял определение компьютерной программы как объекта интеллектуальной собственности, и с этого момента пиратство официально стало вне закона. До этого многочисленные обладатели компьютеров могли копировать и распространять программы абсолютно свободно и безнаказанно. Количество домашних компьютеров

можно было пересчитать десятками. Спустя десятки лет цифровое пиратство превратилось в «мировую индустрию» взломанного программного обеспечения [3].

Отношению к цифровому пиратству двойное [2]. С одной стороны, это нарушение закона, которое приводит к недополучению прибыли обладателями продукта, потере налогов государством, низкому качеству пиратской продукции. С другой стороны, это явление предоставляет широкий доступ населению к бесплатным цифровым продуктам, источникам информации, и поэтому рассматривается как благо, а не преступление.

Интеллектуальной собственностью, которую можно «спиратить», являются не только различные программные продукты, но и произведения искусства. Под произведениями искусства понимаются «любые искусно, мастерски выполненные (технически совершенные) продукты человеческого труда (материальной культуры), смысл которых выходит за границы утилитарности, то есть имеющие конструктивные, эстетические или художественные свойства, либо совмещающие те и другие» [2, с. 91]. Современное искусство многообразно, и к нему относят не только классическую музыку и произведения изобразительного искусства, но и кинофильмы, сериалы, продукты противоречивых музыкальных жанров.

В современном обществе стремительно развиваются информационные технологии, и большинство видов искусства (кино, музыка) «переезжают» в Интернет. Там можно посмотреть свой любимый сериал или послушать альбом любимой группы, а некоторые выставки отображают активность исключительно в киберпространстве (так называемые Интернет-выставки). Другими словами, происходит информатизация и компьютеризация общества.

Поскольку произведения искусства даже в электронном виде являются интеллектуальной собственностью, то они должны приобретаться за деньги, которыми не все располагают. Поэтому многие прибегают к цифровому пиратству, чтобы получить ту или иную информацию – книги, фильмы и сериалы, музыку и картины. Масштабы этого явления огромны.

Итак, проблема заключается в том, что пиратство – нелегальная деятельность, но она имеет положительное влияние на распространение произведений искусства.

Искусство – важная часть в жизни человека и в его личностном развитии. Оно с давних времен формирует внутренний мир человека, его духовные ценности и передает их из поколения в поколение. Также искусство дает возможности для развития, что отвечает духовным потребностям человека и его тяге к прекрасному.

Но современное общество также имеет свои особенности. Во-первых, не у всех людей есть материальная или физическая возможность покупать предметы искусства, ходить в музеи или кино. Во-вторых, сейчас идет процесс информатизации общества, из-за чего у людей повышается интерес к информационным продуктам, и они все чаще заменяют материальные. В-третьих, востребованность «цифрового» досуга резко актуализировалась в годы пандемии. «Виртуальное» искусство стало вынужденной альтернативой музеев, кинотеатров и других способов потребления искусства офлайн.

Таким образом, несмотря на незаконность пиратства произведений искусства, оно приобретает всё большую популярность в наши дни, откуда и вытекает актуальность и злободневность данной проблемы. Особенно актуальна она, на наш взгляд, для студентов, молодежи. Современная молодежь все больше переводит в виртуальный мир общение, работу, учебу, а также отдых, предпочитая походам в музей, кинотеатрам и концертам цифровые аналоги «культурных продуктов».

Чтобы проиллюстрировать отношение студентов к распространению произведений искусства посредством цифрового пиратства, был проведен разведывательный опрос среди студентов г. Казань (выборка – 150 чел.) Задачами опроса были оценка информированности студентов о пиратстве, популярности данной деятельности среди них, качества пиратской продукции.

В ходе опроса выяснилось, что большинство студентов (89 %) активно пользуются пиратской продукцией. Основными причинами этого были названы следующие: высокая стоимость оригинала (67 % респондентов выбрали такой вариант), доступность пиратской бесплатной версии (50 %), отсутствие нужной продукции в нашей стране (30 %). При этом выяснилось, что студенты довольно часто обращаются к пиратской продукции: подавляющее большинство опрошенных отметили, что используют такую продукцию как минимум несколько раз в месяц, и только 17,7 % делают это реже.

Практически половина опрошенных (49 %) считают, что пиратская продукция ничем не отличается от оригинальной, 39 % считают ее незначительно хуже оригинальной.

Однако лишь 62 % опрошенных считают себя цифровыми пиратами. Учитывая еще и то, что больше половины опрошенных оценили свои знания о цифровом пиратстве как довольно низкие, можно утверждать, что цифровое пиратство не воспринимается пользователями как какое-то преступное деяние, многие не знают и даже не задумываются о неправомерности этой практики, активно пользуясь пиратской продукцией. Только 13 % опрошенных относятся к пиратству отрицательно, большая часть (67 %) – нейтрально. Лишь 30 % согласились с утверждением: “Цифровое пиратство нелегально, поэтому это плохо”.

Самые популярные виды продукции, используемой студентами в обход авторских прав, это фильмы и сериалы (73 % опрошенных), художественная литература (49 %), музыка (35 %). Это распределение соответствует и способам проведения досуга. Самыми популярными вариантами проведения свободного времени у опрошенных стали просмотр фильмов (69 % опрошенных), музыка (65 %) и чтение книг (46 %). Получается, что значительная часть досуга студентов основана на потреблении цифровых аналогов произведений искусства посредством незаконного их потребления. Поэтому неудивительно, что многие из них согласны с положительным влиянием цифрового пиратства на распространение произведений искусства. 74 % опрошенных студентов согласились с утверждением, что цифровое пиратство помогает популяризировать искусство.

Данный опрос, несмотря на недостаточную репрезентативность, все же иллюстрирует основные тенденции использования пиратской цифровой продукции студентами, молодежью, и отношением их к данной ситуации. В частности, можно утверждать, что студенты активно пользуются подобной продукцией, и в большинстве считают это допустимой, более того, вынужденной и необходимой мерой для получения доступа к тем или иным ресурсам. Таким образом, цифровое пиратство, с одной стороны, являясь незаконным действием, играет важную роль в распространении произведений искусства, так как без него ограничилась бы сфера интересов студентов из-за отсутствия доступа.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ботарев С. Пиратство: воровство или борьба за свободу информации? // Сверхновая. Издательское медиа о будущем, интернете и свободе. URL: <https://supernova.is/editorial/piracy> (дата обращения: 20.09.22).
2. Валери П. Об искусстве. М. : Искусство, 1993.
3. Компьютерное пиратство: история и будущее. URL: <https://devby.io/news/kompyuternoe-piratstvo-istoriya-i-budushee> (дата обращения: 02.10.22).
4. Федеральный закон от 08.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. 01.12.2021. №8. Ст. 12.

Алексеева Вера Владимировна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Alekseeva Vera Vladimirovna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Товбаз Елена Геннадьевна, кандидат психологических наук, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Tovbaz Elena Gennadievna, Candidate of Psychology Science, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

ПОВЫШЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ЧЕРЕЗ КУЛЬТУРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКУЮ ПРОГРАММУ «ОСОЗНАННОЕ ДЕТСТВО»

INCREASING THE SIGNIFICANCE OF THE FAMILY IN MODERN SOCIETY THROUGH THE CULTURAL AND PSYCHOLOGICAL PROGRAM «CONSCIOUS CHILDHOOD»

Аннотация. В статье рассматриваются социальные, психологические и ценностные проблемы современной семьи. Анализируются тенденции общества, связанные с упадком семейных ценностей. Предлагается программа, способствующая повышению значимости семьи через концепцию «осознанное детство» направленная на формирование субъектности и культурно-личностный рост детей и родителей.

Abstract. The article deals with the social, psychological and value problems of the modern family. The tendencies of the society connected with the decline of family values are analyzed. A program is proposed that contributes to increasing the importance of the family through the concept of «conscious childhood» aimed at the formation of subjectivity and cultural and personal growth of children and parents.

Ключевые слова: семья, семейные ценности, родители, дети, социальное положение, осознанность, развитие личности.

Key words: family, family values, parents, children, social status, awareness, personality development.

В современном обществе семья утрачивает свое место как социальный институт, призванный осуществлять функции воспроизводства населения, сохранения культуры и традиций народов, формирование индивида как личности. Об этом свидетельствует увеличение количества неполных семей, возникающих из-за развода родителей, рост числа внебрачных детей и других негативных социальных явлений. А ведь «крепкая семья – залог стабильности и благополучия любого общества и его сила – это истина, проверенная веками» [4].

Но вместе с тем, социальная значимость семьи возрастает, становясь предметом заботы социальных служб и объектом социальной политики государства. Создание семьи приветствуется общественной моралью, а рождение детей в семье поощряется материально [3]. Кроме того, исторически так сложилось, что семья для русского человека является одной из важных ключевых ценностей, первоосновой жизни. Семья формирует культурные образцы и стереотипы, наследуемые из поколения в поколение, она определяет психологию и поведение человека в обществе. Однако, несмотря на большую значимость семьи для общества и государства, мы не можем отрицать тот факт, что семья в современной России находится в состоянии кризиса и некоторого упадка [1].

При всём при этом, воспитание детей зачастую сводится к двум крайним формам: полное пренебрежение родителями своими обязанностями, либо гиперопека и со-

здание в семье «культы ребёнка», когда родители, в основном матери, превращаются в обслуживающий персонал. И в том, и в другом случае это приводит к тяжёлым последствиям. В первом случае, ребёнок чувствует себя ненужным и брошенным со всеми вытекающими нарушениями психики, во втором случае, мнит себя центром вселенной – ребёнок вырастает или совершенно безвольным, или полным эгоистом, или же в определенном возрасте выходит из-под контроля в отместку за давление со стороны родителей, ведь ему нужно учиться самостоятельности в жизни [1].

Вместе с тем, меняющаяся реальность оказывает влияние на культуру детства и процессы социализации подростков в социуме на современном этапе развития общества. Многие исследователи это отмечают, затрагивая тему семейных ценностей и взаимоотношений, вопросы воспитания и отношения к детям [2]. Но одно остаётся неизменным – семья является основным институтом для развития социальной жизни индивида. Она занимает первое место в жизни каждого человека и всего общества [4].

Именно поэтому в настоящее время так велика необходимость возрождения семейных ценностей и повышения ценности семьи. Социальные науки разрабатывают всевозможные программы, опираясь на концепцию «осознанного родительства» [7]. Однако семья – это не только отношение родителей к детям, но и отношение детей к родителям, которые они затем проецируют на свою взрослую жизнь и собственные семьи.

С точки зрения гуманистической психологии путь к сознательному родительству начинается с детства. Согласно феноменологической теории личности К. Роджерса, точкой отсчёта является внутреннее субъективное переживание человека. Люди способны строить свою судьбу; являются целеустремлёнными, заслуживающими доверия, самосовершенствующимися и формирующими собственную «Я – концепцию» личностями. Все мотивы человека объединяются в тенденцию к актуализации. Эта тенденция побуждает человека стремиться к раскрытию своего собственного потенциала, двигаться в направлении большей сложности и автономии, а поведение человека определяется его собственной «Я – концепцией» [5].

По К. Роджерсу, «Я – концепция» включает в себя не только наше восприятие того, какие мы есть – «я – реальное», но также то, какими бы мы хотели или должны быть – «я – идеальное». То есть то, что человек больше всего ценит, к чему он стремится. Необходимым условием формирования «Я – концепции» в период становления личности является взаимодействие с окружающими людьми. Положительная оценка личности ребёнка через это взаимодействие и «позитивное внимание» прежде всего близких людей, формируют положительную «Я – концепцию» [5].

Таким образом, содержание «Я – концепции», в значительной степени является продуктом процесса социализации. Когда человек осознаёт несоответствие между «Я – концепцией» и актуальным переживанием, он пытается защитить целостность «Я» с помощью искажения или отрицания восприятия. Слишком большое несоответствие приводит к серьёзным личностным расстройствам. Психически здоровыми людьми по Роджерсу считаются люди, которые открыты переживаниям, полностью доверяют им и свободно актуализируются; они являются «полноценно функционирующими» людьми [5].

В свою очередь, взгляды К. Роджерса во многом перекликаются с «логопсихологией» В. Франкла. Согласно данному направлению в гуманистической психологии, стремление к поиску и реализации человеком смысла своей жизни – врождённая мотивационная тенденция, присущая всем людям и являющаяся основным двигателем поведения и развития личности. Если говорить словами Франкла «человек по своей сути стремится найти цель и осуществить своё предназначение в жизни». Основным постулатом данной теории является то, что не сам человек ставит вопрос о смысле жизни, а сама жизнь ставит этот вопрос перед ним; другими словами, человек не изобретает его, а находит в объективной действительности [6].

Таким образом, вопрос ставится не о смысле жизни вообще, а о конкретном смысле жизни данной личности в определённый момент времени, и никто не может навязать человеку тот или иной смысл жизни, человек приходит к нему сам. Хотя В. Франкл и выдвигает положение об уникальности смысла жизни, он всё же даёт содержательную характеристику возможных позитивных смыслов. В основе их лежат ценности – «смысловые универсалии, являющиеся результатом обобщения типичных ситуаций в истории общества» [6].

Выделяются три группы ценностей: ценности творчества, ценности переживания и ценности отношений. Человек реализуется благодаря приоритетным ценностям творчества. Потенциалом человека являются ценности переживания, главное из которых – любовь. Особое место в логотерапии занимают ценности отношения. Практические достижения логотерапии как раз связаны с ценностями отношения. Человек способен принимать решения и выбирать свой жизненный путь – с этим сопряжена ответственность человека за свою жизнь. Проблема ответственности – главная проблема логопсихологии: найдя смысл, человек несёт ответственность за осуществление своего смысла; от индивида требуется принятие решения, связанного с осуществлением смысла в конкретной ситуации. Человек свободен по отношению к своим влечениям, к наследственности и факторам внешней среды. Он, в определённых пределах, самодетерминирующееся существо. Он свободен реализовать смысл жизни [6; 7].

Рассмотренные выше положения и явились теоретическим обоснованием для разработки программы работы с семьёй под названием «Осознанное детство». Основная цель данной программы заключается в том, чтобы помочь человеку распознать собственные ресурсы своей личности и через это сделать его счастливым.

Перед юным поколением возникает множество вопросов, которые можно объединить в четыре основные группы: «Кто я? Зачем я? Где я? Где находится моя «сила успеха»?»

Детям и подросткам предлагается возможность узнать и научиться пользоваться свои естественные ресурсы (память, мышление, коммуникативные качества).

Для этого необходимо решить следующие задачи:

1. Осознание собственной личности.
2. Осознание и реализация взаимоотношений в семье.
3. Реализация личности через осознание своих возможностей и реализацию собственных взаимоотношений с окружающими людьми.
4. Самоидентификация в своей культурной среде, через воспитание в семье: изучение культуры своего народа, страны, края.

Главное условие: опора на субъективные переживания и внутренние ресурсы детей.

На первом этапе происходит развитие того, что дети уже знают – поиск этих знаний внутри себя: внутри своей природы и своего личного опыта. Одновременно дети приходят к осознанию цели своей жизни на данном конкретном этапе и в будущем. Они определяют для себя, что им необходимо, чтобы: стать уверенным и свободным; выбрать свою профессию; быть счастливым человеком; гордиться своим культурным и семейным наследием.

Ребёнок, а затем подросток, определяет для себя – насколько он счастлив, хочет быть счастливым и чем определяется его счастье.

На втором этапе – формируется доверие к миру и открытость через взаимоотношения со сверстниками и взрослыми. Подростки открыто выражают своё отношение ко всему, что их окружает – как позитивное, так и негативное. Дети сами делают свой выбор.

На третьем этапе – происходит реализация личности. Дети получают возможность для самовыражения и творчества во всех направлениях.

Основными методами работы являются: социально-психологический тренинг, с элементами групповой психотерапии; развивающий и обучающий тренинг; индивиду-

альное консультирование (сюда входит и консультирование родителей детей, участвующих в программе, в том числе и совместно с детьми).

Проводятся родительские собрания, которые помогают выявить установки родителей. Целью этих собраний является также, с одной стороны психологическое просвещение родителей и, с другой стороны, демонстрация достижений детей.

Узловыми моментами программы являются – формирование доверия к миру, реализация собственной личности через осознание своих возможностей и реализацию взаимоотношений с окружающими; ощущение себя свободным в собственном выборе.

Осознание уникальности своего «я», рассматривается сквозь призму своих отношений с миром. В процессе осознания преломления своего «я», подросток учится не воспринимать это как трагедию или угрозу своему переживанию, а использовать это в качестве стимула к реализации своей личности, как опоры своему внутреннему миру и, тем самым достигать поставленной цели. В результате жизненные трудности начинают восприниматься не как барьер, а как ступени личностного роста.

В самой программе большое значение придаётся преемственности и взаимосвязи направлений работы с детьми и взрослыми. Ребёнок является учителем для взрослых, через общение с ним осуществляется личностный рост взрослого человека, что приводит к его совершенствованию.

Очень важно, чтобы личностный рост ребёнка сопровождался личностным ростом его родителей – это в значительной степени способствует взаимопониманию и обеспечивает оптимальные условия для развития уверенности в своих силах, умению управлять своими эмоциями, осознание своих возможности и улучшение взаимоотношений в семье через понимание и принятие позитивных семейных ценностей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Васильченко, А. В. Ценность семьи в современной Российской культуре (на материале СМИ) // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 237-241.

2. Воскобойникова А. А., Климова Е. В. Кросс-культурные исследование особенностей культуры детства // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 268-271.

3. Геращенко Р.И., Шинкорук М.В. Оптимизация социальной работы с семьёй в Хабаровском крае // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 7-10.

4. Калинина А .Е., Шинкорук М. В. Социальные проблемы современной семьи: результаты практического исследования // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всерос. науч. конф., Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 г. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГУ», 2021. Ч. 2. С. 30-34.

5. Роджерс Карл Р. Становление личности: взгляд на психотерапию : научное издание . Москва : ИОИ, 2017. – 240 с.

6. Франкл В. Человек в поисках смысла / Общ. ред. Л. Я. Гозмана и Д. А. Леонтьева; вст. ст. Д. А. Леонтьева . М. : Прогресс, 1990. – 368 с.

7. Эйдемиллер Э. Г., Юстицкис В. В. Психология и психотерапия семьи : монография. 4-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 672 с.

Блохин Иван Олегович, студент, ФМО ИБДА, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
Blokhin Ivan O., student, International Relations department, Institute of Business Studies (IBS-Moscow), Russian presidential academy of national economy and public administration (RANEPA, Moscow)

Эпштейн Виталий Анатольевич, кандидат социологических наук, доцент кафедры мировой экономики и международных отношений, ИБДА, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.
Epshteyn Vitaly A., PhD in Sociology, Associate professor, International Relations department, Institute of Business Studies (IBS-Moscow), Russian presidential academy of national economy and public administration (RANEPA, Moscow)

ПОЛИТИКА ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ В СЕРБИИ НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПРАВЯЩЕЙ КОАЛИЦИИ ПО СЛУЧАЮ ДНЯ ПОБЕДЫ НАД ФАШИЗМОМ

THE POLITICS OF HISTORICAL MEMORY OF THE SECOND WORLD WAR IN SERBIA ON THE EXAMPLE OF SPEECHES BY REPRESENTATIVES OF THE RULING COALITION ON THE OCCASION OF VICTORY DAY OVER FASCISM

Аннотация. В статье рассматривается политика исторической памяти о Второй Мировой войне в Республике Сербия. В ходе исследования проанализированы идейные основы и эволюция политики исторической памяти, а с помощью методов контент-анализа и сравнительного анализа текстов проанализированы выступления сербских политиков, являющихся представителями правящей коалиции, по случаю Дня Победы над фашизмом в 2022 г. На основании исследования сделаны выводы о политическом и коммеморативном значении Дня победы для правящей коалиции, об однозначном признании коалицией исторической роли России в контексте этой памятной даты и об отсутствии конкретизации участников Второй Мировой войны в рамках территории Югославии. Результаты анализа значимы для понимания актуальных особенностей восприятия событий Второй Мировой войны сербским политическим руководством как аспекта политики исторической памяти Сербии.

Abstract. This article is devoted to evaluation of the historical memory policy of the Second World War in the Republic of Serbia. The article touches upon the problem of historical memory as an element of the collective identity of the country. In the course of the study, the ideological foundations and the evolution of the policy of historical memory in Serbia were analyzed. Also, using the methods of content analysis and comparative analysis of texts, the speeches of Serbian politicians, who are representatives of the ruling coalition, on the occasion of Victory Day over Fascism in 2022 were studied. Based on the conducted research, conclusions were made about the political and commemorative significance of Victory Day for the ruling coalition, about the unambiguous recognition by the coalition of the historical role of Russia in the context of this memorable date and about the lack of concretization of participants in the Second World War within the territory of Yugoslavia. The results of the analysis are important for understanding the actual features of the perception of the events of the Second World War by the Serbian political leadership as an aspect of the policy of historical memory of Serbia.

Ключевые слова: политика исторической памяти, Вторая Мировая война, День победы над фашизмом, Республика Сербия, коллективная идентичность.

Key words: politics of historical memory, Second World War, Victory Day over Fascism, Republic of Serbia, collective identity.

Введение

Историческая память, представляющая собой «символическую репрезентацию исторического прошлого» [1], является неотъемлемой частью коллективной идентичности [2]. В свою очередь, коллективная идентичность представляет собой идейно-ценностную основу политики государства [2; С. 56], поэтому изучение политики исторической памяти [3; С. 291] необходимо для анализа и прогнозирования его политики в целом. Для Сербии формирование картины представлений о событиях Второй Мировой войны имеет немалое значение, о чём свидетельствуют мнения сербского политического руководства по поводу важности сохранения истории уходящей эпохи. Указанные аргументы свидетельствуют об актуальности выбранной проблемы.

Цель исследования – выявить картину представлений о Дне Победы над фашизмом у членов правящей коалиции Республики Сербия в контексте формирования политики исторической памяти в государстве.

Задачи:

- Определить идейные основы политики исторической памяти о Второй Мировой войне в Республике Сербия.
- Выявить особенности политики исторической памяти о Второй Мировой войне в Республике Сербия на примере выступлений представителей правящей коалиции Республики Сербия¹ в честь Дня Победы над фашизмом² в 2022 году.

Объект исследования - политика исторической памяти.

Предмет исследования - политика исторической памяти о Дне Победы в Республике Сербия.

Методология исследования: контент-анализ и сравнительный анализ текста.

Основная часть. Идейные основы политики исторической памяти о Второй Мировой войне в Республике Сербия

Идейное осмысление событий Второй Мировой войны в Сербии, как и в целом в государствах бывшей Югославии (в большей или меньшей степени) сложно назвать завершившимся. Даже сама концепция исторической памяти в сербском научном обществе не является устоявшейся: одни эксперты, такие как Зоран Милошевич, поддерживают идею о важности формирования единой культуры памяти, которая должна передаваться из поколения в поколение и отражать культурную идентичность народа [4], другие (например, профессор Тодор Кулич) выдвигают тезис о «культуре воспоминаний» - индивидуальной, изменчивой и основанной на критическом взгляде на историю [4].

Стоит отметить, что для сербской коллективной идентичности события Первой Мировой войны имеют колоссальное значение и, что не менее важно, относительно неё имеется значительно меньше разногласий, чем в связи со Второй Мировой войной [5].

Напротив, для государств бывшей Югославии, в том числе и для Сербии, характерна ревизия как государственного, так и общественного нарратива о Второй Мировой войне. Идейная основа времён СФРЮ была утеряна вместе с разрушением югославской государственности, и в настоящее время в сербском обществе отсутствует консенсус по поводу трактовки Второй Мировой войны, значительная часть социума рассматривает события той эпохи через призму гражданской войны, имевшей место параллельно оккупации Югославии Германией и её союзниками [5; С. 148].

¹ Под «правящей коалицией» здесь и в дальнейшем понимается Коалиция вокруг Сербской прогрессивной партии (СПП) – парламентской фракции, которая по итогам выборов в Скупщину 2020 и 2022 гг. набирала большинство голосов избирателей.

² Государственный праздник в Республике Сербия, празднуется 9 мая.

Государственный нарратив за последние десятилетия также потерял свою актуальность. После свержения режима С. Милошевича в 2000 г. и прихода к власти демократической оппозиции во главе с В. Коштуницей начался пересмотр нарративов о войне: на официальном уровне началась реабилитация Равногорского движения, а наследие югославско-советской антифашистской борьбы было предано забвению уже первые годы 2000-х гг. [5; С. 148] Тем не менее, уже к концу первого десятилетия XXI в. новое политическое руководство Сербии во главе с президентом Б. Тадичем под влиянием как ухудшения отношений со странами Запада, так и укрепления отношений с Россией начало уделять больше внимания исторической памяти о Второй Мировой войне. Это выразилось в восстановлении традиций возложения венков к местам памяти, а также во взаимных визитах руководства Сербии и России по случаю дня освобождения Белграда и Дня Победы [5; С. 149, 6]. День Победы является государственным праздником в Республике Сербия, но рабочим днём [7].

В дальнейшем российско-сербские связи по случаю коммеморативных мероприятий продолжали укрепляться. В 2015-2019 гг. в Сербии распространяется акция «Бессмертный полк» [5; С. 150]. Новый президент Сербии А. Вучич, избранный в 2017 г., регулярно поздравлял граждан России с Днем Победы, в том числе на русском языке [8, 9, 10, 11], а в 2018 г. сам принял участие в «Бессмертном полку» в Москве [12]. В целом, по мнению А. Джокича, Сербия при текущем руководстве движется в русле российского нарратива о Второй Мировой войне [13]. Однако положение Сербии на стыке интересов разных региональных политических сил (Россия, НАТО, ЕС, Исламский мир) отражается на том, что эти акторы стремятся оказывать влияние на национальную идентичность и историческую память. Так, представители США открыто высказывали недовольство по поводу сближения сербского и российского нарративов [13].

Таким образом, представления общества и государства о событиях Второй Мировой войны в Сербии неоднородны и динамичны, подвержены влиянию как внутренних, так и внешних факторов. В то же время за последние годы заметно проведение политики исторической памяти о Второй Мировой войне в тесной связи с Россией.

Тема Дня Победы над фашизмом на примере выступлений представителей правящей коалиции Сербии

С целью формулирования целостной картины представлений правящей коалиции Сербии о Дне Победы на момент 2022 г. был проведен контент-анализ выступлений членов СПП и Коалиции вокруг СПП по случаю Дня победы над фашизмом.

Основными информационными ресурсами для поиска были определены крупные сербские ежедневные издания: «Politika» и «Blic», в которых были исследованы статьи, содержащие высказывания политических деятелей: Игоря Мировича, председателя правительства Автономного края Воеводина и члена СПП; Милоша Вучевича, мэра Нови-Сада и вице-президента СПП; Стевана Бакича, мэра Суботицы и члена СПП; Ненада Поповича, лидера Сербской народной партии и министра по инновациям и технологическому развитию Сербии. В ходе исследования не было найдено выступлений Александра Вучича, президента Республики Сербия и председателя СПП, а также Аны Брнабич, главы правительства Сербии и заместителя председателя СПП.

Затем были разработаны критерии сравнения: «объект чествования»; «объект-антагонист», «компонент России/СССР», «связь с современностью». Дальнейший анализ проводился в соответствии с этими критериями.

Результаты сравнительного анализа выступлений приведены в Таблице 1.

Таблица 1- Результаты сравнительного анализа выступлений представителей правящей коалиции Республики Сербия по случаю Дня победы над фашизмом

критерий сравнения	выступление		политика	
	игорь мирович, председатель правительства автономного края воеводина и член спп	милош вучевич, мэр нови-сада и вице-президент спп	стеван бакич, мэр суботицы и член спп	ненад попович, лидер сербской народной партии и министр по инновациям и технологическому развитию сербии
объект чествования	ветераны россии и сербии; антифашизм	«славные предки», которые «всегда выбирали правильную сторону»; «добро»	ссср и красная армия; «героические предки»; антифашизм и те народы, которые в годы войны его придерживались	сербский народ; храбрость предков; российские союзники
объект-антагонист	фашистская и нацистская идеология	фашизм и нацизм; «зло»	нацистская идеология и её атрибуты (ненависть, антисемитизм и расизм); «непостижимое зло»	оккупанты
компонент россии/ссср	упоминание ветеранов и «освободительного антифашистского движения»	упоминание о красной армии как об освободительнице сербии	роль ссср и красной армии в победе над нацизмом	роль российских союзников в победе над оккупантами
связь с современностью	упоминание проблемы пересмотра истории и конфликтов вместо сотрудничества; приверженность сербии добродетелям в международных отношениях	призыв к сохранению исторической памяти для лучшего понимания будущего; важность сохранения памяти об освободительной роли красной армии в контексте событий современности	роль антифашизма для европы	роль победы над врагом как фактор освобождения сербии; важность следования примеру предков в деле сохранения свободы и независимости сербии

Заключение

На основании проведённого исследования были сделаны следующие выводы:

1. Роль Второй Мировой войны как компонента политики исторической памяти в Республике Сербия значительно возросла с начала XXI в.
2. Политика исторической памяти о Второй Мировой войне в Сербии тесно связана с Россией.
3. С момента прихода к власти в 2017 г. президент Республики Сербия и председатель Сербской прогрессивной партии Александр Вучич регулярно выступал или делал заявления по поводу Дня Победы над фашизмом (в 2018 г. принял участие в акции «Бессмертный полк»), но в 2022 г. какие-либо упоминания о выступлениях президента или премьер-министра Сербии по случаю праздника 9 мая в проанализированных источниках отсутствуют.

4. 3 из 4 найденных выступлений принадлежит политикам из АК Воеводина, что, вероятно, связано с ощутимой долей должностных лиц из правящей коалиции в этом регионе.

5. В качестве объекта чествования в указанных заявлениях выступает не какая-то конкретная сербская или югославская политическая сила (партия, движение), а либо предки/ветераны, либо сербский народ, то есть акцент не делается на какую-то одну политическую силу, связанную с борьбой с оккупантами на территории Сербии в период Второй Мировой войны.

6. В проанализированных выступлениях отсутствует антироссийская риторика, причем каждый из политиков в своём выступлении упомянул роль СССР (либо России/российских союзников) в борьбе против фашизма и освобождении Югославии.

7. В виде объекта-антагониста представляется либо фашизм и нацизм, либо «оккупанты», заявлений о противостоящих силах внутри страны (партизанах, четниках, лётичевцах) не звучало.

8. Представители правящей коалиции по-разному охарактеризовали значение праздника 9 мая, тональность оценок варьируется от роли антифашизма в Европе до важности следования примеру предков в деле сохранения свободы и независимости Сербии. В двух выступлениях подчеркивается необходимость сохранения исторической памяти и противодействию фальсификации истории.

9. В разных выступлениях фигурирует тезис о том, что сербский народ был «на правильной стороне истории».

Таким образом, на примере проанализированных выступлений можно предположить, что правящая элита Республики Сербия представляет День Победы над фашизмом как важную историческую дату с важным политическим значением праздника для Сербии. Правящая коалиция проявляет однозначную симпатию к России и её исторической роли в контексте Дня Победы. При этом из-за сложности истории Второй Мировой войны на территории Югославии и отсутствия однозначной её интерпретации в сербской коллективной памяти, политики в своих выступлениях не конкретизируют ни героев, ни антигероев Югославии периода Второй Мировой войны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Репина, Л. П. Культурная память и проблемы историописания: (историогр. заметки). Москва : ГУ ВШЭ, 2003. – 43 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002376042> (дата обращения: 17.11.2022).

2 Павленко, О. В. Конструктивистский подход к исследованию международных отношений: возможности и пределы // Вестник РГГУ. 2015. № 6. С. 53-67. - (Серия "Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение"). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruktivistskiy-podhod-k-issledovaniyu-mezhdunarodnyh-otnosheniy-vozmozhnosti-i-predely-1> (дата обращения: 17.11.2022).

3 Малинова, О. Ю. Политика памяти как область символической политики // МЕТОД. 2019. С. 285-312. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politika-pamyati-kak-oblast-simvolicheskoy-politiki> (дата обращения: 17.11.2022).

4 Милошевич З. Сербия. Культура памяти или культура воспоминаний? // Regnum. 2020. 12 сент. URL: <https://regnum.ru/news/3061348.html> (дата обращения: 17.11.2022).

5 Тимофеев, А. Ю. Метаморфозы памяти о боевом братстве русских и сербов в годы Второй мировой войны в современной Сербии // ВЕСТНИК МГИМО УНИВЕРСИТЕТА. С. 142-146 URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44172710> (дата обращения: 17.11.2022).

6 Белград: Сербия гордится участием в параде Победы в Москве // ВЗГЛЯД – 2015 – 12 мая. URL: <https://vz.ru/news/2015/5/12/744847.html> (дата обращения: 17.11.2022).

7 ZAKON O DRŽAVNIM I DRUGIM PRAZNICIMA U REPUBLICI SRBIJI. URL: <http://www.propisi.com/zakon-o-drzavnim-i-drugim-praznicima-u-republici-srbiji.html> ((дата обращения: 17.11.2022).

8 Премьер Сербии поздравил россиян с Днем Победы на русском языке // РИА НОВОСТИ – 2017. – 9 мая. URL: <https://ria.ru/20170505/1493760832.html>

9 Александр Вучич поздравил граждан России с Днём Победы // Regnum – 2019. – 9 мая. URL: <https://regnum.ru/news/polit/2626014.html> (дата обращения: 17.11.2022).

10 Вучич передал Путину поздравления с Днем Победы // РИА НОВОСТИ – 2020. – 07 мая. URL: <https://ria.ru/20200507/1571093273.html> (дата обращения: 17.11.2022).

11 Вучич поздравил жителей Сербии с Днем Победы на русском языке // РИА НОВОСТИ – 2021. – 9 мая. URL: <https://ria.ru/20210509/serbiya-1731615670.html> (дата обращения: 17.11.2022).

12 Иностранные лидеры приняли участие в акции "Бессмертный полк / РИА НОВОСТИ // - 2018. – 9 мая. <https://ria.ru/20180509/1520229939.html> (дата обращения: 17.11.2022).

13 Джокич А. Ревизионизм истории как война нарративов. Взгляд с Западных Балкан // РСМД. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/revizionizm-istorii-kak-voyna-narrativov-vzglyad-s-zapadnykh-balkan/> (дата обращения: 17.11.2022).

УДК 659.1

Брыкова Елизавета Денисовна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Brykova Elizaveta Denisovna, student of Komsomolsk-on-Amur State University

Тимофеева Ирина Юрьевна, кандидат культурологии, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Timofeeva Irina Yurievna, candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the departments «History and Cultural Studies» of Komsomolsk-on-Amur State University

АГРЕССИВНАЯ СРЕДА В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

AGGRESSIVE ENVIRONMENT IN ADVERTISING

Аннотация. В статье рассматривается феномен агрессии в рекламе. Реклама, содержащая агрессивное изображение или текст, может быть деструктивной или конструктивной по цели воздействия, и, учитывая массовость, публичность и доступность таких сообщений могут возникнуть ситуации их спорной оценки. С учетом индивидуально-психологических подходов дается объяснение воздействия агрессивной рекламы.

Abstract. The article discusses the phenomenon of aggression in advertising. Advertising containing an aggressive image or text can be destructive or constructive for the purpose of exposure, and, given the mass, publicity and accessibility of such messages, situations of their controversial evaluation may arise. Taking into account individual psychological approaches, an explanation of the impact of aggressive advertising is given.

Ключевые слова: агрессия, реклама, агрессивная реклама, агрессивный маркетинг, бренд.

Key words: aggression, advertising, aggressive advertising, aggressive marketing, brand.

Агрессивная среда – это среда, в которой в данном наборе действующих лиц и сил одна сторона игнорирует интересы другой и навязывает их в той или иной форме, во многом благодаря своей конкурентной природе.

Агрессивная реклама – одна из самых мощных форм влияния, использующая навязчивые и манипулятивные способы продвижения брендов, продуктов или услуг. Бренды используют агрессивный маркетинг как способ привлечения клиентов и увеличения продаж. Она может увеличить клиентскую базу и доходы, расширить рынки сбыта и даже увести клиентов у конкурентов [1, с. 248].

Агрессивный маркетинг многофункционален. Особенно ярко эта особенность проявляется в условиях активной конкуренции. Но всегда следует учитывать особенности стиля компании и допустимые экономические риски в использовании такого рода продвижение товаров и услуг.

Выделяют следующие стратегии агрессивного маркетинга [2, с. 135]:

1. Использование приемов манипулирования и давления на заказчика-покупателя буквально вынуждает его купить товар. Торопятся, спрашивают, угрожают последствиями, не дают времени обдумать решение о покупке.

2. Реклама на слабых сторонах конкурента – классический маркетинг акцентирует внимание на преимуществах собственного продукта. Агрессивные маркетологи придерживаются «локомотива» известного бренда и выстраивают рекламную кампанию, сравнивая собственный продукт с продвигаемым аналогом. В чью пользу сравнение будет понятно без пояснений.

3. Скандальная реклама-использование конфликтных, провоцирующих тем приводит к тому, что рекламу начинают активно обсуждать.

Прежде чем использовать агрессивный маркетинг, нужно знать его последствия, приведём примеры преимущества и недостатков применения агрессии в рекламе.

К главным преимуществам агрессивного маркетинга можно отнести [3, с. 65]:

1. Универсальность – может успешно использоваться как опытными, так и вновь появившимися компаниями.

2. Возбуждение интереса «холодных» покупателей, не интересовавшихся товаром до рекламы.

3. Быстрый эффект на клиентов.

4. Высокая эффективность и экономичность.

В собственную очередность ключевыми минусами агрессивного маркетинга считают [4, с. 387]:

1. Сложность представления. Без знаний, соответствующих навыков, хорошо продуманной стратегии, а также некоторых качеств, таких как настойчивость, уверенность в себе, решительность и находчивость, очень сложно (вернее, даже невозможно) добиться желаемого результата.

2. Часто привлекает внимание навязчивостью и скандальным размахом.

3. Это может повредить репутации бренда.

4. Чаще всего нарушает принципы этики.

В статье рассматриваются следующие рекламные тексты, использующие инструменты агрессии в рекламных интеграциях:

Выпуск знаменитой двойной бритвы Gillette (Рисунок 1). Основатель компании Кинг Джиллетт случайно изобрел двойную бритву. Он просто уронил и расколол обычную бритву. А когда склеил половинки, оказалось лучше брить двумя лезвиями. Но покупатели не были готовы платить за неизвестный новый инструмент. В год можно было продать только 5 штук.

Потом был применен агрессивный маркетинг: целых 3 месяца двойные бритвы просто раздавали бесплатно, потом снова начали продавать. Этого времени хватило

мужчинам, чтобы оценить удобную новинку. В результате за следующий год было продано более двух миллионов бритв. Таким образом, новинка завоевала рынок.



Рисунок 1 – Двойная бритва «Gillette»

Вечно закрывающийся «Санлайт» (Рисунок 2). Хотя это, скорее, антипример. Компания Sunlight использовала приём агрессивного маркетинга, объявив, что скоро закрывается. В связи с этим предлагаются скидки и акции. Вот только «закрывалась» сеть магазинов много раз. В итоге «Санлайт» несколько раз штрафовала антимонопольная служба. Но судя по тому, что спам о ликвидации товаров в Sunlight продолжает распространяться, их прибыль, скорее всего, превышает эти штрафы.



Рисунок 2 – Магазин «Sunlight»

Бургеры и новый рынок (Рисунок 3). Никто в большом кругу не знал американской компании Garden Burger, потому что они делали бургеры для вегетарианцев. Президент компании решил расширить рынок сбыта и выпустить обычные бургеры. На самом популярном в США телеканале в прайм-тайм вышел короткий видеоролик, в котором президент Garden Burger рассказал о новых бургерах. Говорят, что они потратили на это годовой рекламный бюджет. Дело в том, что раньше эту компанию никто не знал.

Прием удался: все стали выяснять, что это за никому не известная компания, которая тратит столько денег на рекламу, да еще и в сфере фаст-фуда. Об этом писали и говорили все СМИ, и многие из них были очень ироничными. Более 500 упоминаний в неделю. Но прибыль от такого внимания была настолько велика, что через 3 месяца вышла новая модная реклама, на этот раз на радио. Собственно, вся прибыль, около 12 миллионов долларов, ушла именно на них. И риск снова окупились: продажи выросли на 411 %.



Рисунок 3 – Бургеры компании «Garden Burger»

Напоследок разберём компанию «Pepsi» (Рисунок 4). В 30-х годах XX века Pepsi выпустила колу в бутылках по 12 унций. В это время Coca-Cola продавала напиток в бутылках по 6 унций за 5 центов. Зная об этом, Pepsi запустила рекламу: купите в 2 раза больше напитка за ту же цену.

Отреагировать и что-то изменить конкуренты не могли: ведь Coca-Cola продавала напиток через автоматы, принимающие пятицентовые монеты и сбросить цену не получилось бы. К тому же на складе у них оставалось больше миллиарда этих бутылок. Так что игра на слабостях конкурента принесла Pepsi много новых покупателей.



Рисунок 4 – Напиток «Pepsi»

Бренды из разных сфер имеют все шансы использовать враждебный менеджмент для увеличения размеров торговли и роста компании в условиях жесткой конкуренции. Для этого необходимо создать проект продвижения и учесть отклик потребителей. Важно заранее подготовиться к негативному взаимодействию со стороны маргинальной публики или конкурентов и, кроме того, учитывать условия законодательства, стабилизирующего рекламу [5, с. 2].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Фрейд З. Введение в психоанализ: лекции. М. : Наука, 1991. – 456 с.
2. Волкова А.И., Пижугийда В.В. Основы психологии рекламы // Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 248 с.
3. Белянин А.Б. Социальная реклама как социально коммуникативный феномен // Актуальные проблемы современного общества: сборник научных трудов заочной научно-практической конференции. Астрахань, 2007. – 123 с.
4. Геращенко Л.Л. Мифология рекламы. М. : Диаграмма, 2006. – 464 с.
5. Петрова Е., Надеин А. Отрицательные эмоции в рекламе // Рекламные идеи. YES. 1997. № 2. С. 1-3.

УДК 659

Волкова Анастасия Максимовна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Volkova Anastasia Maksimovna, student of Komsomolsk-on-Amur State University

Тимофеева Ирина Юрьевна, кандидат культурологии, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Timofeeva Irina Yurievna, candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the departments «History and Cultural Studies» of Komsomolsk-on-Amur State University

ОБРАЗ СЕМЬИ В СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

THE IMAGE OF THE FAMILY IN SOCIAL AND COMMERCIAL ADVERTISING: AXIOLOGICAL ASPECT

Аннотация. Работа посвящена исследованию образа семьи в социальной и коммерческой рекламе в аспекте транслируемых ценностей. Для анализа автором были выбраны российские рекламные ролики, в которых отражен образ семьи и семейных ценностей. Реклама, в которой можно увидеть таких персонажей как ребенок, мать, отец, использующая семейный образ жизни, умело манипулирует потребителями, так как использует вечные ценности. Семья выполняет важнейшую функцию социализации, благодаря которой, человек может существовать в нашем мире, полном социальных связей и отношений.

Abstract. The work is devoted to the study of the image of the family in social and commercial advertising in the aspect of broadcast values. For the analysis, the author selected Russian commercials that reflect the image of the family and family values. Advertising, in which you can see such characters as a child, mother, father, using a family lifestyle, skillfully manipulates consumers, as it uses eternal values. The family performs the most important function of socialization, thanks to which a person can exist in our world full of social ties and relationships.

Ключевые слова: социальная реклама, коммерческая реклама, образ семьи в рекламе, ценности, сравнение рекламы.

Key words: social advertising, commercial advertising, family image in advertising, price news, advertising comparison.

Для каждого человека понятие «семья» является важнейшей базовой ценностью. Для лучшей продаваемости продукта очень часто эксплуатируется именно образ семьи в рекламе, поскольку именно этот образ вызывает у человека положительные эмоции. Зачастую телевизионная реклама является транслятором отношений и социальных ролей закрепляет имеющиеся социальные стереотипы. Целью данной работы является анализ образа семьи в социальной и коммерческой рекламе. Согласно устоявшимся формулировкам, приведем для начала определения коммерческой и социальной рекламы. Коммерческая реклама – это реклама товаров, услуг и других товарных и нетоварных предложений с конечной целью извлечения прибыли. Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям. В процессе сравнительного анализа рекламных роликов, использующих образ семьи, мы хотим выявить, являются ли ценности, транслируемые коммерческой и социальной рекламой различными.

Анализ коммерческой и социальной рекламы был выполнен в виде сравнительной таблицы (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ образа семьи в социальной и коммерческой рекламе

Название рекламируемого продукта	Тип рекламы	Тип семьи Семейные роли	Идея, которую вкладывал автор ролика	Средства создания рекламного образа
1. Конфеты «Мерси»	Коммерческая	Полная Мать+отец+сын Бабушка+внук Муж+жена	Нужно ценить и благодарить близких тебе людей, которые всегда готовы помочь.	Образ создается с помощью сюжета о том, как бабушка проводит время с внуком: они рисуют, играют, на ночь бабушка читает внуку сказку, и они вместе засыпают. Благодаря этому ролик наполнен атмосферой уюта и тепла.
2. Молочная продукция «Простоквашино»	Коммерческая	Полная Муж+жена Родители+ребенок	Сплочение семьи, семейные традиции.	Образ создается с помощью использования героев из детского мультфильма (музыки). Герои в рекламном ролике все в хорошем настроении, создается образ любящей семьи.
3. Сок «Любимый»	Коммерческая	Семья без ребенка Парень+девушка	Свои чувства нужно проявлять как можно чаще.	Образ: в рекламе показывают любящих друг друга парня и девушки, на лице у них приятная улыбка.
4. Детское питание «Фруто-няня»	Коммерческая	Полная Отец+ребенок Муж+жена	Важность поддержки и заботы всеми членами семьи.	Образ создается за счет сюжета заботы мужа о жене: помогает поздней ночью кормить ребенка.

5. Лекарственное средство «Новопассит»	Коммерческая	Неполная Мать+дочь	Потеря связи с близкими.	Образ создает с помощью дружелюбных эмоций: дочь привела собаку домой, мама была не рада, но не стала ругать ребенка.
6. Фонд «Я-родитель «	Социальная	Полная Ребенок+родители	Важность поддержки со стороны родителей.	Образ семьи наполнен негативными эмоциями: родители срываются на детей, оскорбляют их; эмоции усиливает музыкальное сопровождение.
7. Проект «Жить.РФ»	Социальная	Неполная Мать+ребенок	Все что важно – рядом с тобой.	Образ и напряженная атмосфера создается с помощью сюжета о родителе, не обращающем внимание, на своего ребенка, игнорирующем его.
8. Фонд «Волонтеры в помощь детям-сиротам»	Социальная	Отец + ребёнок	Папа должен быть у каждого.	Образы семей, в которых папы проводят время со своими детьми.
9. Социальный проект «Страна без расизма и ксенофобии».	Социальная	Семья без ребенка Межнациональная Жена+муж	Дружба народов, преодоление различий через любовь.	Образ создается за счет сюжета, в котором показаны отношения двух любящих людей разных национальностей. В ролике присутствуют только положительные моменты и приятная музыка. Благодаря этому создается образ того, что у любви нет национальности.
10. Социальная реклама «ГИБДД»	Социальная	Полная Жена+муж Сестра+брат	Нужно быть осторожным, потому что дома тебя всегда ждут близкие.	Образ создается с помощью ситуации трагедии. В ролике показан сюжет, где погибают двое родителей, и дети остаются одни. Используется трагичная музыка. Из-за этого ролик наполнен эмоциями страха.

Таким образом, в ходе работы мы сравнили коммерческую и социальную рекламу, и можем сделать выводы. Коммерческая и социальная реклама в своих роликах обращаются к образу семьи, транслируют семейные ценности, но создают свои рекламные образы по-разному. Если в коммерческой рекламе рекламодатели пытаются продать свой товар и используют для этого образы счастливой семейной жизни, без показа проблем, негативных эмоций, то социальная реклама, в свою очередь, направлена на решение социальных проблем в обществе, и тут уже гораздо чаще используются негативные образы семьи, сопровождаемые картинами трагедии, неблагополучия, сиротства, национальных конфликтов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Василенко И. А. Реклама семейного образа жизни в современном российском обществе: социологический анализ: дис. канд. соц. наук // Барнаул, 2009.
2. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. Учеб. пособие / Науч. ред. М.В. Удальцова . М. : ИНФРА-М. ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2000. – 230 с.

3. Ковалева А.В. Основы социальной рекламы: учебное пособие // Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2013. – 210 с.
4. Сергеева А.В. Русские стереотипы поведения, традиции, ментальность . М. : Флинта ; Наука.

УДК 797.1

Воронцов Глеб Александрович, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vorontsov Gleb Alexandrovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Выборнова Елена Николаевна, старший преподаватель, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vybornova Elena Nikolaevna, senior lecturer, Komsomolsk-na-Amure State University

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС В ВОДНЫХ ВИДАХ СПОРТА

TECHNICAL PROGRESS IN WATER SPORTS

Аннотация. Данная статья посвящена анализу взаимосвязи между водными видами спорта и технологическим прогрессом. В качестве примера были рассмотрены базовые приборы и оборудование. Акцентируется внимание на проблеме дальнейшего развития и существования водных видов спорта без внедрения в него технологических разработок.

Abstract. This article is devoted to the analysis of the relationship between water sports and technological progress. Standard instruments and equipment were considered as an example. Attention is focused on the problem of further development and existence of water sports without the introduction of technological developments into it.

Ключевые слова: спорт, технологический прогресс, пловец, развитие.

Key words: sport, technological progress, swimmer, development.

Последние пол века мир стремительно меняется. Меняется ритм и образ жизни человека, его быт, культура, род деятельности. Все эти изменения подкрепляются стремительным развитием технологий, которому ученые дали определение – технологическая революция. Сегодня с уверенностью можно сказать, что революция затронула абсолютно все сферы. Медицину, космос, промышленное оборудование, даже банальная канцелярия – все это лишь маленькая часть, где произошел прогресс. Как же дела обстоят со спортом? Конечно, такая важная часть жизни человека не осталась в стороне. Предлагаю разобраться в этом на примере такого направления, как водные виды спорта.

На сегодняшний день водные виды спорта являются одними из популярных, которые включают в себя такие основные направления: плавание, прыжки в воды, синхронное плавание и т.д. Из-за своей специфики (спортсмен находится в воде), очень трудно увидеть правильность техники и выполнение различных элементов участника, и благодаря использованию современных технологий, сегодня мы можем оценить каждого спортсмена по достоинству, что является важным как судьям, тренерам, так и простому зрителю. Разберемся подробно на примерах.

Одной из первых технологий, которая стала неотъемлемой частью как крупных соревнований, так и ежедневных тренировок спортсмена, является использование видеокамер. Камеры устанавливают, как на суше, так и в воде. Их внедрение позволило с точностью до миллисекунд определять финиширующего участника, просматривать весь путь спортсмена в максимально лучшем ракурсе, детально разбирать его движения, положение в воде, качество техники. Все это играет на руку не только судьям и

зрителям, но и тренерам, которые учитывают все выявленные недочеты своего ученика, имея возможность в записи рассмотреть все нюансы, обсудить и доработать их.

Во время тренировок спортсмен учится и оттачивает свое мастерство. Движение рук и ног, работа тела, дыхание – все это главные задачи, которые предстоит решить тренеру и его подопечному. Это было бы непросто, если бы не развитие информационных технологий, которые уже уверенно интегрировались в спорт. Это система является более сложной, чем видеоаппаратура, но дает более глубокий анализ спортсмена, категорично отличающийся от видеосъемки. Речь идет о специализированных устройствах (датчиках), которые крепятся на теле спортсмена. Программный интерфейс «Aquatic Animation for Analysis and Education» с помощью заданных параметров создает 3D модель пловца и позволяет провести полный анализ его заплыва. Так же данная программа обладает функцией «библиотека», которая запоминает последние исследования спортсмена и позволяет провести анализ с учетом этих данных. К преимуществам программы относятся качественное изображение, ручная настройка параметров, режим свободного просмотра (вращающийся вид) и замедленный, пок кадровое деление записи и минимальные погрешности параметров.

Рассмотрев пару примеров высокотехнологичного оборудования и оценив их вклад в труд спортсмена, перейдем к более простым, но не менее важным техническим наработкам.

Находясь в процессе выполнения задания и к тому же, как правило, в плавательных берушах, спортсмену трудно передать какую-либо полезную информацию. Для упрощения связи с тренером было придумано уникальное в своем роде устройство – коммуникатор (рисунок 1). Оно позволяет регулировать работу спортсмена при помощи речевых команд. Устройство представляет собой два динамика, которые крепятся на боковую часть очков пловца перед ушами, напротив височных костей. Сообщение, которое записал тренер с помощью фирменного приложения, передается по технологии Bluetooth в динамики спортсмена, а то в свою очередь благодаря костной передаче звука. Коммуникатор имеет высокий класс водонепроницаемости, что дает возможность погружения с ним на глубину до 3-х метров. Большим преимуществом является объединение нескольких устройств в одно целое, что дает возможность диктовать сообщения сразу нескольким спортсменам, что, в свою очередь, является огромным плюсом в тренировках по синхронному плаванию.



Рисунок 1 - Коммуникатор



Рисунок 2 – Метроном

Еще одним интересным устройством является метроном (рисунок 2). Аксессуар необходим тем спортсменам, кто хочет задать темп своим движениям. Он помогает распределить равномерно силы, чтобы успешно пройти дистанцию с максимально меньшим временем. Суть его проста. С помощью клипсы, он крепится на боковой стороне ремешка очков пловца, рядом с ухом, либо же под шапкой на самом ухе. Имеются три параметра с выбором количества сигналов в определенный интервал времени. И в соответствии с выбранным режимом устройство издает громкий четкий сигнал, дающий понять спортсмену, когда делать гребок. Другими словами, данный девайс можно назвать карманным тренером, который решает одну из главных задач, когда спортсмен

пытается выложиться в начале своего старта. Метроном дает возможность погружаться на глубину до 1 метра.

Вдобавок к профессиональному оборудованию и устройствам, стоит упомянуть два важных атрибута, которые обязаны быть в арсенале спортсмена:

- водонепроницаемые наручные часы. Дают возможность всегда знать точное время, а более сложные версии показывают количество пройденных кругов, расстояние и скорость.

- таймер, который может быть встроен в часы, либо быть отдельным устройством. Дает представление, за сколько секунд пройдена дистанция. Память хранит до 300 измерений.

На примере водных видов спорта мы рассмотрели влияние технологического прогресса в целом на спорт. Сегодня используются не только технические наработки, но и информационные. Эти наработки дают большое преимущество в выполнении как повседневных задач, так и в проведении крупных соревнований и участие в них. Разобранные примеры меняют подход к обучению спортсмена, усовершенствуют процесс построения его подготовки. Устройства успешно трудятся на благо пловцов и помогают им достичь поставленных целей. Подводя итог, хочу сказать, что прогресс идет вперед и появление технологий происходит довольно быстро. Спорт с достоинством принимает эти новшества и успешно внедряет наработки в свои задачи, что дает толчок в развитии этого направление.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Махов С.Ю. Информационные технологии в физической культуре и спорте // Издательство МОО «Межрегиональная общественная организация «Академия безопасности и выживания». 2020.

2. ТОП-6 лучших гаджетов для пловцов // proswim.ru. URL: <https://www.proswim.ru/article/top-6-gadzhetov-dlya-plovcov/> (дата обращения 20.05.22).

3. Абсалямов Т.М., Булгакова Н.Ж. Плавание // Издательство «Олимпийская литература». 2000.

4. Макаренко Л.П., Афанасьев В.З. Плавание: учебник для вузов // Издательство «Физкультура и спорт». 2009.

УДК 008

Джалилова Шемс Сардар кызы, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Dzhalilova Shems Sardar kizi, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Тимофеева Ирина Юрьевна, кандидат культурологии; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Timofeeva Irina Yuryevna, Candidate of Cultural Studies; Komsomolsk-na-Amure State University

АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОГРАММЫ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА»

ANALYSIS OF THE ADVERTISING PROMOTION OF THE PUSHKIN CARD PROGRAM

Аннотация. Работа посвящена анализу рекламной кампании молодежной программы «Пушкинская карта». Особое внимание автор уделяет разбору основных рекламных мероприятий, которые проводятся в ходе рекламного продвижения проекта.

Abstract. The work is devoted to the analysis of the advertising campaign of the Pushkin Card young people program. The author pays special attention to the analysis of the main advertising events that are held during the advertising promotion of the project.

Ключевые слова: Пушкинская карта, рекламная кампания, молодежь, программа, реклама, продвижение.

Key words: Pushkin Card, advertising campaign, young people, program, advertising, promotion.

«Пушкинская карта» - всероссийская молодежная программа, стартовавшая 1 сентября 2021 года. Приобрести ее может молодежь в возрасте от 14 до 22 лет. Это прекрасная возможность посетить различные культурные-образовательные мероприятия.

Рекламное продвижение данной программы было разработано школьниками и студентами-участниками всероссийских конкурсов «Большая перемена» и «Твой ход». Такой необычный подход к созданию рекламной кампании позволил успешно ее провести среди молодежи страны.

Рекламная кампания – целенаправленная, системно организованная и завершенная совокупность рекламных операций и обеспечивающих их мероприятий, объединенных общим стратегическим замыслом, направленная на решение конкретной проблемы организации и осуществляемая технологическим субъектом рекламы на определенном этапе деятельности организации [1].

В данном случае рекламными мероприятиями являются баннеры, публикация статей в журналистских изданиях, отзывы пользователей - все это нами будет проанализировано в нашей статье.

Рекламное сообщение – это распространяемый рекламный продукт, который имеет определенную специфику, заключающуюся в единстве как вербальных, так и невербальных элементов информации, доносимой до целевой аудитории. К вербальным компонентам можно отнести название товара, компании, которая его производит, слоган, товарный знак. Невербальные элементы обычно представлены корпоративными цветами, образами, которые возникают у потребителей при упоминании продукта или компании в целом [2].

Перед тем как разместить рекламное сообщение (баннеры в данном случае), нужно провести его тщательную разработку, а именно определить основную идею, выбрать цвета, придумать символику, шрифты и слоган. Все элементы должны идеально слиться в единую картину, которая вызовет определенное восприятие у потенциальных потребителей. Огромную роль играет цветовая гамма.

В баннерах используются в основном яркие цвета. Начиная от классического черного заканчивая малиновым. Возможно, используя такой спектр цветов, создатели ориентировались на особенности индивидуальных черт и эмоции современной молодежи. Например, красный цвет символизирует энергичность и импульсивность. Черный – строгость, элегантность, очень популярный цвет среди данной целевой аудитории. Белый – минимализм, не зря представлен гипсовый бюст Александра Сергеевича Пушкина, преимущественно в этом цвете. Так он не отталкивает, а еще сильнее вызывает интерес к продукту. Голубой – цвет спокойствия и возможность концентрироваться на конкретной цели. Зеленый – молодость, дружелюбие. Оранжевый – энергия. Желтый – радость. Фиолетовый – цвет фантазий. Малиновый/розовый – воображение, творчество.

Все цвета так или иначе сочетаются на рекламных баннерах, дополняя друг друга по смысловому признаку. Помимо этого, вышеперечисленные значения цветов абсолютно точно характеризуют современную молодежь.

Основной символикой на всех рекламных сообщениях является гипсовый бюст Александра Сергеевича Пушкина. Такое творческое решение идеально вписалось в современные тенденции культурно-развлекательной сферы. Тренд на гипсовые бюсты известных личностей набрал популярность совсем недавно. Основной причиной популярности гипсовых бюстов называют увлечение селфи и социальными сетями. Это случай, когда удачно переплелись современность и классика. Очень часто в Интернете можно встретить бюсты известных личностей с «прифотошопленными» современной

одеждой или гаджетами. На баннерах бюст известного поэта изображается в разных цветовых гаммах, а вдобавок пишутся различные агитационные предложения, и присутствует официальный слоган «Веди себя культурно». Помимо этого, культурным учреждениям дается право самим оформлять их, но с присутствием основных символов. Отсюда же следует выделить два вида наружной рекламы данной кампании.

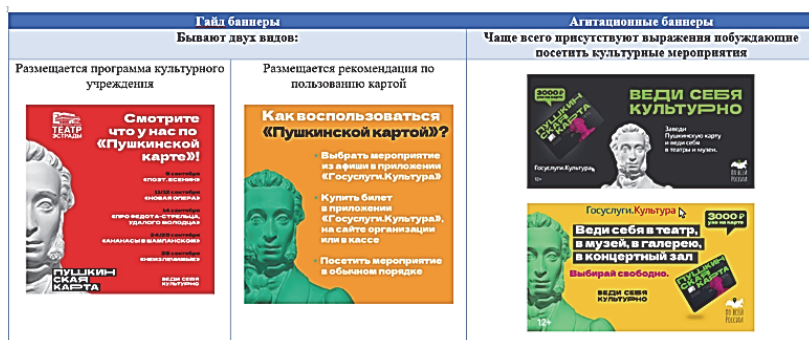


Рисунок 1 - Виды баннеров рекламного продвижения

Рассмотрим наиболее популярный баннер (рисунок 1). На нем изображены белый и малиновый гипсовые бюсты поэта, приемлемо, так как при попадании на зрительный обзор человека будет очень запоминающимся, в особенности на черном фоне. Зеленый цвет тоже выделяется. Однако сочетание цветов все же нарушено здесь. Черный фон и черная карта просто сливаются, а в ночное время суток без подсветки баннера и вовсе будет трудно разглядеть. Возможно выбор такого фона, опять же, связан с модными предпочтениями молодежи в цветах.

Не только на баннерах останавливается рекламная кампания. В мероприятия также входят публикации статей на различных информационных изданиях. Мы рассмотрим, как упоминается в них программа «Пушкинская карта».

В основном она упоминается в статьях, несущих рекомендательный характер. О том, как пользоваться ею. Но есть и такие, где говорится о негативных последствиях. Учителя жалуются, что в учебное время им приходится ходить на культурные мероприятия. Школьников же заставляют идти, они не понимают смысла программы и постепенно утрачивают интерес к ней. Соответственно, нужно не заставлять молодежь ходить «окультуриваться», а следует провести эффективную популяризацию культуры и науки по всей стране. Такого ни разу не было проведено до настоящего времени.

В случае проведения такой программы, будет больше шансов заинтересовать, а так создание модного рекламного сообщения недостаточно для привлечения. Во-первых, следует доработать приложение: устранить сбои с оплатой и сайтами. Во-вторых, предоставить много возможностей, чтобы пользователи смогли посетить те мероприятия, что хотят. Ограничение в выборе отталкивает потребителей. После чего они ищут наиболее выгодный продукт для удовлетворения своих потребностей.

В связи с этим возникает много претензий к разработке. Так, помимо принуждения к посещению, пользователи отмечают, что по программе не все мероприятия можно посетить. Например, концерты любимых исполнителей. Посмотреть по выбору фильмы тоже невозможно, а только те, которые состоят в перечне кинотеатра, то есть в нем не все фильмы можно оплатить по Пушкинской карте. При покупке билетов пользователей откидывает на многочисленные сайты, а не на конкретный портал, где просто нужно оплатить. После идут сбои в оплате. Подробно о преимуществах и недостатках рассказывают блогеры в своих обзорах на видеохостинге YouTube или в популярно-развлекательной платформе Tiktok.

Также подобно Пушкинской карте разработчики планируют создать Гоголевскую карту, предназначенную для покупки книг научной и художественной литературы, так как книги по данным тематикам стоят очень дорого на учебных порталах.

Мы считаем, что нет необходимости в ее создании, так как есть Пушкинская карта, в которую можно включить услуги по книгам. Останется только ее тщательно доработать. Прежде всего, договориться с электронными библиотеками Литрес, Лабиринт и т.д. Включить скидки на книги для молодежи. Вместе с тем, средства на карте будут полностью потрачены и не обнулятся. Тогда мы избежим попыток обналичивания карты, которые в последнее время стали все чаще появляться.

В целом, рекламная кампания проведена очень удачно. Разнообразие рекламных баннеров, рекомендации, слоган и символика отлично вписались в современную среду, где любит проводить свой досуг молодежь. Очевидно, что в ходе ее создания применялись нестандартные решения, что присуще молодым, амбициозным и креативно мыслящим молодым людям, тем, кто и занимался ее разработкой. Мы убеждены в том, что нужно дорабатывать концепцию данной программы, так как у нее есть огромный потенциал в будущем.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Меньшиков А.А. Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»: учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013.

2 РЕКЛАМА : специализированная выставка : сайт // Россия. 2022. URL: <https://www.reklama-expo.ru> (дата обращения: 30.10.2022)

УДК 81-27

Дудин Евгений Николаевич, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Dudin Evgeny Nikolaevich, student of Komsomolsk-on-Amur State University

Васильченко Александра Владимировна, кандидат культурологии, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vasilchenko Alexandra Vladimirovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-on-Amur State University

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В РОССИИ И ЯПОНИИ

SOME FEATURES OF SPEECH ETIQUETTE IN RUSSIA AND JAPAN

Аннотация. Основной целью работы является исследование некоторых особенностей речевого этикета в России и Японии. Рассмотрены речевые формулы общепринятой вежливости. Отмечено, что в российском и японском речевом этикете сходных черт больше, чем различий; в обеих культурах одинаково ценными качествами считаются вежливость, тактичность, внимание к собеседнику. Сделан вывод о том, что в России и Японии проявление вежливости рассматривается как необходимая норма поведения, требующая от человека придерживаться определенных границ в общении с разными людьми и соблюдать их личностное пространство.

Abstract. The main purpose of the work is to study some features of speech etiquette in Russia and Japan. The speech formulas of conventional politeness are considered. It is noted that there are more similarities than differences in Russian and Japanese speech etiquette; in both cultures, politeness, tact, and attention to the interlocutor are considered equally valuable qualities. It is concluded that in Russia and Japan, the manifestation of politeness is considered as a necessary norm of behavior that requires adhering to certain boundaries in communicating with different people and observing their personal space.

Ключевые слова: язык, культура речи, речевой этикет, Россия, Япония, формулы вежливости, пословицы, поговорки.

Key words: language, speech culture, speech etiquette, Russia, Japan, politeness formulas, proverbs, sayings.

Особую актуальность в настоящее время представляет овладение человеком речевым этикетом и культурой речи независимо от того, какой профессиональной деятельностью он занимается. Знание речевого этикета способствует достижению успешной коммуникации в обществе, формированию благоприятного, позитивного имиджа личности, а также помогает специалисту любого профиля добиться лидерства на рынке труда. В нынешнее время большое распространение получает межкультурное и межнациональное общение между людьми и, в связи с этим, знание особенностей национального этикета представляет особую значимость.

Целью работы является исследование некоторых особенностей речевого этикета в России и Японии.

Этикет – это специфический язык общения, который дает возможность поддерживать суверенитет каждой личности и достичь успешной коммуникации между собеседниками. Этикет имеет и практическую значимость, одной из его особенностей является речевая клишированность, и, в связи с этим, знание речевого этикета позволяет людям использовать в своей речи готовые речевые формулы общепринятой вежливости для успешного общения с разными людьми [4]. Например, общепринятые формулы речевого этикета в России:

- *разрешите представиться, меня зовут Евгений Николаевич Дудин;*
- *мне очень приятно с Вами познакомиться;*
- *разрешите представить Вам вашего коллегу;*
- *позвольте с вами познакомиться;*
- *я Вам очень признателен и т.п.*

Необходимо отметить, что в той или иной стране правила речевого этикета могут иметь какие-то свои уникальные, национальные особенности и отличаться от других стран. Например, в Японии считается позволительным перебивать собеседника, когда он говорит, и вставлять фразы типа «ого», «вот как», «так и есть», т.е. поддакивать, кивать, выражать удивление и т.п. Тем самым слушающий показывает свою заинтересованность тем, что говорит собеседник. Если же человек слушает молча, то это может смутить японца, и он подумает, что собеседнику этот разговор не интересен [3].

В России же перебивать говорящего считается не совсем приличным. Особенно недопустимым является перебивать старшего по возрасту. Необходимо сначала внимательно выслушать говорящего или оппонента, а потом произнести свою речь. Российский этикет приветствует умение слушать собеседника.

Российская культура особенно ценит людей, обладающих тактичностью, т.е. способных чувствовать настроение собеседника и избегать неприятных для него тем. В российском речевом этикете считается неприличным обсуждать и критиковать чужую внешность, спрашивать собеседника о его доходах или обсуждать доходы других людей, говорить женщине о ее возрасте [1].

В российской культуре ценят людей вежливых и доброжелательных, а также людей, обладающих умением подбирать нужные слова в зависимости от ситуации общения [2]. Культура речи предполагает уважение своего собеседника, даже если вы не совсем согласны с его мнением или точкой зрения. В российском этикете существуют тактики вежливости и некатегоричные возражения, способные нейтрализовать негативную реакцию собеседника в разговоре или в споре. Приведем примеры:

- *извинтите, пожалуйста, что я Вас побеспокоил;*
- *если Вы не против, разрешите Вас попросить;*

- *простите пожалуйста за беспокойство, не могли бы Вы мне помочь;*
- *мне кажется, что Вы не совсем правы;*
- *Вы заблуждаетесь;*
- *возможно, Вы ошибаетесь;*
- *очень сожалею, но я не могу присоединиться к Вашему мнению;*
- *извините, но я не совсем согласен с Вами;*
- *вероятно Вы правы, но у меня на решение данной проблемы другая точка зрения;*
- *возможно, Вы и правы, но у меня иное мнение;*
- *возможно, Вы правы, но моя позиция мне кажется более обоснованной.*

Некоторые требования речевого этикета нашли свое выражение в пословицах и поговорках, которые являются отражением национальной ментальности. Приведем примеры.

- *Не всякая пословица при каждом молвится.*
- *Один говорит хорошо, а двое – нестро.*
- *Чье право дело – тот говори смело!*
- *Коротко, да ясно.*
- *Из пустого в порожнее переливает.*
- *Есть словко как мед сладко.*
- *Глупые речи – что пыль по ветру.*
- *Будь своему слову господин.*
- *Доброе слово человека- что дождь в засуху.*
- *Лучше сказать мало, но хорошо.*

Особенно много в русском языке пословиц, предупреждающих об опасности говорить лишнее и о вреде многословия. Приведем примеры.

- *Слово не воробей, вылетит не поймаешь.*
- *Язык – враг мой.*
- *Слово – серебро, а молчание – золото.*
- *Где слова редки, там они вес имеют.*
- *Доброе молчанье лучше худого ворчанья.*
- *Думай дважды, а говори один раз.*
- *Лучше недосказать, чем пересказать.*
- *Держи язык за зубами.*
- *Умей сказать, умей и смолчать.*
- *Больше слушай, да меньше говори.*
- *Коротко, да ясно.*

В японском речевом этикете, также как и в Российской культуре, высоко ценятся вежливость, уважение к собеседнику, и, в связи с этим, активно используются формулы вежливости типа: «*прошу прощение*», «*рассчитываю на Вашу милость*», «*извините пожалуйста, что обращаюсь к Вам, несмотря на Вашу занятость*», «*благодарю за Ваш труд*», «*благодарю Вас за то, что Вы сделали для меня*», «*вашим милосердием я здоров*».

В Японской культуре также существуют пословицы и поговорки, отражающие национальный речевой этикет. Приведем примеры.

- *Вежливость открывает все двери.*
- *Нет большей наступательной силы, чем вежливость.*
- *Бездельник болтлив.*
- *Грубияна, как и сокола, надо воспитывать.*
- *Два раза спроси, один раз ответь.*
- *И камень может сказать лишнее.*
- *Конец болтовни – начало дела.*
- *Молчание – цветок.*

- *Речи великих не для простых ушей.*
- *Что сорвется с языка – на весь свет.*
- *Правдивые речи не красивы – красивые речи не правдивы.*
- *Знающий молчит, незнающий бренчит* [5].

Специфической особенностью японской вежливости является нежелание обидеть собеседника прямым отказом. В беседах японцы всячески избегают произношение таких слов и выражений: «нет», «мне это не удобно», «не знаю», «не могу для вас это сделать», «не получается» и т.п.

В. В. Овчинников в своем труде «Ветка сакуры» отмечает, что, отказываясь от второй чашки чая, японец вместо фразы «нет мне уже не надо, спасибо» скажет: «мне уже и так прекрасно» или «мне и так хорошо» [3].

В японской культуре особенно ценится умение людей читать между строк. Человеку, претендующему на вакантную должность, в конце собеседования скажут: «Спасибо, мы вам обязательно позвоним». При этом, и претендент, и работодатель понимает, что звонка не будет, но так принято говорить, чтобы не обидеть человека прямым отказом.

Вместо того, чтобы ответить отказом на то или иное предложение собеседника, японец может произнести следующую фразу: «я посоветуюсь с женой». Но в реальности у него может не быть жены, однако это не означает, что он лукавит и говорит неправду. Фраза «я посоветуюсь с женой» является в японском речевом этикете крылатым выражением и одним из способов не произносить слово «нет».

Необходимо отметить, что в российском речевом этикете также существует подобное выражение: «Я подумаю». Например, человек, не желая прямо отказывать собеседнику в той или иной ситуации, может произнести фразу «я подумаю», которая будет в некоторых случаях означать вежливый отказ.

Однако, в Российской культуре допустим прямой отказ, но он должен быть произнесен в вежливой форме и включать в себя извинение:

- *простите, пожалуйста, но я не в силах выполнить вашу просьбу;*
- *извините, пожалуйста, я не в состоянии вам помочь;*
- *очень сожалею, но я не могу оказать Вам содействие.*

В заключении следует отметить, что сходных черт и особенностей в речевом этикете России и Японии больше, чем различий. В обеих культурах одинаково ценятся вежливость, учтивость и внимание к собеседнику. И в России, и в Японии проявление вежливости рассматривается не как формальность, а как необходимая норма поведения, требующая придерживаться определенных границ общения с разными людьми и соблюдать их личностное пространство. Проявление вежливости помогает благоприятно настроить собеседника на диалог и, по возможности, избежать конфликтных ситуаций.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аманкараева А.А. Речевой этикет в современном русском языке // Молодой ученый. 2015. № 7.1 (87.1). С. 18-20. URL: <https://moluch.ru/archive/87/16659/> (дата обращения: 06.11.2022).
2. Беляева М.А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов // Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т. 2016. – 184 с.
3. Овчинников В.В. Ветка сакуры . М. : «Молодая гвардия», 1971. – 224 с. URL: <http://lib.ru/EMIGRATION/OVCHINNIKOV/sakura.txt> (дата обращения 05.11.2022).
4. Речевой этикет. URL: <https://blog.tutoronline.ru/rechevoj-jetiket> (дата обращения 05.11.2022).
5. Японские пословицы и поговорки. URL: <https://languagelist.ru/publications/130/> (дата обращения 05.11.2022).

Казакова Ангелина Игоревна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kazakova Angelina Igorevna, student of Komsomolsk-on-Amur State University

Тимофеева Ирина Юрьевна, кандидат культурологии, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Timofeeva Irina Yurievna, candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-on-Amur State University

МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

ANIMATION IN MODERN ADVERTISING

Аннотация. В статье анализируются теоретические и практические аспекты производства мультипликационной рекламы. Насколько такая реклама эффективна в современном мире и среди сегмента рынка, как она влияет на сознание людей, почему она интересна любой категории возраста и какие форматы рекламирования существуют. Почему производители с помощью анимации прибегают к тому или иному приему продвижения своей продукции, какую идею они закладывают в своих героев и что конкретно они хотят донести до аудитории. Исследование показало, что способы мультипликационного рекламирования наиболее разнообразны и популярны.

Abstract. The article analyzes the theoretical and practical aspects of the production of animation advertising. How effective is such advertising in the modern world and among the market segment, how does it affect people's consciousness, why is it interesting for any age category and what advertising formats exist. Why do manufacturers use animation to resort to this or that method of promoting their products, what idea do they put in their characters and what exactly do they want to convey to the audience. The study showed that the methods of cartoon advertising are the most diverse and popular.

Ключевые слова: мультипликация, реклама, персонажи, продвижение, компании.

Key words: animation, advertising, personage, promotion, companies.

Сейчас в эпоху инноваций и интенсивного развития общества существует множество технологий создания современной рекламы для продвижения товаров и привлечения аудитории, но мультипликационные способы стали самыми эффективными, популярными и разнообразными [1].

Для мультипликации нашлось применение во многих сферах жизни, например, телевидение, презентации, различные сайты в интернете, СМИ, кино, компьютерные и телефонные приложения [2, с. 33].

Благодаря анимации у рекламных кампаний появилась возможность воплощать творческие, яркие, динамичные, нестандартные идеи и решения.

Мультипликационную рекламу используют в разных форматах. В рекламе могут быть использованы как отдельные мультипликационные приемы создания рекламного текста или ролика, так и просто узнаваемые мультяшные образы. Некоторые производители создают целые серии рекламных мультфильмов [3, с. 166].

Приведем пример. Производители мощного средства для мытья полов «Мистер Пропер» используют комбинированный способ создания рекламы (Рисунок 1). В рекламном ролике помимо мультипликационного героя задействованы реальные актеры. Картина выглядит сказочно. Данный прием позволяет воспринять сюжет рекламы с легкостью, так как язык мультипликаций очень прост для всех возрастов зрителей, он не требует дополнительных разъяснений, в результате чего концепция персонажа формулируется четко и ясно [4, с. 72].



Рисунок 1 – Реклама чистящего средства для полов «Мистер Пропер»



Рисунок 2 - Доменико Дольче и Стефано Габбана в образе Микки Мауса и Гуфи

Женский журнал Elle в своей организации решил преобразовать мировых дизайнеров с помощью известных персонажей из мультфильмов Disney, например, Доменико Дольче стал Микки Маусом, а Стефано Габбана превратился в Гуфи (Рисунок 2). Главную роль, в создании такой рекламы, играют узнаваемые образы, которые зрителям уже полюбились, каждого героя наделили какими-то чертами и навыками, определенными ассоциациями и характеристиками, составили собственное мнение о персонажах, тем самым аудитория на подсознательном уровне доверяет и приобретает продукцию компании [5, с. 257].

Компания «Nesquik» производит разные продукты питания и продвигает их через анимированного кролика Квики (Рисунок 3). Авторы серии рекламных мультфильмов акцентируют свое внимание на нового, уникального персонажа, который нигде еще не использовался. Самый важный плюс данной рекламы - мультипликационный герой ассоциируется только с рекламируемыми товарами этого бренда [5, с. 259].



Рисунок 3 – Анимированный герой Квики на продукции «Nesquik»



Рисунок 4 – Кот Матроскин в рекламе молочной продукции

Самый узнаваемый мультипликационный бренд – это серия молочных продуктов «Простоквашино», принадлежавший организации «Danone». Для рекламирования своей продукции компания решила использовать образ кота Матроскина из мультсериала «Простоквашино» (Рисунок 4). Такая реклама очень эффективна для продвижения, потому что люди давно знакомы с данным персонажем, знают его историю, характер, он производит положительное впечатление и, соответственно, оказывает доверие. Концепция рекламы заключается в натуральности и качестве продуктов, ведь кот в мультфильме завел собственную корову, которая дает парное молоко [5, с. 261].

На сегодняшний день в научной литературе существует достаточно исследований в данной области, однако не все из них направлены на изучение разнообразных

форматов создания мультипликационных персонажей в рекламе. Мультяшные герои не только производят впечатление на зрителя, но и являются эффективным методом для продвижения товаров и услуг на мировом рынке.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Васильев М. Мультипликация в рекламе // Новосибирск : Рекламные технологии. 2000. № 5.
2. Мун С.В. Мультипликация в рекламе // Сборник материалов IV межвузовской научно-практической конференции. 2010. С. 33-35.
3. Кузнецова Е.М. О специфике мультипликации // Философия. Социология. Право. 2013. № 23. С. 166.
4. Рогачев В.А., Шабалина О.А. Методы анимации персонажа // Известия Волгоградского государственного университета. 2016. С. 72.
5. Сельченко К.В. Создание рекламного образа . М. : Харассвет, 1998. С. 257-265.

УДК 008

Квашенко Ольга Леонидовна, старший преподаватель кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет
Kvashenko Olga Leonidovna, Senior Lecturer of the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Komsomolsk-na-Amure State University

ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В БЫТОВОЙ АНГЛИЙСКОЙ КАРИКАТУРЕ

HUMOROUS TECHNIQUES IN EVERYDAY ENGLISH CARICATURE

Аннотация. В настоящей статье автором проанализирована специфика применения юмористических приёмов в бытовой английской карикатуре. В рамках поставленной цели, автор пришёл к выводу о том, что юмористический эффект в карикатурах достигается путём комбинирования ряда приемов: гипербола, антитеза, аллюзия. В результате проведённого анализа, автором на конкретных примерах доказана эффективность воздействия юмористических приемов, применяемых в английской бытовой карикатуре, на читателя/интернет-пользователя.

Abstract. In this article, the author analyzes the specifics of the use of humorous techniques in everyday English caricature. Within the framework of this goal, the author came to the conclusion that the humorous effect in cartoons is achieved by combining a number of techniques: hyperbole, antithesis, allusion. As a result of the analysis, the author has proved the effectiveness of the impact of humorous techniques used in English household caricature on the reader/ Internet user using specific examples.

Ключевые слова: современный, искусство, карикатура, бытовой, юмор, приемы.

Key words: modern, art, caricature, everyday, humour, techniques.

Актуальность исследования определяется сохраняющейся на сегодняшний момент популярностью карикатурного жанра. В условиях цифровизации печатные средства массовой информации, в которых карикатуры были ранее преимущественно представлены, все более вытесняются цифровыми коммуникационными технологиями. Карикатуры продолжают оставаться востребованными как у читателей традиционных печатных СМИ, так и пользователей Интернета, потребляющих медиа-контент различной направленности. Поэтому можно говорить о плавном перетекании карикатурного жанра в цифровую сферу без потери интереса аудитории. Бытовая карикатура является

ценным подтипом своего жанра, поскольку социально-бытовая направленность проста и понятна любому человеку в силу его жизненного опыта, знакомых ситуаций, с которыми он уже не единожды сталкивался.

Юмор в своём наивысшем проявлении затрагивает возвышенное, но, в то же время, может смешиваться с пафосом, отражая скорбь о человеческой участи и примирении с ней. По меткому выражению У. Шекспира, мы является материалом для наших снов, «наша маленькая жизнь дополняется сном». Английский драматург, с ноткой грусти, рассуждая о бренности человеческого бытия, отмечал, что жизнь является «ходячей тенью, бедный актёр, который расхаживает и волнуется свой час на сцене», после выступления быстро забывается зрителем. Приведённые выше строки трудно отнести к юмору, однако, они являются своего рода точкой отсчета его начала [2].

Неоспорима важность визуального компонента карикатуры, поскольку особенность человеческого восприятия такова, что первоначально анализируется именно изображение, размещённое на странице любого печатного либо Интернет-источника, а только потом уже текст. Легкость восприятия является важным требованием, предъявляемым для карикатуры любого типа, включая бытовую. Профессионально выполненная карикатура быстро донесёт задуманный информационный посыл, без необходимости активного мыслительного напряжения [1, с. 157].

Рисование английской карикатурной линии приближается к буквализму и является «изумительным» примером в своей правдивости [2].

Для создания яркого запоминающегося образа в бытовой карикатуре художнику необходимо использовать ряд приёмов. Рассмотрим некоторые из юмористических приемов, используемых в английской бытовой карикатуре.

По сравнению с гротесками полуторавековой давности, с которых берет начало английская карикатура, активно используя преувеличение и искажение очертаний (например, длинные носы, выпирающие животы, веретенообразные ноги, выпученные глаза и пр.), современная бытовая карикатура существенно отличается используемыми приёмами [2].

В бытовой карикатуре «Какой милый кролик» (рис. 1), являющейся экспонатом Музея карикатур в Лондоне, среди юмористических приемов можно выделить отчётливо выделяющуюся гиперболизацию естественных размеров объектов и предметов, в частности, инструментов (ножницы), частей тела (руки, ноги). Юмористический подтекст данной карикатуры опосредован темой отношений между соседями. Пожилая дама, особенно не вдаваясь в подробности работы своего соседа, наспех бросает ему фразу-одобрение, однако выражение лица мужчины говорит о недовольстве. Нарочито вытянутые ноги, устремлённый вперёд взгляд женщины подчеркивают быстроту ее движения, нежелание остановиться и завязать беседу, отсутствие интереса к деятельности своего соседа. Наспех брошенная ею фраза «Какой милый кролик» лишь подчеркивает юмористический подтекст ситуации: с одной стороны, пожилая дама хочет избежать беседы, а с другой – не хочет показаться невежливой, отсюда и брошенная фраза, вызвавшая недовольство у адресованного лица. В данной карикатуре использован также приём антитезы, выраженный в несоответствии реально изображённого объекта – невербального компонента (кустарник, выстриженный в виде жеста «Виктория», означающий победу, мир) и вербальным компонентом («Какой милый кролик»).

В карикатурах Ника Ньюмана, ставшего известным благодаря своей плодотворной работе с ведущими британскими изданиями «Private Eye», «Punch», «The Spectator», Sunday Times», также отчётливо видно использование автором ряда юмористических приемов. Например, на одной из его бытовых карикатур (рис. 2) высмеивается распространенная на сегодняшний день проблема шопоголизма (бесконтрольная трата денег на покупки, часто, бесполезные – прим. авт.). Карикатуристом применён приём гиперболизации – намеренное преувеличенное изображение мимики супругов, а

также приём бытовой аллюзии, индикаторами которой служат спальник и горелка, на которой греется вода, - эти вышеперечисленные элементы отражают атмосферу похода, которая воссоздается при просмотре карикатуры и отождествляется со стойким желанием женщины провести ночь у телевизора с намерением совершить покупки во время просмотра видео-роликов, рекламирующих те или иные товары (т.н. «Магазин на диване»).



Рисунок 1 – Карикатура «Какой милый кролик» (What a lovely rabbit), 2019, Музей карикатуры, Лондон [5]



Рисунок 2 – Карикатура Н. Ньюмана, 2000 [3]

Британский карикатурист Мэтью Притчетт, известный как «Мэтт» (Matt), отличается оригинальным взглядом на текущие остро значимые вопросы социально-бытового характера, благодаря чему его работы публиковались и продолжают публиковаться в ведущих британских изданиях, таких как «New Statesman» (первые карикатуры), «Daily Telegraph», «Sunday Telegraph», «Punch», «Spectator». В то же время каждая из его карикатур отличается легкостью восприятия, в том числе благодаря применяемым автором юмористическим приемам. Так, в карикатуре «Управлять кораблем? Вы с ума сошли?» (рис. 3) изображена совершенно типичная ситуация, касающаяся вопроса выплаты пособия по нетрудоспособности: пожилой мужчина с явными признаками нетрудоспособности обращается к агенту по социальному страхованию с негодованием: «Управлять кораблем? Вы с ума сошли?», вероятно получив отказ в выплате. Абсурдность ситуации подчеркнута карикатуристом путём применения ряда приемов. Прежде всего, гиперболизацией, выражающейся в намеренном преувеличении мимики и жестов пожилого мужчины, отчётливо демонстрирующего недоумение и недовольство отказом в выплате пособия, несмотря на явные признаки нетрудоспособности. Также автором использован приём антитезы, отражающей противоречие – пожилой мужчина, имеющий право на получение денежных выплат, что наглядно демонстрируется карикатуристом отсутствием у него конечностей, получает отказ агента по социальному страхованию, невозмутимо предлагающему ему управлять кораблем. В данном случае противоречие заключается в наличии реального права и отсутствием его практической реализации. Ещё одним приемом, используемым автором в данной карикатуре является литературная аллюзия, выраженная в самом внешнем облике центрального персонажа – пожилого мужчины, представленным карикатуристом в виде пирата (традиционного персонажа литературных произведений). Этот приём подчеркивает абсурдность и, в то же время комизм, изображённой ситуации.

Приведённые выше примеры свидетельствуют о прочном статусе английской бытовой карикатуры как средства социально значимой коммуникации. Бытовая карикатура отличается высокой степенью восприятия представителем любой социальной группы. В настоящее время искусство карикатуры занимает почетное место среди других форм искусства. Благодаря своей простоте понимания, возможности критического отражения актуальных социально-бытовых вопросов, карикатура прочно занимает своё

место в английских печатных и цифровых СМИ, по-прежнему публикующих карикатуры на постоянной основе [6, p. 5].



Рисунок 3 – Карикатура «Управлять кораблем? Вы с ума сошли?» («Sail a ship? Are you out of your mind?») М. Притчетт (Matt) [4]

Таким образом, британская бытовая карикатура является самобытным феноменом современности. Сосуществование печатных и цифровых СМИ в условиях дигитализации и интернетизации информационного пространства, а не замена одного другим, будет актуальной реальностью ближайшего будущего. Карикатура, в частности, бытовая, в качестве неотъемлемого элемента как печатных, так и цифровых СМИ, прочно удерживает свои позиции по привлечению и удержанию внимания читательской и интернет-аудитории. На конкретных примерах автором продемонстрированы применение юмористических приемов в бытовых английских карикатурах, заключающихся в применении вербальных и невербальных средств, подчеркивающих сущность комического явления как неотъемлемого элемента английского юмора.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бокавнева О.В. Стилистические приемы в изобразительном компоненте карикатуры // Концепт: философия, религия, культура. 2018. № 4. С. 156-164. URL: <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2018-4-8-156-164> (дата обращения: 08.11.2022).
2. Humor and Humanity. An Introduction to the Study of Humor / Edited by Stephen Butler Leacock. DigiCat, 2022. URL: https://www.google.ru/books/edition/Humor_and_Humanity/qHt_EAAAQBAJ?hl=ru&gbpv=0 (дата обращения: 09.11.2022).
3. Inspired by: Nick Newman on why comics and cartoons can be a refuge from the real world // The Cartoon Museum. The Blog. URL: <https://thecartoonmuseum.wordpress.com/2022/04/25/inspired-by-nick-newman-on-why-comics-and-cartoons-can-be-a-refuge-from-the-real-world/> (дата обращения: 11.11.2022).
4. Matt (Matthew Pritchett) Sail a ship? Are you out of your mind? // Chris Beetles Gallery. London. URL: <https://chrisbeetles.com/artist/35/matt-matthew-pritchett-mbe?page=6> (дата обращения: 12.11.2022).
5. The Cartoon Museum. Collection // The Cartoon Museum. URL: <https://www.cartoonmuseum.org/collection> (дата обращения: 09.11.2022).
6. The Languages of Humor. Verbal, Visual, and Physical Humor / Edited by Arie Sover // New York : Bloomsbury Publishing Plc, 2018. – 336 p.

Климова Екатерина Викторовна, старший преподаватель, кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет, младший научный сотрудник, научно-образовательный центр «Геродот», Новосибирский государственный технический университет

Klimova Ekaterina Viktorovna, Senior Lecturer of «Linguistics and Intercultural Communication», Komsomolsk-na-Amure State University, junior researcher, Scientific and educational center «Herodotus», Novosibirsk State Technical University

ПРИНЦИПЫ ОТРАЖЕНИЯ СЛАВЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ РОМАНЕ-ФЭНТЕЗИ

PRINCIPLES OF SLAVIC CULTURE'S REFLECTION IN A MODERN FANTASY NOVEL

Аннотация. Статья посвящена исследованию вопросов достоверности и сочетания артефактов славянской культуры, актуализируемых в современной художественной литературе жанра фэнтези. Современный славянский роман-фэнтези опирается на такие элементы культуры древних славян, как ведический календарь, языческие имена, языческие обряды, символы и др. образы. Достоверность многих артефактов сегодня не получила подтверждения в научных исследованиях.

Abstract. The article is devoted to the study of the issues of authenticity and combination of artifacts of Slavic culture, actualized in modern fiction of the fantasy genre. The modern Slavic fantasy novel is based on such elements of the culture of the ancient Slavs as the Vedic calendar, pagan names, pagan rituals, symbols, and other images. The reliability of many artifacts has not been confirmed in scientific research today.

Ключевые слова: славянская культура, фэнтези, колдоват, неоязычество, герой.

Key words: slavic culture, fantasy, kolovrat, neo-paganism, hero.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-28-01712)».

Жанр фэнтези – способ художественной интерпретации реальности, где автор выступает в роли творца особого мира, со своей историей, этносами, культурой, существующей за гранью действительности, к которой принадлежит сам автор [2]. Романы-фэнтези – субжанр, где вымышленные миры как результат авторского творчества воспроизводят эпоху мифологического периода цивилизаций на грани эпох [4].

Выделяется группа славянских романов-фэнтези, в которых воспроизводятся различные вымышленные культурные эпохи древних славян, созданные писателями-фантастами. Славянская культура в этих романах представлена как особое культурное пространство, включающее в себя систему славянских символов, обрядов, поверий, элементов жизненного уклада, основанного на родоплеменной связи.

Реконструкция славянской культуры в художественном и научном поле сопряжена с рядом трудностей, связанных с фрагментарностью и достоверностью истории, восстанавливаемой на основе артефактов материальной и духовной культуры. Общую картину славянской истории позволяют составить памятники славянской культуры, запечатленные античными авторами и восстановленные современными учеными.

Основными памятниками славянской культуры, на основе которых осуществляется научная реконструкция, являются произведения устного народного творчества: мифы, сказания, легенды и т.п. Главной функцией этих компонентов духовной культу-

ры народа являлась трансляция накопленного жизненного опыта последующим поколениям. Современные ученые-слависты считают, что священные древнеславянские писания были уничтожены после Крещения Руси [13]. В отечественной науке любые сохранившиеся письменные свидетельства древней славянской истории считаются фальсификацией. В качестве одной из таких фальсификаций следует привести прежде всего источник «Велесова книга», который неоязычники представляют в качестве уникального памятника древнеславянской письменности IX в. Согласно рассказу Ю. П. Миролубова, первого издателя этой книги в печатной версии, «Велесова книга» представляла собой текст, записанный новгородскими жрецами-язычниками в IX вв. на деревянных дощечках [7]. Сторонники, поддерживающие версию подлинности источника, полагают, что «Велесова книга» - это правдивое «повествование о прошлых деяниях, и им находят подтверждения в других древних источниках» [14].

Противники данной версии заявляют, что книга является фальсификацией, созданной в XIX или XX вв. Она примитивно имитирует древнеславянские писания [1]. Вне зависимости от принятия или непринятия источника, созданный об этой книге миф играет огромную роль в славянском неоязычестве, что транслируется также в плоскость художественной литературы. Многие современные авторы воспринимают «Велесову книгу» как основу славянского неоязычества. Современные авторы, пишущие в жанре фэнтези, используют следующие фрагменты из якобы существовавшей «Велесовой книги». Так в славянском романе-фэнтези встречается описание триады «Явь, Навь и Правь», которая, согласно популярной в среде неоязычников версии, впервые упоминается в «Велесовой книге». В частности, такое трёхчастное деление используется в цикле романов Е.А. Дворецкой «Лес на Той Стороне». Триада «Явь, Навь и Правь» делит мировое дерево славян на три части: Явь (физический мир), где обитают люди; Навь (темный астральный мир), где обитают темные силы и злые духи; Правь (светлый астральный мир) – зона пребывания высших сил и богов. Такие неомифологические вставки позволяют авторам сконструировать собственную уникальную мифологию, не имеющую аналогов и создать впечатление о подлинности [3].

Многие современные авторы, работающие в жанре фэнтези, используют особую хронологию событий, ссылаясь на ведический календарь, в котором отсчет времени ведется от «Сотворения Мира в звездном Храме» (С.М.З.Х.). В пенталогии В.И. Сахарова «Ночь Сварога» подобная хронология событий предшествует каждой главе романа: «Руян. 6648 С.М.З.Х.; Россия. 20.12.7521 С.М.З.Х.» [14]. Сам ведический календарь преподносится в качестве славянской системы летоисчисления, отчет в которой начинается со дня заключения мирного соглашения между противоборствующими народами, Звёздный Храм – это «название годины по Круголету Числобога» [7]. Такая псевдоистория составляет ядро современных произведений славянских фэнтези. Их авторы достаточно вольно трактуют официальную историю, особо не рефлексировав по поводу искажения исторических событий. Они описывают настоящее «кровавое побоище», насильственное принятие христианской веры как наиболее излюбленные темы произведений подобного рода [8]. Несмотря на то, что у авторов нет опоры на исторические факты, они изображают реальность, которая могла бы быть в один из переломных моментов реальной истории. С другой стороны, сам жанр фэнтези вовсе не предполагает обязательной правдивости истории. Представляется, что именно поэтому этот жанр оказался столь популярным в неоязыческой среде.

Особой популярностью у авторов романов-фэнтези пользуется символ коловрат. Коловрат – это свастика с восемью лучами. В сувенирной продукции и религиозных атрибутах этот символ также имеет значение направление движения, заданного лучами. Свастика у древних славян – это солярный знак, символизирующий вечное движение и цикличность всех процессов в природе. В славянском фэнтези этот знак получил дополнительную семантику: сторонники язычества утверждают, что использование данного символа в качестве оберега способно кардинально изменить человека, придав ему

сил, мудрости и решимости. Л.Р. Прозоров в своем романе «Евпатий Коловрат» использует не только древнеславянский знак, но и создает целую историческую личность по имени «Коловрат» [6]. Среди ученых нет единого мнения о происхождении имени легендарного древнерусского богатыря. Наиболее популярная версия гласит, что герой был ловким и быстрым в бою («коло» - круг, «врат» - вращение) [13]. В самом романе окружающий мир главного героя романа насыщен старинными предметами: аутентичной одеждой, древнерусскими оружием и предметами быта. Автор также описывает древние обряды (колдовские посвящения), которые традиционно совершались в бане, вводит много древнеславянских понятий (*кощуны*, *державец* и др.). Книга благодаря таким включениям содержит претензию на достоверность данных и истории, поэтому ориентируют читателя на реальную историю событий.

Славянская культура также прослеживается в обильном использовании авторами в своих произведениях языческих славянских имен. Цикл романов Е.А. Дворецкой «Лес на Той Стороне» наполнен необычными и звучными именами, которые ярко характеризуют своих носителей: Избрана, Хвалис, Зимобор, Темнозор, Радомир и т.д.. Согласно мнению ученых, имена в древности могли даваться в зависимости от обстоятельств появления ребенка, времени и места рождения или черт характера [4]. В своих романах Е.А. Дворецкая использует имена-маркеры, которые характеризуют героев как личности. Так, Лютомер и его сестра Лютава (букв. «лютый» означает «свирепый, звериный, жестокий») - антагонисты, противостоят главным героям на пути к достижению их целей [3].

Главный герой современного славянского фэнтези – это чаще всего «человек в поиске», наделенный идеальными качествами, обладающий мужеством и упорством. Нередко главный герой также обладает сверхчеловеческими качествами, в книге Н. Перумова «Я, Всеслав» главный герой – князь, ведущий борьбу с врагами и злыми духами на протяжении многих веков, он противостоит темными силам благодаря своей нечеловеческой сверхсиле [5].

Таким образом, основные элементы древней славянской культуры в современных произведениях жанра фэнтези представлены следующими кластерами:

- 1) мифологические образы или сюжеты, взятые из существующих фольклорных источников или псевдоисточников вроде «Велесовой книги»;
- 2) ведический календарь, в котором отсчет времени ведется от «Сотворения Мира в звездном Храме» (С.М.З.Х.);
- 3) древнеславянские ритуальные символы;
- 4) древнеславянские предметы одежды и быта;
- 5) древнеславянские обряды или их элементы;
- 6) некрестильные имена.

Также неотъемлемой частью славянского фэнтези является мифологизм, который реализуется посредством использования волшебства, магических элементов и существ [2]. Магия или сверхсила – важная составляющая реальности у авторов в романах-фэнтези. С помощи магии и сверхспособностей главный герой противостоит многочисленным испытаниям на своем пути к достижению поставленной цели.

В произведениях славянского фэнтези осуществляется идеализация образа язычника-главного героя. Само славянское фэнтези является инструментом популяризации идей русского неоязычества, несмотря на то, что некоторые авторы не являются представителями данной религиозной группы. Авторами создается не историческая, а художественная реальность с элементами славянской культуры, где главный герой в поисках своего предназначения повествует читателю о своей нелегкой судьбе через призму неоязыческих идей. Идеи, транслируемые в произведениях, не являются строго установленными, но имеются популярные темы и образы, которые непременно должны отсылать к древней славянской культуре.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ахмадулина С. З. Неоязычество в современной России: историко-философский анализ // Вестник Бурятского государственного университета. 2020. № 1. С. 81-87.
2. Барашкова А. В. Принципы художественного мифологизма в жанре фэнтези // Личность. Культура. Общество. 2010. Т. 12. № 3(57-58). С. 315-318.
3. Дворецкая Е.А. Лес на той стороне [Электронный ресурс]. URL: <https://booksonline.com.ua/view.php?book=110735> (дата обращения: 10.11.2022).
4. Евлоева А. И. Феномен популярности литературы жанра «фэнтези» в конце XX - начале XXI века // Молодой ученый. 2018. № 22(208). С. 479-482.
5. Перумов Н. Я, Всеслав [Электронный ресурс]. URL: <https://kniga-online.com/books/fantastika-i-fjentezi/russkoe-fentezi/275021-nik-perumov-ya-vsесlav-sbornik.html> (дата обращения: 11.11.2022).
6. Прозоров Л.Р. Евпатий Коловрат [Электронный ресурс]. URL: <https://knizhnik.org/lev-prozorov/evpatij-kolovrat/1> (дата обращения: 12.11.2022).
7. Российское неоязычество. История, идея и мифы [Электронный ресурс] // azbyka.ru: [сайт]. - URL: <https://azbyka.ru/otechnik/religiovedenie/rossijskoe-neojazychestvo-istorija-ideja-i-mify/> (дата обращения: 26.10.2022).
8. Сахаров В. И. Большой погром // М.: Центрполиграф, 2016. - 351 с.
9. Сахаров В. И. Ведун // М.: Центрполиграф, 2016. - 319 с.
10. Сахаров В. И. Воин Яровита // М.: Центрполиграф, 2016. - 318 с.
11. Сахаров В. И. Северная война // М.: Центрполиграф, 2016. - 286 с.
12. Сахаров В. И. Тропы Трояна // М.: Центрполиграф, 2016. - 287 с.
13. Тютина О. С. Язычество, традиционализм, национализм. Нарративы русского родноверия // Вестник Мининского университета. 2017. № 4(21). С. 16.
14. Шиженский Р. В. Русский младоязыческий дискурс в пенталогии "Ночь Сварога" / Р. В. Шиженский // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2021. № 1(37). С. 148-161

УДК 298.9

Климова Екатерина Викторовна, старший преподаватель, кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», Комсомольский-на-Амуре государственный университет, младший научный сотрудник, научно-образовательный центр «Геродот», Новосибирский государственный технический университет

Klimova Ekaterina Viktorovna, Senior Lecturer of «Linguistics and Intercultural Communication», Komsomolsk-na-Amure State University, junior researcher, Scientific and educational center «Herodotus», Novosibirsk State Technical University

НЕОЯЗЫЧЕСТВО В РОССИЙСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (СЕРИЯ КНИГ В. МЕГРЕ)

NEO-PAGANISM IN RUSSIAN FICTION (A SERIES OF BOOKS BY V. MEGRE)

Аннотация. Статья посвящена исследованию истории продвижения идей неоязычества в российской художественной литературе на примере книг В. Мегре. Описаны основные идеи художественных произведений автора, которые преподносятся в качестве экологических императивов и родовой истории. Раскрываются также другие цели и результаты произведений В. Мегре – продвижение неоязыческого мировоззрения и его коммерциализация. Показано, как под видом жанра фэнтези и средствами художественной культуры может осуществляться распространение и реализация религиозных идей.

Abstract. The article is devoted to the study of the history of the promotion of the ideas of neo-paganism in Russian fiction on the example of V. Megre's books. The main ideas of the author's works of art, which are presented as environmental imperatives and ancestral history, are described. Other goals and results of V. Megre's works are also revealed – the promotion of the neo-pagan worldview and its commercialization. It is shown how, under the guise of the fantasy genre and by means of artistic culture, the dissemination and realization of religious ideas can be carried out.

Ключевые слова: неоязычество, художественная культура, художественная литература, анастасиевцы

Key words: neo-paganism, artistic culture, fiction, Anastasians.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-28-01712)».

Неоязычество сегодня существует в различных формах новых и традиционных культурных практик и коллабораций: эзотерические культы, обряды исцеления, экологический активизм, политические акции, неоязыческие объединения и поселения и др. В официальных источниках, с одной стороны, оно соотносится с формами экстремизма и национализма, с другой стороны, - с нетрадиционной религиозностью. В современном мире этот вид нового религиозного движения не так ярко заявляет о себе, как в 1990-е гг., но активно проникает в нерелигиозные сферы жизни, в частности, в художественную культуру [1].

Актуальность темы исследования обусловлена популярностью неоязычества в современной российской культуре. В период с 1990-х по 2010-е гг. изучению этого явления было посвящено немало работ. Между тем распространение язычества в России продолжается, оно выходит из своих традиционных пространств, принимает новые формы, внедряется в различные сферы культуры, жизненные реалии, формирует новые художественные практики, осваивает иные виды культурных индустрий, современные медиапространства и социально-экономические технологии. Актуальность исследования определяется также тем, что его результаты позволят расширить представления о факторах распространения новых религиозных течений в стране и в современном мире в целом.

Как известно, художественная культура является мощным инструментом влияния на личность и культуру. Ядром художественной культуры выступает искусство. Тема неоязычества проникает в такие виды искусства, как живопись, кинематография, декоративно-прикладное искусство, музыка, художественная литература и др. Художественная литература как вид искусства оказалась сферой, способной достаточно экспрессивно и продуктивно распространять различные религиозные идеи, в том числе с неоязыческой тематикой. Это очень репрезентативно показал В. Шнирельман при примере русского родноверия [6].

Исследование неоязычества в российской художественной литературе на примере книг В. Мегре является частью большого исследования неоязычества в современной художественной культуре России в рамках гранта Российского научного фонда (проект № 22-28-01712), которое предполагает комплексный анализ технологических, коммуникативных и аксиологических аспектов неоязычества в современных художественных практиках России.

Распространение неоязыческих практик в 1990-е гг. было обусловлено глобализацией общества и социокультурными переменами [3]. Так в условиях распространения новых альтернативных религиозных ценностей формируется популярное славянское неоязычество на постсоветском пространстве. Эксперты объясняют его появление инициативой молодого поколения, которое активно начало взаимодействовать с европей-

ским обществом [4]. Неоязычество распространялось среди молодежи как экологическое и этнокультурное движение; последнее было представлено общинами, которые впоследствии были приравнены к экстремистским организациям за идеи расового превосходства славян над другими национальностями [5].

Сторонники экологического неоязычества опираются на ценности, пропагандируемые также в серии книг В. Мегре «Звенящие кедры России». «Звенящие кедры России» - цикл романов-фэнтези: «Анастасия» (1996), «Звенящие Кедры России» (1997), «Пространство Любви» (1998), «Сотворение» (1999), «Кто же мы?» (2001), «Родовая Книга» (2002), «Энергия Жизни» (2003), «Новая цивилизация. Часть 1» (2005), «Новая цивилизация. Часть 2. Обряды любви» (2006), «Анаста» (2010), «Энергия твоего рода» (2019). В цепочке названий прослеживается эволюция текстов от художественной формы и фантазии к учению. Все художественные произведения из цикла «Звенящие кедры России» объединены одной сюжетной линией, где автор рассказывает о знакомстве с девушкой Анастасией – представительницей «высокоразвитой» культуры, которая живет обособленно от людей в сибирской тайге.

Мировоззрение, образ жизни и ценности этого персонажа идеализируются и представляются в качестве образцовых. Главная героиня - «молодая женщина с длинными золотистыми волосами, великолепнейшей фигурой ... её красота была необычна... кто мог бы соперничать с ней из победительниц самых престижных конкурсов красоты по внешнему виду и, как потом выяснилось, по интеллекту», также девушка обладает даром исцеления, владеет всеми языками мира, хранит всю мудрость своих предков [2]. Образ Анастасии не только идеализируется, но и мифологизируется: в серии книг В. Мегре она описана как необыкновенная и мистическая целительница, живущая в согласии с природой.

При первой встрече с Анастасией автор испытывает глубокие чувства: восхищение, интерес, возможно, случается влюбленность. Любовная история находит свое продолжение в рождении сына Анастасии и автора (главного героя). В описании ребенка используются специальные художественные приемы, мысленно соотносящие это дитя любви с могучим и великим миром природы «... крохотное тельце малыша покоилось в густой медвежьей шерсти. В паху огромного зверя, под его чуть приподнятой передней лапой ...»[2].

Ключевые идеи художественных произведений автора представляются как экологические и родовые. Одна из главных транслируемых идей автора – это «единение с природой», исцеление души и тела посредством взаимодействия с кедром. Ключевое место среди нечеловеческих образов в серии изучаемых книг занимает сам кедр, «звенящий Кедр... Кедр, высота которого... достигла сорока метров... Кедр принимает, исходящую через Космос от человека энергию, хранит и в нужный момент отдает... Его нужно спилить и раздать многим людям...» [2]. Автор активно пропагандирует волшебные свойства кедра – модели мира – и самой природы как источников исцеления, которое возможно в результате единения с ними. По мнению автора, кедр способен излечить любую болезнь.

Следующей ключевой идеей в книгах является создание родовых поместий на земле. На территориях, выделенных государством в безвозмездное пользование и для постоянного проживания, семьи смогут построить дом, усадьбу, высадить новые деревья вокруг и жить в гармонии с природой и собой целыми поколениями, поддерживая родовую линию. Идея родовых поместий заключается в создании «своего гектара»; это создание преподносится как осмысленное сотворение и облагораживание своего пространства, основанные на внутреннем осознании обладания им.

Идеи, пропагандируемые в «художественных» произведениях В. Мегре, оказали значительное влияние на большую группу людей, привели к созданию целого религиозного движения «Звенящие кедры России», активизации значительной группы последователей, называемых сегодня анастасиевцами. Анастасиевцы - новое религиозно-

экологическое движение, объединенное общими идеями о создании родовых общин, экопоселений, уединении от городской культуры, что считают идеалом социальной жизни. Абсолютно не случайно основателем движения «Звенящие кедры России» призван предприниматель и писатель Владимир Николаевич Мегре (Пузаков). Исследователи относят писателя к создателям религии Нью Эйдж, которая соединяет различные современные оккультные и эзотерические течения [8].

Возникает закономерный вопрос: почему текст, поданный под «соусом» роман-фэнтези, постепенно был воспринят читателями как достоверный факт, истина и установка к действию? Подробное изучение содержания романа обнаружило включение в ткань текста реальных исторических событий и отдельных фактов. Подобные приемы в целом свойственны эзотерическому дискурсу и используется в рамках него для создания эффекта достоверности. Такой формат сочинения – форма защиты автора. В ситуации судебного процесса он сам утверждал, что Анастасия – мистификация, вымысел, но читатели восприняли это факт как ложь ради спасения Анастасии.

В 2004 г. на конференции «Тоталитарные секты и демократическое государство» (г. Новосибирск), движение анастасиевцев, как и целый ряд современных религиозных течений и движений, было отнесено к категории опасных организаций в сфере национальной безопасности России. Несмотря на данный факт, движение в последующем развивалось, обретало новых последователей. В настоящее время оно по-прежнему существует, его представители занимаются в основном коммерциализацией идей, прописанных в книгах автора, посредством продажи продукции собственного производства (кедровая продукция, экоподарки, биокосметика и др.); сами идеи основателя движения по-прежнему поддерживаются его последователями [7].

Таким образом, репрезентируемая идея произведений писателя В. Мегре – необходимость возрождения архаической традиции, которая будет способствовать перевоплощению человека посредством «возврата в природу» в суперчеловека, обладающего сверхкачествами и новыми силами. «Общим знаменателем» неоязычества и идей В. Мегре могут выступать почитание природы, истории рода, архаичных обрядов и ценностей. К скрытым задачам художественных произведений этого автора следует отнести продвижение неоязыческого мировоззрения и идею коммерциализации продукции, которая, по мнению автора и его единомышленников, обладает «удивительными» свойствами.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ахмадулина С. З. Неоязычество в современной России: историко-философский анализ // Вестник Бурятского государственного университета. 2020. № 1. С. 81-87.
2. Владимир Мегре [Электронный ресурс] // Zvenyaschiy-keidr : [сайт]. - URL: <https://megre1.bib.bz/zvenyaschiy-keidr> (дата обращения: 25.03.2022).
3. Гайдуков А. В. К вопросу о методологии изучения российского неоязычества // Общество: философия, история, культура. 2021. № 3(83). С. 23-27
4. Жарчинская К. А. От каббалы до "раскрещивания": проблема осознанного выбора в современном и традиционном мистицизме // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 2(34). С. 115-119.
5. Тулянов В. А. Псевдоисторические взгляды родноверов (по материалам журнала "Родноверие") // Мировые цивилизации. 2018. Т. 3. № 4. С. 7.
6. Тютин О. С. Язычество, традиционализм, национализм. Нарративы русского родноверия // Вестник Мининского университета. 2017. № 4(21). С. 16.
7. Чиркина Е. М. Анастасиевцы Западной Сибири и славянское неоязычество // Сибирская археология и этнография: вклад молодых исследователей : материалы LVI Российской археолого-этнографической конференции студентов и молодых ученых, Чита, 23-26 марта 2016 года / Министерство образования и науки РФ; Забайкальский государственный университет; Всероссийской общественной организации «Русское

Географическое общество». Чита: Забайкальский государственный университет. 2016. С. 286-287.

8. Яшин В.Б. Неоязыческий компонент в движении почитателей Анастасии: кейс поселения родовых поместий «Имбирень» (Омская область) // Colloquium heptaplomeres. - 2018. №5. С. 7-16

УДК 796

Коренек Артем Александрович, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Korenek Artem Aleksandrovich, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Валеев Андрей Мусагитович, кандидат педагогических наук, доцент; Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Valeev Andrey Musagitovich, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Komsomolsk-na-Amure State University

РОЛЬ ГТО В ЖИЗНИ СТУДЕНТА КНАГУ

THE ROLE OF TRP IN THE LIFE OF A STUDENT

Аннотация. Целью данной работы стало изучение вопроса о том, насколько значима и важна роль Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне (ГТО)» в жизни студента ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет».

Abstract. The purpose of this work was to study the question of how significant and important is the role of the All-Russian Physical Culture and Sports Complex «Ready for Work and Defense (GTO)» in the life of a student of Komsomolsk-na-Amure State University.

Ключевые слова: комплекс ГТО, студенты, исследование, опрос.

Key words: GTO complex, students, research, survey.

Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) является основой физического воспитания населения Российской Федерации. Эта программа включает нормативную основу и нацелена на развитие массового физкультурно-спортивного движения в России.

Комплекс ГТО предусматривает подготовку к выполнению и выполнение населением установленных нормативных требований по трем уровням трудности, соответствующим золотому, серебряному и бронзовому знакам отличия «Готов к труду и обороне» (ГТО). В выполнении комплекса могут участвовать различные возрастные группы – от 6-ти до 70-ти лет и даже старше.

Начиная с 2019 года Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» вошел в состав Федерального проекта «Спорт – норма жизни!», который, в свою очередь, является частью Национального проекта «Демография» на период 2019-2030 гг.

Занятия физической культурой и спортом важны для студента. Многие авторы отмечают, что это в первую очередь лучший способ для укрепления здоровья, поддержания красивой развитой фигуры, гибкого тела и стойкой выносливости [2, 6]. Эта инициатива поддержана указом Президента Российской Федерации «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне (ГТО)» от 24 марта 2014 года (№172), в котором возрожден знаменитый в СССР физкультурно-спортивный

комплекс, до этого отменённый в 1991 году. На данный момент ГТО преследует такие основные задачи для студентов вуза, как:

- 1) определение физического уровня развития студентов, а также владения практическими навыками физкультурно-оздоровительного и прикладного характера;
- 2) формирование у студентов привычек к регулярным занятиям спортом;
- 3) повышение интереса к спорту среди студентов;
- 4) стремление к достижению высокого уровня физического развития студентов.

Современными исследователями обращено внимание на проблемы комплекса ГТО в вузах [1, 3, 4, 5]. Целью данной работы стало изучение вопроса о том, насколько значима и важна роль ГТО в жизни студента КнАГУ. В качестве предмета исследования выступили студенты КнАГУ первых, вторых и третьих курсов. В процессе исследования вопроса было опрошено 25 человек с возрастной категорией от 17 до 22 лет. По результатам данной работы оказалось, что нормы ГТО для опрошенных студентов не столь важны и их значимость для них – минимальна. Чтобы узнать, насколько значимо, важно и актуально ГТО в жизни студента в настоящее время, был проведён опрос. Опрос содержал 2 вопроса:

- 1) Есть ли у вас знак отличия ГТО.
- 2) Как вы относитесь к ГТО: положительно, отрицательно или безразлично.

Результаты исследования оказались неутешительными. Среди опрошенных всего у двух человек имеется знак отличия ГТО, что составляет 8 % от всех студентов, участвовавших в опросе (рисунок 1).



Рисунок 1 – Опрос 1 «Есть ли у вас знак отличия ГТО?»

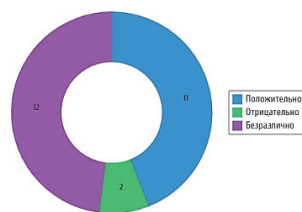


Рисунок 2 – Опрос 2 «Как вы относитесь к ГТО?»

Отношение студентов к комплексу «Готов к труду и обороне» представлено на диаграмме (рис. 2). Положительно отзывались о нормах ГТО 11 (44 %) опрошенных, при этом отрицательных отзывов было не так много – всего (8 %) их было 2 студента. Безразлично относятся к данному физкультурно-спортивный комплексу 12 (48 %) человек. Из положительных качеств студенты больше всего выделяли то, что знак отличия может помочь в достижении повышенной стипендии. Кроме того, некоторым ГТО помогло в поступлении в университет на желаемую специальность благодаря надбавке баллов за индивидуальные достижения.

Опрошенные, которые отрицательно относятся к комплексу, утверждали, что нормы ГТО нужно упростить, а привилегии за значок – увеличить.

Вместе с тем, студенты, безразлично относящиеся к ГТО, не видят надобности в знаке отличия и считают, что его необходимость в жизни студента – минимальна.

В итоге нашего исследования, оказалось, что интерес к нормам ГТО в настоящее время у опрошенных студентов КнАГУ достаточно мал. И хоть у почётных обладателей знаков отличия и есть определённые привилегии, видимо, их недостаточно, чтобы вовлечь студентов на сдачу физкультурно-спортивного комплекса. Сейчас как никогда актуально прививать молодёжи культуру спорта. Ведь спорт – это один из главных элементов здорового образа жизни, который влияет как на физическое здоровье студента, так и на ментальное, что особенно важно для успешной и продуктивной учёбы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дубогрызова И.А., Рыбкина А.И. Физическая подготовленность студенток технического университета в рамках современного Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) // Современные тенденции развития фундаментальных и прикладных наук. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией С.А. Коньшковой. Брянск, 2022. С. 120-123.
2. Дугнист П.Я. Роль и значение ГТО в современном обществе // Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта. 2015. № 1. С.2.
3. Калинина А.Е., Ткач И.М. Основные физические качества студентов, формируемые в процессе занятий физической культурой // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований. Материалы V Всероссийской национальной научной конференции молодых учёных. В 4-х частях. Комсомольск-на-Амуре, 2022. С. 313-315.
4. Киласьев И.А., Садыков Р.И., Соколовская Л.В. Оценка физической подготовленности студенток вуза при выполнении нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. № 2 (204). С. 204-207.
5. Кокорина Д.А., Антоненко М.Н. Проблема популяризации Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» среди студентов вуза // Студенческий спорт: состояние и перспективы развития. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией Ж.И. Бушевой. Сургут, 2022. С. 34-36.
6. Шпилева А.В., Ткач И.М. Влияние физической культуры на студентов // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности. Материалы Всероссийской научной конференции. Комсомольск-на-Амуре. 2021. С. 341-343.

УДК 008

Костецкая Екатерина Сергеевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Kostetskaya Ekaterina Sergeevna, student, Komsomolsk-on-Amur State University

Васильченко Александра Владимировна, кандидат культурологии, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Vasilchenko Alexandra Vladimirovna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of History and Cultural Studies, Komsomolsk-on-Amur State University

ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОЙ АНИМЕ-КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

THE INFLUENCE OF JAPANESE ANIME CULTURE ON MODERN RUSSIAN SOCIETY

Аннотация. Основной целью работы являлось исследование влияния японской Аниме-культуры на современное российское общество. В процессе исследования отмечено, что японская Аниме-культура обрела огромную популярность в современной России, которая проявляется в проведении различных мероприятий, посвященных Аниме: косплеев, ярмарок, выставок, фестивалей, показов фильмов и др. Сделан вывод о том, что активное проникновение японского Аниме в отечественную культуру объясняется многими причинами, одной из которых является многообразие его сюжетов, форм и жан-

ров. Произведения Аниме при помощи легкой, доступной и красочной подачи материала транслирует людям важные жизненные принципы и ценности: трудолюбие, целеустремленность, упорство в достижении поставленной цели, силу воли, любовь, прощение, смелость и т.п.

Abstract. The main purpose of the work was to study the influence of Japanese Anime culture on modern Russian society. In the course of the research, it was noted that Japanese Anime culture has gained enormous popularity in modern Russia, which is involved in holding various events dedicated to Anime: cosplays, fairs, exhibitions, festivals, film screenings, etc. It is concluded that the active penetration of Japanese Anime into the domestic culture is explained by many reasons, one of which is the diversity of its plots, forms and genres. Anime production, with the help of an easy, accessible and colorful presentation of the material, translates important life principles and values to people: diligence, purposefulness, perseverance in achieving the goal, willpower, love, forgiveness, humility, etc.

Ключевые слова: Аниме-культура, искусство, Российская культура, Японская культура, Манга, косплей.

Key words: Anime culture, art, Russian culture, Japanese culture, Manga, Cosplay.

Современная эпоха глобализации проявляется в активных межкультурных взаимодействиях и характеризуется единым информационным пространством, общей сетью межличностных, межсоциальных и межнациональных коммуникаций, в результате чего пространственные рамки постепенно стираются. В связи с этим, в настоящее время особую актуальность приобретает проблема взаимопроникновения и взаимообогащения культур.

Большой популярностью в современном российском обществе, особенно среди подрастающего поколения и молодежи, пользуется Аниме-культура, которая является творческим наследием Японии.

Цель работы: исследовать влияние японской Аниме-культуры на современное российское общество.

Аниме представляет собой исторически обусловленный и графически узнаваемый культурный жанр, который характеризуется следующими специфическими особенностями:

- эмоциональностью;
- экспрессивностью и яркостью;
- чувственностью;
- образностью;
- отрицанием реальности;
- фантастичностью;
- символизмом;
- агрессивностью;
- размытостью и неконкретностью речи персонажей;
- захватывающим и увлекательным сюжетом;
- эстетичностью (повышенным вниманием к красоте национальной природы);
- специфической манерой рисовки персонажей и героев (неестественно большие глаза персонажей, их подчеркнутая детализация; нос и рот изображают волнистыми линиями);
- индивидуальностью (культура Аниме характеризуется противопоставлением себя массе культуры с ее стремлением к унификации личности) [3].

Аниме-культура стала проникать в Россию с середины 90-х гг. XX в. Поначалу искусство Аниме имело развлекательный характер, но постепенно оно приобрело статус самостоятельного культурного направления и стало осмысляться как молодежная и подростковая субкультура. Однако, искусство Аниме рассчитано и на взрослую аудиторию, благодаря этому оно получило распространение в других странах и даже по

всему миру. В современной России число поклонников аниме все более и более увеличивается. Доказательством этому является показ в кинотеатрах японских мультипликационных фильмов, проведение огромного числа мероприятий, косплеев, фестивалей и ярмарок, посвященных Аниме-культуре, на которые собираются люди, объединенные общим пристрастием к японской культуре, увлекающиеся Манга и Аниме [1; 5; 7; 8]. Такие мероприятия проводятся в различных городах России. Не является редкостью проведение фестивалей и косплеев Аниме даже в небольших городах.

Среди подростков и молодежи трендовыми стали считаться одежда, обувь, украшения и другие вещи с изображениями персонажей из любимых Аниме-сериалов и Манга.

Большой популярностью пользуются магазины, специализирующиеся на продаже различной атрибутики, а также разнообразных предметов и вещей, связанных с Аниме-культурой. Ассортимент таких магазинов разнообразен, он включает в себя декоративные подушки, брелки, всевозможные аксессуары, постеры, наклейки и т.п. с изображениями аниме-персонажей или сюжетов из Аниме-сериалов. В ассортимент таких магазинов также входят игрушки-аниме (покемоны, фигурки героев Аниме), книги Манга.

Особое распространение получает *косплей* (переводится как *костюмированная игра*) [6]. Его суть заключается в переодевании в различные костюмы любимых героев из аниме и Манга, а также использование их атрибутики. Подготовка к этому мероприятию включает в себя самостоятельное изготовление костюма и элементов атрибутики любимого героя (парика, линз, макияжа, оружия, флага, повязки и т.п.). Особенностью косплея является то, что в основном концентрируется внимание на внешнем виде персонажа, а не на его характере. Также в косплее большое внимание уделяется исторической реконструкции, требующей особого детального воссоздания прототипа [2].

Наиболее популярными персонажами являются Шото Тодороки, Изуко Мидория, Кацуки Бакуго, Дэнки Каминари из Аниме «Моя геройская академия» автора Кохэй Хорикоси; Наруто, Саске, Сакура из Аниме «Наруто» автора Масаси Кисимото; Луффи, Зоро, Нами, Санджи из Аниме «Ван Пис» автора Эйитиро Ода; Эрен Джагер, Микаса, Армин из Аниме «Атака Титанов» автора Хадзимэ Исаяма; Танджтро Комадо, Недзуко Комадо, Зеницу Агатсума, Иноске Хашибари из аниме «Клинок» автора Кёхару Готогэ и др. (рис. 1) [4].



Рисунок 1 – Косплей – «Моя геройская академия».
Слева-направо персонажи: Шото Тодороки,
Изуко Мидория, Кацуки Бакуго, Дэнки Каминари

Аниме-культура привлекает зрителя огромным жанровым и сюжетным разнообразием. Ни одно анимационное произведение не может сравниться с искусством Аниме по огромному многообразию форм и жанров, которые включают в себя фэнтези, комедии, романтические комедии, детективные драмы, исторические драмы, боевики, экшн, мистику, триллеры, психологические триллеры, ужасы, приключения, мыльные оперы, сказки и мн. др.

Огромная популярность Аниме-культуры объясняется следующими моментами.

- Японские аниматоры постоянно рожают уникальные и неповторимые произведения, они все время создают новые интересные и захватывающие сюжеты, особенно это касается Аниме-сериалов. Периодически выходят новые серии Аниме.

- Мастера Аниме вкладывают в свои произведения собственные мысли, чувства, эмоции, переживания, и, в связи с этим, создают историю, которая не оставляет равнодушным даже самого критичного и привередливого зрителя.

- Большинство произведений Аниме обладают психологическим, нравоучительным и идейным воздействием на зрителя. Они учат зрителей признавать свои ошибки, прощать врагов и не бояться полюбить того, к кому еще не так давно испытывали неприязнь и даже ненависть.

- Аниме доказывают, что ничего в жизни не дается просто так, и, чтобы добиться поставленной цели, необходимо долго, усердно и кропотливо работать над собой.

- Произведения Аниме транслируют идею о том, что наша жизнь и судьба имеет огромный глубокий смысл, и у каждого человека есть свое предназначение в жизни, а череда связанных между собой событий имеют свое определенное место и время.

- Аниме учит зрителя жизненным принципам. Они говорят о том, что жизнь – несправедлива, но если перестать оправдывать свои неудачи и невезения неравенством или несправедливым к тебе отношением, и уверенно идти за мечтой, стремиться к мечте всеми своими силами, то обязательно ее достигнешь. То есть они учат добиваться поставленных целей, идти вперед, несмотря ни на что.

Таким образом, Аниме-культура обрела огромную популярность в российском обществе, которая выражается в проведении различных мероприятиях, посвященных культуре Аниме (косплеи, ярмарки, фестивали, показ фильмов Аниме и др.), а также в функционировании магазинов с богатым ассортиментом атрибутики культуры Аниме. Проникновение Аниме в отечественную культуру, а также увеличение с каждым годом поклонников и фанатов этого искусства в российском обществе объясняется многими причинами, одной из которых является многообразие ее сюжетов, форм и жанров. Произведения Аниме погружают зрителя в удивительный мир, в котором сбываются самые сильные мечты. Произведения Аниме при помощи легкой, доступной и красочной подачи материала транслирует людям важные жизненные принципы и ценности: трудолюбие, целеустремленность, упорство в достижении поставленной цели, силу воли, любовь, прощение, смелость. При просмотре любимого фильма Аниме, например, «Наруто», и видя какой сложный, тяжелый и долгий путь проделывает главный герой, чтобы стать Хокаге, т.е. самым сильным ниндзя, зритель задается вопросом: а что же мешает мне стать таким же героем, как он - идти вперед до конца и не сдаваться, чтобы достичь своей мечты.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Выставка Такаси Мураками «Будет ласковый дождь». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5Yt40KJEprI&feature=youtu.be> (дата обращения 13.11.2022).

2. Давыдов, И. Более ста косплееров со всего Дальнего Востока съехались на аниме-фестиваль в Комсомольске // Новости Хабаровска на DVHAB.RU. 26.03.2017 г. URL: <https://www.dvnovosti.ru/komsomolsk/2017/03/26/64100/#ixzz5xrVyRJI> (дата обращения 13.11.2022).

3. Дедов Н.П. Влияние японской аниме-культуры на формирование субкультуры поведения российских подростков. URL: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-psycology-2020-1/16-dedov.pdf> (дата обращения 13.11.2022).

4. Жанры аниме и манги // Сайт «Аниме». URL: <http://web2.z-kurs.ru/index.php/24-zhanry-anime-i-mangi> (дата обращения 13.11.2022).

5. Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушные власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 04.02.2019. URL: <http://hlebasia/people/khv-anime-fest> (дата обращения 13.11.2022)

6. История Косплея. URL: <https://stopgame.ru/blogs/topic/64384> (дата обращения 13.11.2022).

7. Камушкова С. Четвертый областной аниме-фестиваль прошел в Южно-Сахалинске // Сахалин и Курилы. URL: <https://skr.su/news/post/36423/204> (дата обращения 13.11.2022).

8. Карначёва Е., Кузнецов Д. Первый фестиваль полнометражного аниме «Реанифест» открылся во Владивостоке. URL: <https://www.newsvl.ru/photos/2012/04/15/anime> (дата обращения 13.11.2022).

УДК 316.37

Красулина Ксения Романовна, студентка, Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (Национальный исследовательский университет)

Krasulina Ksenia Romanovna, student, Bauman Moscow State Technical University (National Research University)

Гаврилова Юлия Викторовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры «Социология и культурология», Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (Национальный исследовательский университет)

Gavrilova Yulia Viktorovna, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ САМОЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

THE MAIN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SELF-EFFICACY OF THE INDIVIDUAL IN THE MODERN WORLD

Аннотация. В статье обосновывается необходимость развития высокого уровня самоэффективности личности в современных социальных условиях. Авторы акцентируют внимание на совокупности социальных факторов, влияющих на выработку самоэффективности. Такими факторами являются социальные трансформации и социальные вызовы современности, например, «апгрейд реальности», дегуманизация, эффект «мнимой транспарентности», создание цифровых метавселенных, разработки и внедрение ИИ. Основой анализа социальных факторов развития самоэффективности личности выступает концепция BANI-world, излагающая особенности современной социальной действительности. Рассматривая каждый элемент акронима BANI и анализируя соответствующие ему социальные феномены, авторы выявляют основные тренды в развитии самоэффективности личности: ориентацию на формирование гибких (мягких) навыков, ориентацию на личностное лидерство, формирование метакомпетенций, а также, включенность человека в креативные индустрии.

Abstract. The article substantiates the need to develop a high level of self-efficacy of the individual in modern social conditions. The authors focus on the totality of social factors affecting the development of self-efficacy. These factors are social transformations and social challenges of modernity, for example, the "upgrade of reality", dehumanization, the effect of "imaginary transparency", the creation of digital metaverses, the development and implementation of AI. The basis for the analysis of social factors of the development of self-efficacy of the individual is the concept of BANI-world, which sets out the features of modern social reality. Considering each element of the acronym BANI and analyzing the social phenomena corresponding to it, the authors identify the main trends in the development of personality self-efficacy: orientation to the formation of flexible (soft) skills, orientation to personal leadership, the formation of meta-competencies, as well as human inclusion in creative industries.

Ключевые слова: социальные вызовы, общество, самоэффективность, личность, мир, BANI-world.

Key words: social challenges, society, self-efficacy, personality, world, BANI-world.

Важнейшим аспектом самосознания личности является восприятие собственной эффективности в учебе, профессиональной деятельности, в межличностных отношениях. Самоэффективность определяется умением ориентироваться в жизненных ситуациях и способностью успешно решать конкретные задачи, возникающие при реализации социальных практик. От продуктивного решения задач и достижения целей зависит жизненное благополучие человека и то, как он будет оценивать себя и свои силы в значимой для него деятельности. Человек всегда обращен «во внутрь себя», выстраивает систему ценностных ориентиров, ищет свое место в жизни, дает оценку собственным действиям или бездействию. Иногда человек не может верно оценить результативность своей деятельности, что приводит к ошибкам в выборе стратегий поведения. В таком случае речь идет о влиянии уровня самоэффективности на формирование самооценки личности. Высокий уровень самоэффективности определяет максимум усилий человека в личной и профессиональной деятельности, при этом, формируется адекватная самооценка. Однако невозможность и неспособность самореализации снижают самооценку, вызывают эмоциональное напряжение. В итоге, самоэффективность стремительно падает, что недопустимо в условиях современных социальных трансформаций.

Современному обществу требуются высокоэффективные люди с адекватной самооценкой, способные не только реализовывать задуманное, но и продуцировать новые идеи, критически мыслить; готовые к рискам, стремящиеся к новому, оттачивающие свои профессиональные навыки; умеющие работать, как самостоятельно, так и в командах. Следует отметить, что формирование самоэффективности личности в разные исторические периоды приобретает качественное своеобразие. В современном мире на развитие самоэффективности оказывают влияние такие социальные факторы как воспитание, система ценностей, принятых в обществе, социально-экономические, политические процессы в государстве и новые социальные вызовы (цифровая изоляция, «апгрейд реальности», «размывание смыслов», «неосинкретизм», «мнимая транспарентность», изменение роли работника, дегуманизация и др.) [1, 2]. Таким образом, исследование основных направлений развития самоэффективности личности должно осуществляться в контексте современных социальных вызовов и социальных трансформаций, так как это позволит выявить условия самореализации личности, определить критерии успешности обучения, личного и профессионального становления человека. Анализ основных трендов в развитии самоэффективности личности осуществляется нами на основании концепции BANI-world, разработанной Ж. Кассио в 2016 г. [3]. Ученый, анализируя социальную действительность, пришел к выводу, что новые социальные вызовы можно объединить в группы и проследить их влияние на общество, в результате выявить достаточно стабильные характеристики современного мира. Свообразие социальной реальности, представленное в концепции BANI-world, позволяет проанализировать основные тренды в развитии самоэффективности личности в современном мире.

В конце XX – начале XXI веков исследователи У. Беннис и Б. Нанус предложили называть многообразие современной им реальности акронимом VUCA: Volatility – нестабильность, Uncertainty – неопределенность, Complexity – сложность, Ambiguity – неоднозначность. По мнению исследователей, эти слова отражали особенности социальной реальности конца 80-х – начала 90-х гг. XX века. Вывод, к которому пришли разработчики концепции VUCA-world заключался в том, что в соответствии с пониманием и осознанием нестабильности, неопределенности, сложности и неоднозначности мира следует разрабатывать стратегии развития не только бизнеса, но и собственной жизни [4]. Учитывая включенность человека в сложные социальные условия VUCA - реальности можно говорить о способах развития самоэффективности личности в 90-е – 2000-е годы. Предлагались и активно внедрялись в систему воспитания и образования стратегии формирования гибких (мягких) навыков – soft skills. При этом, не все гибкие

навыки продуцировали самоэффективность. Среди гибких навыков на развитие самоэффективности направлены: навыки самоорганизации, работы с информацией, стрессоустойчивость и эмоциональный интеллект. Это те навыки, которые позволяют человеку активно включаться в процесс развития собственной жизни, упорядочивать действия как свои, так и окружающих людей. Отметим, что тренд на формирование самоэффективности через гибкие навыки сохранился и в настоящее время с той лишь разницей, что система навыков расширилась в соответствии с социальной динамикой. В последние годы мир настолько изменился, что профессор Ж. Кассио посчитал концепцию VUCA недостаточно актуальной для объяснения социальных условий и предложил новый акроним с более глубоким содержанием – BANI. Теперь мир характеризуется как Brittle – хрупкий, Anxious – тревожный, Nonlinear – нелинейный, Incomperhensible – непостижимый. Проиллюстрируем примерами особенности BANI-world. Проявление хрупкости мира (Brittle) заключается в том, что какое-то событие может сломать выработанный годами механизм действий и порядок жизни множества людей. Кажется, мир напряжен настолько, что может «рассыпаться». Устойчивое развитие, стабильность и безопасность становятся все более иллюзорными. Примерами хрупкости мира являются нарушение привычного социально-естественного порядка вещей, формирование синкрезиса «сознание – человек – машина», разработки и внедрение во все сферы жизни общества искусственного интеллекта (ИИ), изменение роли работника в период информационно-технологического прогресса, пандемия COVID-19 и др. Хрупкость мира негативно переживается индивидами. Развитие самоэффективности затруднено, так как у человека нет уверенности в завтрашнем дне, прогнозы оказываются не рабочими. Особенность социальной реальности, заключенная в слове Anxious – тревожность – характеризует возможные нарушения психического здоровья и психологического состояния на уровне отдельного человека, так и коллективов людей. Хрупкость окружающей человека действительности вызывает у него тревожность и беспокойство из-за невозможности прогнозирования событий. Постоянное ожидание непредсказуемых событий определяет максимальный уровень психического напряжения человека и социальных групп. Находясь в оковах тревожности, они не готовы и не способны помочь себе и близким. Отметим, что психическое здоровье и благополучие человека определяются низким уровнем тревожности и беспокойства. Удовлетворенность собой и своими действиями выступают необходимыми детерминантами самоэффективности. В то время как тревожная личность не будет справляться с поставленными задачами, постоянно отвлекаясь на внутриличностные противоречия, эмоциональные всплески, что ведет к неудовлетворенности жизнью и собой. Поэтому, минимизация тревожности как на уровне индивида, так и на уровне коллективов людей, сейчас является одной из важнейших задач. В нашем мире становится все тяжелее найти четкую взаимосвязь между действиями и реальными последствиями, поэтому возникает нелинейность (Nonlinear), предполагающая множество путей развития, отклонения, колебания, возможность выбора. Примером может служить стремительное развитие технологий, их внедрение в жизнь человека, медицину. Приумножая в одной сфере – техносфере, общество в стремлении усовершенствовать природу человека, модифицировать себя, находится перед лицом опасности утратить саму сущность социального. Непостижимость мира (Incomperhensible) – это еще один элемент акронима BANI, наиболее ярко раскрывающийся в функционировании искусственного интеллекта (ИИ), BIG DATA, через эффект “мнимой транспарентности”. В мире становится все больше информации, которую человек не в силах познать в полном объеме. Также, неспособность человека до конца осмыслить принципы функционирования ИИ вызывает страх, того, что ИИ совершит фатальную ошибку. Непонимание человеком себя, окружающего мира, собственного места в этом мире снижает самоэффективность личности; человек утрачивает смысл деятельности, не стремится к достижению целей, «останавливает-

ся». В результате анализа основных особенностей современного мира в контексте концепции BANI-world складывается пессимистичный образ будущего человечества. Однако исследователи указывают на необходимость именно в таких трудных условиях вырабатывать самоэффективность для того, чтобы справляться с трудностями и адаптироваться к новой реальности. Влияние уровня самоэффективности можно хорошо увидеть на примере учащихся, так как школьники и студенты, которые концентрируют свое внимание на ошибках и заклиниваются лишь на сложностях, считая, что у них не получится разобраться с материалом, часто оказываются с более низкой успеваемостью, чем те, кто имеет установку на успешное исправление ошибок, в результате они повышают свои оценки и получают новые знания [5]. Также самоэффективность напрямую связана с эмоциональным состоянием человека и его здоровьем.

В современном мире ярко прослеживаются такие тренды в развитии самоэффективности как ориентация на формирование гибких навыков, ориентация на личностное лидерство, формирование метакомпетенций, включенность человека в креативные индустрии. В рамках каждого направления вырабатываются стратегии развития самоэффективности личности, повышения ее уровня. Формирование гибких навыков началось достаточно давно, однако не утрачивает популярности и в настоящее время. Совокупность умений, входящих в систему гибких навыков постоянно пополняется в соответствии с запросами социума. Сейчас наиболее важными для развития самоэффективности личности оказываются критическое, системное, творческое мышление, эмоциональный интеллект, дизайн-мышление, проектное мышление и риторика. Таким образом, тренд на развитие гибких навыков держится длительный период времени и, скорее всего, продолжит держаться. Еще одним трендом в повышении уровня самоэффективности личности следует назвать формирование умений и навыков работы в команде, создание команд и их курирование. Большое значение придается социальному лидерству – процессу влияния на команды со стороны лидера. Но для развития самоэффективности, прежде всего, необходимо освоение личностного лидерства, то есть умения брать ответственность на себя за выбор в собственной жизни, «вести» себя к цели. Не менее важным в современном мире является формирование метакомпетенций. В целях повышения самоэффективности развивают креативное мышление в контексте реагирования на нестандартные профессиональные ситуации; навыки социально-психологической адаптивности и сотрудничества в командах профессионалов; овладение знаниями построения индивидуальной траектории развития талантливых членов команды, и применение соответствующих подходов для их развития, а также навыки в сфере личностного и командного стресс-менеджмента.

Таким образом, тренды в развитии самоэффективности личности и повышении ее уровня направлены на развитие гибкости, сопротивляемости, устойчивости, что противопоставлено хрупкости и нестабильности современного мира. В целях снятия эффекта тревожности как препятствия развитию самоэффективности нужно развивать эмпатию и осознанность. Нелинейность требует понимания общего контекста и адаптивность. Непостижимость приводит к максимальной прозрачности и интуиции.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шрёдер А., Шаунова А.А. Социальные вызовы современности (по материалам международного научно-практического семинара) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. № 3. 2021. С.261-265.
2. Гаврилова Ю.В. Ментальность в контексте взаимодействия социальной и виртуальной реальностей // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17. № 2. С. 82-93. – DOI 10.21209/1996-7853-2022-17-2-82-93.
3. Cascio J. Facing the age of chaos. URL: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d> (дата обращения: 17.10. 2022).

4. Bennis W.G., Nanus B., Bennis S. Leaders: Strategies for taking charge // New York : Harper & Row, 1985. – 200 p.

5. Бурлакова А.Р. Взаимосвязь самоэффективности и выгорания студентов // Студент и психологическая действительность: материалы студенческой научной конференции, Якутск, 06 апреля 2017 года. Якутск : Общество с ограниченной ответственностью «Бук», 2017. С. 8-9.

УДК 7.071.1

Нетреба Елизавета Сергеевна, доцент, Уральский государственный архитектурно-художественный университет имени Н.С.Алферова, Екатеринбург
Аспирант, Челябинский государственный институт культуры, Челябинск
Netreba E.S. Associate Professor, Ural State University of Architecture and Art named after N.S. Alferov, Yekaterinburg
Postgraduate student, Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk

ФОРМА АРТ-КОЛЛАБОРАЦИЙ: «ТВОРЧЕСКАЯ БРИГАДА» В МЕТОДОЛОГИЧЕСКОМ И ИСТОРИЧЕСКОМ ОСМЫСЛЕНИИ

A FORM OF ART COLLABORATIONS: "CREATIVE BRIGADE" IN METHODOLOGICAL AND HISTORICAL UNDERSTANDING

Аннотация. В статье рассматривается форма креативного объединения художников – творческая бригада, как один из возможных вариантов арт-коллабораций. Целью исследования является осмысление формы арт-коллаборации «творческая бригада» с методологической и исторической позиции. В результате исследования исторической формы можно отметить возрождение интереса и возвращение ее в последние несколько лет в связи с возрождением интереса к индустриальной тематике в изобразительном искусстве и создания групп художников, тесно сотрудничающих с промышленными предприятиями.

Abstract. The article considers the form of a creative association of artists - a creative team, as one of the possible options for art collaborations. The purpose of the study is to comprehend the form of art collaboration "creative team" from a methodological and historical position. As a result of the study of historical form, one can note a revival of interest and its return in the last few years, in connection with the revival of interest in industrial themes in the visual arts and the creation of groups of artists working closely with industrial enterprises.

Ключевые слова: арт-коллаборации, творческие объединения, искусство труда, творческая бригада, индустриальное искусство.

Key words: art collaborations, creative associations, art of labor, creative team, industrial art.

Одной из форм творческих объединений является бригада. Наиболее широкое распространение данная форма арт-коллабораций получила в период развития индустриальной темы в советском изобразительном искусстве. Обоснованно ее появление самой тематикой и жанровой направленностью творчества художников, трудившихся в данных объединениях.

Согласно определению терминологического словаря бригада - это группа работников, выполняющих единое задание и несущих за его выполнение ответственность [4]. Творческие бригады формировались из художников, направляемых на заводы для создания полотен на индустриальную тематику. Целью, ставящейся перед ними, было запечатлеть облик, показать красоту и величие его тружеников [2, с. 70]. Появление термина

«творческая бригада», связано с желанием выстроить созвучие с бригадами, трудившимися на промышленных предприятиях, и подчеркнуть важность деятельности художника. Тонкая смысловая игра: станок - на заводе, станок художника - мольберт, бригада заводчан и у художников «творческая бригада», позволяла художникам стать своими на заводе, сродниться с героями своих полотен, взглянуть изнутри на заводское братство.

В настоящее время форму «творческая бригада» можно отнести к коммерческим, крупным, независимым арт-коллаборациям, но так было не всегда. В период зарождения и развития данной формы творческого объединения они создавались и курировались Союзом художников РСФСР. Практически все большие художественные проекты того времени проходили под непосредственным патронажем художественных комбинатов, функционировавших в рамках Союза художников. Они выступали гарантом качества и правильности создаваемых произведений для предприятий, а также безопасности для художника в его профессиональной деятельности, и финансовой коммуникации между художником и заказчиком-предприятием. Поэтому в изначальном виде данную форму объединений неправомерно относить к независимым арт-коллаборациям.

Основными функциями данной формы творческих объединений является: творческая функция; коммерциализирующая функция; цензурная функция (в начальные периоды существования); функция популяризации и поднятие престижа рабочих профессий.

Предпосылки к организации творческих бригад возникли вначале 1930-х годов [1], когда художники начали отражать в своих произведениях индустриализацию страны. А в 1970 году по инициативе секретаря Союза художников РСФСР были созданы творческие бригады художников для работы на крупнейших заводах и стройках страны [2.с.70].

Так в зоне «Урал» было создано пять творческих групп: свердловская на УЗТМ (Уралмаш), уфимская- тема «Нефть и химия Башкирии», челябинская на Магнитогорском металлургическом комбинате, пермская - «Трудовая жизнь Прикамья» и Оренбургская называвшаяся «Хлеб Зауралья». Также в Тюмени в 1979 году сформирована бригада, в которой основной темой творчества стала тюменская нефть. Пожалуй, ни в каком другом регионе страны не было такой плотности индустриальных сюжетов на единицу экспозиционной площади, как на Урале [3.с.60].

Одной из таких творческих бригад, работавших на Уральском заводе тяжелого машиностроения «УРАЛМАШ», была группа свердловских художников, созданная в 1970. В нее входили такие художники как Н. Костина, Семенов, О. Бернгард, В. Зинов, М. Брусиловский, М. Гуменных, И. Симонов, А. Бурак, и др. Возглавлял ее Д. Ионин. Перед ними ставилась задача «Запечатлеть его (завода) облик и показать красоту и величие его работников», результатом их работы стали хрестоматийные вещи.

После распада Советского союза и отказа художниками от индустриальной темы, такая форма объединений практически исчезла, и начала возрождение в последние несколько лет с поднятием интереса и переосмыслением индустриального образа в изобразительном искусстве, а также развитием ряда выставочных проектов. Самым крупным из которых является всероссийский фестиваль идейного искусства «Время вперед». Помимо него в ряде крупных предприятий обратились к идее возродить заводскую летопись в картинах и вновь начали приглашать художников на заводы.

Так, в Екатеринбурге с 2012 начинаются единичные творческие проекты, объединившие художников и индустриальные предприятия. Одним из первых в регионе стал проект «Летопись современного завода», затем в 2019 году было начато творческое сотрудничество с заводом ВИЗ-НЛМК, в котором приняли участие порядка 20 молодых художников. Начиная с этого времени, происходит формирование костяка молодых уральских авторов, активно развивающих в своем творчестве производственную тематику. Именно в их лицах можно говорить о стремлении к возрождению формы арт-коллаборация–творческая бригада. Но при этом следует отметить, что если первоначально сформированная форма – творческая бригада была закреплена тематически и

регионально, то современные художники объединившиеся в рамках работы над данной темой, сотрудничают с рядом предприятий, не имеют четких предписаний со стороны объединяющей организации (например, Союза художников России), цензурная функция утрачена, единственным цензором выступает завод, условия выкупа произведения оговариваются индивидуально авторами.

Таким образом четко прослеживается возрождение формы арт-коллаборации «творческая бригада» но при этом функции, структура делового оборота, выстраивание взаимоотношений с представителями промышленных предприятий потерпели ряд изменений.

Исходя из этого, можно предположить, что креативное объединение в форме «творческая бригада» получает новое развитие, так как в условиях современного изобразительного искусства связанное с переосмыслением направления индустриального искусства и изменениями, коснувшимися структуры организации Союза художников России.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев Е.П. Принадлежность к миру огневой работы: художники на уральских заводах XVIII - начала XXI в // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2017. №27. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prinadlezhnost-k-miru-ognevoj-raboty-hudozhniki-na-uralskih-zavodah-xviii-nachala-xxi-v> (дата обращения: 10.10.2022).

2. Булавин В.С., Ионин Д.М., Павловский Б.В. Художники и Уралмаш // Л. : Художник РСФСР, 1983. – 160 с.

3. Круглова Т. Саморепрезентация уральской индустриальное: от марксизма до мифологии // 1-я Уральская индустриальная биеннале современного искусства: специальные проекты. Екатеринбург, 2010. С. 58-67.

4.Словарь бизнес-терминов. Сост. Осадчая И.М., 1998 год. URL: <http://economics.niv.ru/doc/dictionary/business-terms/index-193.htm#193> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 316.454.3

Сахаров Макар Аркадьевич, студент, Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (Национальный исследовательский университет)

Sakharov Makar Arkadievich, student of the Bauman Moscow State Technical University (National Research University)

Гаврилова Юлия Викторовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры «Социология и культурология», Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (Национальный исследовательский университет)

Gavrilova Yulia Viktorovna, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Bauman Moscow State Technical University (National Research University)

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЕСТЕСТВЕННЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ КОЛЛЕКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТОЛПЫ)

SOCIAL AND NATURAL PREREQUISITES FOR COLLECTIVE BEHAVIOR (USING THE EXAMPLE OF A CROWD)

Аннотация. В статье анализируются естественные (природные) и социально-естественные предпосылки поведения индивидов, оказавшихся в толпе. Акцентируется внимание на проблемах нарушения безопасности коллективного поведения; отмечается значительная роль естественных и социально-естественных предпосылок в деструкциях

поведения в толпе. Авторы отмечают, что в современном мире дестабилизация поведения индивидов в толпе обостряется в связи с тотальной включенностью человека в цифровые среды, так как утрачиваются навыки психофизического взаимодействия между людьми, человек становится неспособным контролировать собственные психоэмоциональные импульсы, вовремя и адекватно реагировать на поведение окружающих людей. На основании теории взаимодействия социального с естественным предложена классификация системы детерминант коллективного поведения (на примере толпы).

Abstract. The article analyzes the natural (natural) and socio-natural prerequisites for the behavior of individuals caught in a crowd. Attention is focused on the problems of violating the security of collective behavior; the significant role of natural and socio-natural prerequisites in the destructions of behavior in a crowd is noted. The authors note that in the modern world, the destabilization of the behavior of individuals in a crowd is aggravated due to the total involvement of a person in digital environments, as the skills of psychophysical interaction between people are lost, a person becomes unable to control his own psycho-emotional impulses, react in time and adequately to the behavior of surrounding people. Based on the theory of the interaction of the social with the natural, a classification of the system of determinants of collective behavior is proposed (using the example of a crowd).

Ключевые слова: социальное, естественное, толпа, коллективное поведение, детерминанты.

Key words: social, natural, crowd, collective behavior, determinants.

В современном мире социальные интеракции выстраиваются преимущественно в пространстве цифровой метареальности – социо-виртуальной экосистеме, возникшей в результате интеграции виртуальных феноменов в социальную действительность. Основными участниками взаимодействия таких обширных сред выступают люди и искусственные интеллектуальные агенты, между которыми формируется иерархия, обмен идеями и знаниями. Взаимодействуя в реальном времени практически с неограниченным числом пользователей человек выстраивает с ними «цифровые» дистанционные отношения, при этом оказываясь за пределами непосредственных физических контактов и утрачивая ценные психоэмоциональные переживания. Однако говорить о тотальном реформатировании социальной действительности в цифровую метареальность не приходится. Большинство социальных практик продолжают реализовываться в офлайн режиме под воздействием системы закономерностей естественно-групповых и социально-групповых отношений. Тотальная урбанизация с максимальной концентрацией населения способствует сохранению социальных контактов между людьми и обуславливает невозможность их полного перехода в цифровые среды. Так, например, согласно данным Федеральной службы государственной статистики РФ, по состоянию на 2021 год в России живет 147,2 млн человек, из них около 75 % населения проживает в городах, а 25 % (± 36 миллионов человек) живет в городах с населением, примерно равным миллиону человек [1]. В таких условиях высока вероятность включения человека в большие массы людей, которые легко могут приобрести форму толпы. Столкновение человека со стихийно возникшими толпами может привести к несчастным случаям, проблемам со здоровьем и представителями закона, что в целом способствует снижению качества жизни. Часто действия толпы приводят к гибели ее участников. Например, столпотворение в Индонезии, в котором погибли 174 человека, давка в толпе в Южной Корее (в Сеуле), унесшая жизни более 150 человек и др. [2]. Опасности, возникающие при скоплении большого количества людей, усугубляются тем, что в современном мире содержание и принципы осуществления контактов с неограниченным числом пользователей в цифровой метареальности и взаимодействие с таким же множеством индивидов, но в условиях толпы кардинально различаются. Человек, интегрированный в цифровые интеракции, может утрачивать полезные навыки контроля за

собственными действиями и, оказавшись в условиях групповой динамики, становится практически беспомощным под влиянием потока социальных и естественных (психофизиологических) детерминант поведения. Не умея распознавать собственные психоэмоциональные импульсы, а также не замечая реакций, окружающих его в толпе людей, он попадает во власть толпы, его личность ослабевает, сознание теряет актуальный ракурс анализа происходящих событий. Кажется, на первый план выходит природная сущность человека, не поддающаяся контролю со стороны сознания. Естественные основания социального поведения являются мощными регуляторами отношений в группах, тем более их проявление заметно при скоплениях большого количества людей. В связи с этим актуальным становится исследование проблем безопасности человека в толпе, прежде всего, выявление системы естественных и социально-естественных детерминант его поведения. Непосредственный интерес для анализа представляют особенности толп и их классификации.

На протяжении XIX – XX вв. исследователи из разных областей науки изучали коллективное поведение людей. Им удалось выяснить, что самой опасной для человека формой коллективного поведения является толпа. Ученые давали различные определения понятию «толпа» и выдвигали теории о механизмах формирования и функционирования толп. Так, например, Г. Лебон утверждал, что толпа имеет такие черты поведения, которыми не обладают ее участники [3]. То есть, по его мнению, для толпы характерна эмерджентность. Г. Тард писал о том, что толпа является самопроизвольной организацией, образованной из разнородных и незнакомых людей, объединенных общей «искрой», которая «заряжает» каждого участника [4]. В понимании современных исследователей «толпа» – это скопление людей без общей цели, со слабо выраженной, либо отсутствующей организационной структурой, но связанных общим ракурсом внимания и эмоциональной экспрессией [5]. Более точное определение толпы, на наш взгляд, дает Ф.Н. Ильясов, дополняя специфику толпы биологическим фактором – влиянием на индивидов групповых инстинктов. По его мнению, «толпа» – это группа, имеющая свое особенное поведение, образованная по причинам пространственной близости индивидов друг к другу и групповых инстинктов. [6]. Важно не путать данное понятие с термином «масса», так как масса не обладает разделяемым всеми участниками эмоциональным состоянием и объектом внимания, групповые инстинкты в массе проявляются слабо. Примером масс могут служить скопления людей в метро. При этом, массы легко перерастают в толпы.

Существуют различные классификации толп [7]. Особый интерес представляют толпы, различающиеся по степени эмоциональной активности: активная толпа (заряжена общей эмоцией, уровень которой разнится от индивида к индивиду) и пассивная толпа (отсутствует какой-либо общий эмоциональный фон). Эти виды толп подразделяются на подвиды, каждый из которых способен продуцировать возникновение небезопасных ситуаций на уровне как личности, так и общества. На наш взгляд, толпы с различным уровнем эмоциональной активности хорошо проиллюстрируют функционирование системы естественных и социально-естественных предпосылок коллективного поведения.

Детерминанты поведения человека в толпе правомерно выявлять с опорой на теорию взаимодействия социального с естественным (природным) [8, 9]. Вслед за учеными, мы считаем, что «социальное “зажато” естественным снаружи (внешнее естественное) и пронизано изнутри (внутреннее естественное)» [8, с. 109]; также любые процессы и феномены, существующие в обществе, невозможно рассматривать в отрыве от их естественных оснований. Следовательно, утверждаем, что «природа всегда воздействует на человеческое общество, не только извне как условие его существования, но и изнутри – в качестве естественных предпосылок его развития» [9]. Согласно данной теории природа делится на внешнюю естественную и внутреннюю естественную.

Внешнее естественное – это природные системы, не подвергшиеся антропо-социальному воздействию. Такая природа включает среду обитания социума. Например, это географические и климатические условия, стихийные бедствия, вирусы природного происхождения и т.д. Коллективы людей и их функционирование зависят от внешних естественных факторов. Например, чем более некомфортными являются погодные условия, тем менее вероятна включенность индивида в толпу. Человек не захочет в условиях холода быть участником толпы, располагающейся на улице, так как это доставит ему дискомфорт и неудобства. Тепло, напротив, способствует привлечению участников в толпу.

К внутренним естественным предпосылкам социальных процессов относят психофизиологические особенности человека, его рефлексy и инстинктивные состояния, эмоции; психические процессы, ЕГО (естественно-групповые отношения), внушение. Внутренних естественных детерминант поведения человека в толпе достаточно много. Особо сильное влияние исходит со стороны бессознательного (инстинктов и действий, доведенных до автоматизма), а также эффектов эмоционального заражения и подражания, транса. Рассмотрим некоторые из них. В толпе человек теряет способность к объективной и верной переработке информации, способность разделять мысли на логичные и алогичные. В итоге, рациональное мышление заменяется неосознаваемыми и неконтролируемыми действиями на основании инстинктов. В результате доминирующая роль отводится индивидуальному бессознательному переходящему в динамичное «общественное» бессознательное: происходит размывание личностного «Я» в толпе и освобождения от «Сверх-Я» в результате анонимности, ответственным за действия человека становится «Оно». Так как такое преобразование происходит с каждым участником толпы, то образуется «общественное» бессознательное. В результате неосознанных, повторяющихся реакций организма, люди в толпе начинают подчиняться «эффекту транса», то есть после определенного времени пребывания в толпе человек впадает в состояние, близкое к гипнотическому. Часть событий им не осознается. Личность временно утрачивает некоторые свои способности, при этом, другие способности становятся гипертрофированными, усиливаются доминирующие реакции организма, причем, независимо от того правильные это реакции или нет. В таком состоянии члены толпы легко поддаются суггестии. При большом количестве стимулов сознание человека совершает ошибки в различении этих стимулов. Сознание начинает выделять сходные поведенческие признаки и заставляет людей уподобляться друг другу. В результате возникает эффект подражания и эмоционального заражения. Не менее сильное влияние на поведение индивидов в толпе оказывают предпосылки социально-естественного характера. Можно предположить, что их роль будет доминирующей, по сравнению с внешними и внутренними естественными факторами, так как социальное находится в актуализированном виде, при подчиненном положении естественного содержания. Единство социального и естественного дает мощный и стабильный эффект воздействия на групповые отношения. Социально-естественными детерминантами поведения индивидов в толпе являются: анонимность, усиление эффекта социальной фасилитации, отсутствие сомнений в правильности действий. Например, будучи частью толпы, в которой не представляется возможным контроль за действиями отдельного человека, личность теряет ощущение ответственности за свои поступки. Человек теряется в толпе и действует от ее имени.

Таким образом, мы продемонстрировали влияние системы естественных и социально-естественных предпосылок на поведение человека в толпе. Наличие естественного содержания в социальных процессах и феноменах свидетельствует о трудности регулирования и корректирования поведения индивидов в толпе. Это связано с тем, что естественное содержание является древнейшей сущностью человека и его влияние не преодолено и вряд ли будет когда-либо снято.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Росстат представил предварительные цифры о численности населения в регионах страны по данным Всероссийской переписи населения. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/166784> (дата обращения 28.10.2022).
2. Сила толпы: три трагедии в октябре унесли сотни жизней в Азии. URL: https://www.pravda.ru/world/1766081-pogibli_ljudi/ (дата обращения 07.11.2022).
3. Лебон Г. Психология толп. М.: Институт психологии РАН, 1998. – 257 с.
4. Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М.: Изд-во КСП+, 1998. С. 257-408.
5. «Толпа»: энциклопедический психологический словарь-справочник. 1000 понятий определений терминов / под ред. Александрова Р.А., Бакланова Е.А. и др. // Минск: Харвест, 2021.
6. Ильясов Ф.Н. Группа и групповое поведение // Социальные исследования. 2016. № 1. С. 1-20.
7. Талыбов А.М. Толпа, причины возникновения, основные виды и характеристики // Достижения фундаментальной, клинической медицины и фармации: материалы 77-ой научной сессии сотрудников университета, Витебск, 26–27 января 2022 г. УО «Витебский государственный медицинский университет», 2022. С. 238-242.
8. Субботина Н.Д. Социальное в естественном. Естественное в социальном. М.: Прометей, 2001. – 193 с.
9. Гаврилова Ю.В. Естественно-групповые отношения как одна из основ формирования религиозного сознания // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. 2011. № 2. С. 138-147.

УДК 379.8:316.346.3(=512.157)

Семенова Диана Александровна, магистрант кафедры культурологии, Северо-Восточный федеральный университет.

Semenova Diana A., graduate student of the Department Cultural Studies North-Eastern Federal University

Никифорова Саргылана Валентиновна, кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии, Северо-Восточный федеральный университет.

Nikiforova Sargylana V. Ph. D. in Cultural Studies, associate professor North-Eastern Federal University

РОЛЬ EVENT-ТЕХНОЛОГИЙ В ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЯХ РЕГИОНА

THE ROLE OF EVENT TECHNOLOGY IN THE REGION'S CREATIVE INDUSTRIES

Аннотация: Предложен анализ становления культурных индустрий, инициируемых государством, и творческих индустрий, представленных бизнесом. Выделены досуговые индустрии, определяющие спрос на ивент-технологии. Внедрение основных положений «Концепции развития творческой экономики...» представлено опытом работы креативной платформы «Пространство» и кластера «Квартал Труда» в Якутске. Подчеркивается, что их реализация способствует сохранению этнокультурной идентичности. Деятельность Парка и Квартала рассматривается как фактор интеграции горожанина в формы творческой активности.

Abstract: An analysis of the formation cultural industries initiated by the state and creative industries represented by business is offered. The leisure industries that determine the demand for event technology are highlighted. The implementation of the main provisions of the 'Crea-

tive Economy Concept...' is represented by the experience of the creative platform 'Space' and the 'Labour Quarter' cluster in Yakutsk. It is emphasised that implementation contributes to the preservation of ethno-cultural identity. The activities of the Park and the Quarter are seen as a factor of integrating the citizen into forms of creative activity.

Ключевые слова: креативные (творческие) индустрии, креативный кластер, досуговые индустрии, творческий потенциал, стратегия развития, event-технологии.

Key words: creative industries, creative cluster, leisure industries, creative potential, development strategy, event-technology.

По итогам мониторинга независимых аналитических служб (Pricewaterhouse Coopers International Limited, InterMedia и др.), «в последние годы российский культурный ландшафт выглядит окончательно сформировавшимся: четко прослеживаются лидеры в самых разных отраслях, а также заметно распределение "сфер ответственности" между бюджетными и негосударственными компаниями» [4, с. 51]. В российских культурных практиках стихийно сложилось разделение на «культурные индустрии», иницируемые и финансируемые государством, и «творческие индустрии», представляющие негосударственный, так называемый «коммерческий» сектор, представленный малым и средним бизнесом. Творческие индустрии характеризуются как «элемент стратегического развития стран и городов, возможность улучшить качество жизни и человеческого капитала и вместе с тем путь осуществления "культурной экспансии", трансляции своих ценностей и норм» [1, с. 114]. Исходя из этого, мы считаем, что российское общество стало более заинтересованным в культуре как ресурсе для расширения спектра социально-культурного потенциала, как возможности самореализации и капитализации собственного таланта в сотрудничестве культурных организаций и сфер бизнеса, то есть в качестве пока еще достаточно неординарного способа извлечения финансовой прибыли и социальной пользы.

«Креативные индустрии играют всё более заметную роль, без них невозможно представить развитие городов, реализацию новых социально-культурных проектов, насыщенный и качественный досуг, отвечающий запросам различных групп населения» [2, с. 183], импортируются и изобретаются новые формы организации досуга для людей разных социальных групп и возраста: школы «третьего возраста», «дед-сады», утренние оздоровительные зарядки на площадях, стадионах и скверах Якутска и других городов, проводимые инструкторами министерства спорта республики; конкурсы, фестивали стрит-арта, стрит-данса и др. для представителей различных подростковых субкультур. В последние десятилетия в России стали уделять больше внимания развитию малого бизнеса, некоммерческих организаций, социальных институтов, занимающихся организацией досуга различных городских сообществ. И одно из наиболее интенсивно развивающихся направлений в культурных индустриях — «досуговая экономика (досуговые индустрии), то есть индустрии, в которых определяющим фактором потребления товаров и услуг является спрос на культурные формы досуга» [5, с. 6]. Важным принципом развития креативных индустрий является ориентация на реализацию творческого потенциала личности, коммерциализацию таланта, социальную ответственность и апробацию разных форм гуманитарной деятельности, составляющие культурный капитал актора и территории.

Республика Саха (Якутия) считается первым регионом Российской Федерации, который в 2019 году утвердил стратегический документ по развитию творческой экономики, он получил название «Концепция развития творческой экономики в Республике Саха (Якутия) до 2025 года». Одним из первых культурных кластеров в республике является креативная платформа «Пространство», специализирующаяся на визуальных искусствах (фотография, дизайн и т.п.), «реализуя и коммерциализируя творческий потенциал резидентов под единым кластером, креативная платформа "Пространство" на

сегодня, брендируя и разрабатывая креативные решения для местных компаний, способствует росту узнаваемости местных компаний, их четкому позиционированию на рынке, и повышению конкурентоспособности, масштабированию и продвижению» [3].

В ряду системообразующих проектов в качестве опорных точек развития креативной экономики в республике концепция указывает проект «Парк будущих поколений», задающий новые стандарты по преобразованию общественных территорий в комфортные пространства круглогодичного использования с отражением этнической специфики. Пространство будущего парка занимает площадь 2.4 га на территории 79 квартала Якутска. Предполагается, что Парк будущих поколений будет функционировать также в качестве Образовательного центра нового типа, направленного на развитие у детей и молодежи надпрофессиональных навыков, которые считаются наиболее важными для успеха в будущем, а также повышение компетенций действующих и потенциальных представителей креативных индустрий. В этом плане совершенно неслучайно территориальное расположение Парка по соседству со студенческим кампусом СВФУ. В будущем этот синтез запланирован на взаимовыгодное для города, республики и вуза сотрудничество в плане трудоустройства и создания новых рабочих мест, базы практик, «обкатки» новых профессий и проч.

В ближайшей перспективе деятельность Парка будет организована в форматах однодневных ed-проб, воркшопов, мастер-классов, краткосрочных обучающих курсов с подключением местных и внешних экспертов. В дальнейшем предполагается распространение деятельности Образовательного центра Парка в районы и другие города республики. Вместе с тем Парк будущих поколений предусматривает «открытые современные площадки, в том числе амфитеатр, универсальную выставочную зону, многофункциональный трансформируемый зрительный зал для проведения общественных мероприятий, досуга и развлечений. В зданиях также предусмотрены коворкинг, библиотека и другие открытые зоны для реализации авторской продукции и изобретений студенческих предпринимательских инициатив. Данный проект вошел в топ 5 проектов, одобренных членами Наблюдательного совета Агентства стратегических инициатив под председательством Президента Российской Федерации В.В. Путина, для дальнейшей поддержки в реализации» [3].

Строительство Парка будущих поколений начато в 2022 году. Создание современного общественного пространства с образовательным компонентом способствует раскрытию творческого потенциала жителей республики, трансформации общественных территорий в комфортные с учетом климатических условий современные пространства, которые станут новым узнаваемым символом города и туристическим центром притяжения. Подготовка будущих кадров креативной экономики для республики проводится в Северо-Восточном федеральном университете им. М.К. Аммосова, а также Арктическом государственном институте культуры и искусств. С начала 2000-х годов городской мэрией Якутска организуются семинары по технологиям культурных (креативных) индустрий, с приглашением коучей, сотрудничающих в крупных креативных кластерах России; проводятся тренинги для желающих, среди которых представители малого бизнеса и студенты вузов и колледжей.

Одним из главных проектов в рамках концепции является создание творческого кластера. Где последний представляется как пространство, в котором взаимодействуют представители творческих индустрий. Цель кластера - создание условий для деятельности представителей кластеров по всей республике, а также организация мероприятий, отвечающих потребностям культуры, досуга и потребительского общества Республики. Этот проект называется «Квартал Труда». Организаторы (среди которых один из авторов представленного доклада магистрант кафедры культурологии Диана Семенова) отмечают, что название проекта, выбрано не просто так: «Мы сохранили историческое название улицы, на которой расположен объект, и в дальнейшем планируем постепенно

расширять влияние кластера на весь прилегающий район». В масштабный по меркам республики проект вовлекли более 200 представителей творческих, коммерчески ориентированных сообществ. На сегодняшний день 50 компаний подписали предварительные соглашения о резидентстве в кластере. Они вовлекли в сферу деятельности «Квартала Труда» кинопроизводителей, дизайнеров, архитекторов, модельеров, частные учреждения дополнительного образования детей и взрослых, работников театров, культурно-досуговых центров и многих других. Некоторые сложности объективного характера, среди которых, в первую очередь, - пандемия и связанный с ней локдаун. Последовавшее за этим свертывание малого бизнеса в режим выживания вносит коррективы в ход реализации проекта, и тем не менее «запущен «Глобальный университет» (корпоративное обучение креативным компетенциями якорных несырьевых бизнесов республики). Разработана программа «квартальных дежурных» и профиль программы ДПО по обучению участников секторов креативных индустрий республики. В ходе акселерационной программы к реализации проекта привлечено 279 млн руб.» [4, с. 42].

Исходя из приведенных примеров, мы считаем, что для развития творческих отраслей государственные учреждения культуры должны действовать более активно. «Event-технологии совершенствуют идею креативных индустрий по созданию передовых, интересных, актуальных творческих проектов и позволяют совершенствовать культурную продукцию кластеров за счёт комплексности. Уже существующий опыт показывает, что можно, сохраняя самобытность мест, вызывать эмоции у участников социально-культурной деятельности и повышать показатели возвратности аудитории» [2, с. 189].

Подводя итоги, подчеркнем, что успешная реализация социокультурных проектов, помимо прямого функционального назначения – создания базы для креативной экономики, служит пилотными площадками или флагманами, тиражирующими опыт культурных (креативных) индустрий на весь регион, включая отдаленные и малонаселенные территории. Указанное обстоятельство также способствует снижению социального напряжения отдаленного и плохо обустроенного пространства, перенаправленности и переформатированию коммуникационных потоков, где культурные кластеры становятся центром притяжения гражданских сообществ, привлекаются на основе партисипаторных практик к активному участию в жизни своего города. «Культура может иметь повсеместное значение в городском развитии, способствуя укреплению идентичности сообщества, креативности, сплоченности и жизненной активности посредством культурных характеристик и практик, определяющих город и его обитателей» [6, с. 177]. Коммуникативное пространство Парка, Квартала воспринимается как фактор социальной интеграции горожанина, включенного в различные формы творческой активности, а также доминирующим управленческим ресурсом для обновления культурной среды.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. 2-е изд., испр. и доп. . М. : Т8 Издательские технологии, 2021. – 210 с.
2. Литвиненко В.А., Герасимова И.А. Event-технологии как инструмент реализации социально-культурных проектов в креативных индустриях // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 2 (82). С. 181-192.
3. Распоряжение Правительства Республики Саха (Якутия) от 27 декабря 2019 г. № 1736-р «Об утверждении Концепции развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года». URL: <https://docs.cntd.ru/document/561716583> (дата обращения: 09.10.2022).
4. Первый креативный кластер Якутии – Квартал труда // Сборник проектов программы «100 городских лидеров» / отв. ред. Т. Журавлева. М. : АНО «Агентство стратегических инициатив», 2020. С. 42-43.

5. Сфера культуры и культурных индустрий в РФ: аналитика 2019-2021. Результаты комплексного исследования. М. : Информационное агентство InterMedia, 2021. 112 с. URL: www.intermedia.ru (дата обращения: 04.10.2022).

6. Тросби Д. Экономика и культура / пер. И. Кушнаревой. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. – 256 с.

УДК 316.62

Сурмачевская Анжелика Александровна, студент; Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ, КНИТУ-КАИ.

Surmachevskaya Anzhelika Alexandrovna, student of Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev-KAI, KNITU-KAI.

Сафонова Екатерина Алексеевна, студент; Казанский национальный исследовательский технический университет им.А.Н. Туполева-КАИ, КНИТУ-КАИ.

Safonova Ekaterina Alekseevna, student of Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev-KAI, KNITU-KAI. Safonova Ekaterina Alekseevna

Дьяченко Лиана Инсафовна, кандидат философских наук, доцент; Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ, КНИТУ-КАИ.

Dyachenko Liana Insafovna, PhD in Philosophy, Associate Professor, Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev-KAI, KNITU-KAI.

ФЕМИНИСТСКОЕ СООБЩЕСТВО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

THE FEMINIST COMMUNITY IN MODERN RUSSIA

Аннотация. Цель нашей работы – исследование причинно-следственных связей возникновения феномена феминизма в современной России. В нашей стране испокон веков традиционные патриархальные установки значительно ограничивали женщин в правах. Феминизм – это реакция на уже существующие проблемы, реакция на социальное и психологическое неравенство в обществе. Растущий интерес молодого поколения к данной проблеме вызывает определенный оптимизм. Обращение к теме феминизма актуально не только для специалистов (философов, психологов, социологов, культурологов), но и для любого обывателя, столкнувшегося с данной проблемой. На данном историческом этапе необходимо координировать и централизовать деятельность сообщества, собирать воедино все имеющиеся средства для решения проблем женщин. Важно не использовать слепо призму западного опыта на нашу действительность.

Abstract. The purpose of our work is to study the cause-and-effect relationships of the emergence of the phenomenon of feminism in modern Russia. In our country, from time immemorial, traditional patriarchal attitudes have significantly restricted women's rights. Feminism is a reaction to already existing problems, a reaction to social and psychological inequality in society. The growing interest of the younger generation in this problem causes some optimism. The appeal to the topic of feminism is relevant not only for specialists (psychologists, sociologists, philosophers, culturologists), but also for any layman who is faced with this problem. At this historical stage, it is necessary to coordinate and centralize the activities of the community, to bring together all available means to solve women's problems. It is important not to blindly use the prism of Western experience on our reality.

Ключевые слова: феминизм, женщина, социальное и психологическое неравенство, насилие, общество.

Key words: feminism, woman, social and psychological inequality, violence, society.

Цель нашей работы: исследование причинно-следственных связей возникновения феномена феминизма в современной России. Феминизм – это всегда только реакция на уже существующие проблемы, реакция на социальное и психологическое неравенство в обществе [1].

В нашей стране испокон веков традиционные патриархальные установки значительно ограничивали женщин в правах. Популярным литературным произведением являлся «Домострой», написанный при участии протопопа Сильвестра в середине XVI века. В нем давались рекомендации мужу (мужчине), в т.ч. о том, как воспитывать жену в строгости и подчинении [3].

Немного ситуацию сгладил приход советской власти. Отношение к женщине стало меняться, многие предрассудки ушли в прошлое. Тем не менее главной задачей женщины в глазах общества, по-прежнему оставалась репродуктивная функция, реализация в семье, в воспитании детей. Сегодня движение феминизма решает те же проблемы, что и ранее: насилие, свобода, право на образование, на перемещение, право не подвергаться преследованию за профессиональные интересы, убеждения и образ частной жизни [8].

До 2017 года вопросы домашнего насилия на уровне государства были не в приоритете, однако в 2017 году, вместо принятия закона о домашнем насилии, был принят законопроект «О декриминализации домашнего насилия», оправданный стремлением сохранить семейные ценности. В 2020 году Министерство юстиции Российской Федерации включило в реестр НКО-иноагентов центр «Насилию.нет», который занимался помощью пострадавшим от домашнего насилия.

По мнению политического технолога и феминистки Анны Федоровой, даже если закон о домашнем насилии будет принят в той формулировке, которая соответствует идеалам всего феминистского сообщества, то это ничего не решит, поскольку вопрос остаётся в ежедневной практике применения, что влечёт за собой проблематику реформирования силовых структур, проведения масштабных тренингов для государственных служащих и иных форм изменения структуры общественных отношений [2].

Помимо домашнего насилия, женщины подвергаются сексуальному насилию. По данным ВОЗ, каждая третья женщина пережила насилие или попытку насилия [5]. Почти каждая проходит через обвинения в том, что она сама «спровоцировала» акт насилия. Под категорию насилия попадает ещё одно явление - харассмент (действия нежелательного характера, подразумевающие домогательства или намеки интимного характера). Огромное влияние на борьбу с действиями такого характера оказало движение Me too, возникшее на западе. Российская версия Me too зафиксирована в феврале 2018 года. Движение раскрыло факт того, что в нашей стране домогательства являются замалчиваемой проблемой, однако реального решения проблемы не последовало. Большая часть «героев» осталась на своих должностях, а женщины, рассказавшие свои истории, оказались подвергнуты общественному осуждению. Само движение в России спровоцировало не обсуждение реальной проблемы сексуального насилия, а суждение о «моде» быть жертвой.

По мнению социолога А. Ходыревой, изучавшей проблематику феминизма в России, пик отката работы феминистского и женского сообщества произошёл после социальных реформ 2006 года, а именно после реформы материнского капитала [7]. Именно реформа подчеркнула традиционную роль женщины как матери и это тоже дискриминация по гендерному признаку.

В последнее время российскими учеными и политиками достаточно активно обсуждается проблема «феминизации бедности» - преобладания женщин среди россиян с доходами ниже прожиточного минимума [10]. Консерватизм, устойчивые практики решения жизненных проблем в обществе существенно влияют на риск женщин оказаться в числе социально неблагополучных. Ситуацию усложняют укоренившиеся правила (нор-

мы) распределения обязанностей между мужчинами и женщинами. К примеру, большая часть неоплачиваемой домашней работы, а также уход за детьми и пожилыми родственниками выполняется женщинами (отец только «помощник» матери, а не родитель). Матери-одиночки относятся к одной из самых бедных категорий женщин в стране.

Патриархальные установки значительно ограничивают женщин в карьерном росте. В нашей стране женщины мало представлены в аппаратах власти и других привилегированных сферах труда. Кроме того, уровень заработной платы мужчин выше заработной платы женщин на 30 % (связано это со «стеклянным потолком» и «недопуском» женщин в более привилегированные сегменты рынка труда).

Мы провели опрос, целью которого было выяснить: «что мешает женщинам быть реализованными в карьере?» Опрос проводился с помощью социальной сети «ВКонтакте». Из 135 респондентов, среди которых было 92 женщины и 43 мужчины, подавляющее большинство – 97 респондента (71,8 %) утверждают, что главное предназначение женщины – быть матерью и хорошей хозяйкой. Мужчина должен обеспечивать семью, так считают большинство женщин (85 %). И только 40 % респондентов утверждают, что женщина должна обеспечивать себя сама. Хотя большинство состоящих в браке (55 %) отмечают, что наиболее ответственные решения в их семьях принимаются совместно мужем и женой. При этом 38 респондентов (28,2 %) считают, что женщина должна выбирать между карьерой и семьей, причем эта точка зрения более распространена среди тех, у кого есть дети.

Патриархальные тенденции влияют также и на выбор профессии среди женщин. В России составлен список производств, «вредных» для репродуктивного здоровья женщин, что опять же подчеркивает роль женщин, в первую очередь, как потенциальных матерей. Большим достижением и подтверждением того, что работа феминистского сообщества выполняется не зря, послужил приказ Минтруда России, согласно которому список запрещенных для женщин профессий сокращается с 456 до 100.

В 1990 году комиссия ООН рекомендовала, чтобы в национальных парламентах государств не меньше 30 % мест занимали женщины [6]. В составе Госдумы РФ VIII созыва чуть более 16 % женщин среди 450 депутатов. На низовых и средних должностях государственной службы женщин 70 %. В 2018 году социологи В.Уткина и О.Исупова исследовали положение и роль женщин во властных структурах. Они выяснили причины, по которым женщины мало представлены в российской политике. Причины имеют социальный и психологический характер: укоренившиеся в обществе стереотипы о разделении обязанностей, двойная и даже тройная нагрузка, из-за которой у женщин не остается времени на полноценное участие в политике, совокупность сразу нескольких дискриминаций по возрасту и гендерной принадлежности [4].

Некоторые представители феминизма выступают за квотирование и считают, что квота на представленность женщин в бюллетенях пошла бы на пользу политическим партиям. Однако это не гарантирует того, что женщины в политике будут действовать в интересах женщин. Задача фем-активисток освободить для женщин доступ к публичной сфере.

Перечисленные выше направления векторов феминистской деятельности являются основными, однако существуют и мелкие проблемы, которые не представляется возможным генерализировать. Течений в феминистском сообществе большое количество и каждое из них борется с конкретными проблемами, которые они считают наиболее важными в современной России.

Главной задачей для современного женского движения становится задача «видимости» в социальном поле – «видимости» действий, «видимости» лидеров и организаций, «видимости» проблем, на решение которых они нацелены.

Российское феминистское объединение «ОНА» также провело исследование в 2020 году с целью выявления мнения общества по вопросам дискриминации и феминизма.

низма. По данным исследования, 12,5 % респондентов считают, что в России мужчины и женщины имеют равные права, в то время как 87,5 % участников не согласны с этим утверждением. 87,8 % считают, что равноправие еще не достигнуто, поэтому феминизм необходим; 7,6 % придерживаются мнения, что феминизм был необходим в прошлом, но теперь на законодательном уровне провозглашено равноправие, поэтому он не нужен; 4,6 % думают, что феминизм изменил естественный порядок вещей и изначально был не нужен. Следует отметить, что число респондентов составило 1004 человека, в том числе 88 % женщин и 12 % мужчин. Большая часть респондентов в возрастном диапазоне 18-35 лет [9].

Новое поколение женщин, которое приходит в сообщество феминизма, достаточно скоро теряет силы для борьбы с гендерным неравенством. Связано это с тем, что молодые представительницы сообщества не знают, какой объем работы уже был сделан до них и выражают сомнение в успехе движения. Зачастую активисты фем-сообществ плохо знают предысторию направления, т.к. нужно приложить немалое количество усилий для поиска хоть какой-либо информации. Ситуация информационной изоляции приводит к трате сил на «изобретение велосипеда».

Будущее Российского феминизма стоит под вопросом. Активистская деятельность в условиях замалчивания, преследования и агрессии представляется трудным занятием. Однако растущий интерес молодого поколения к данной проблеме вызывает определенный оптимизм. Обращение к теме феминизма актуально не только для специалистов (психологов, социологов, философов, культурологов), но и для любого обывателя, столкнувшегося с данной проблемой. На данном историческом этапе необходимо координировать и централизовать деятельность сообщества, собирать воедино все имеющиеся средства для решения проблем женщин. Представляется важным не использовать слепо призму западного опыта на нашу действительность.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гид по современному феминизму в России // lenta.ru. 7 марта 2019. URL: <https://lenta.ru/articles/2019/03/07/rusfem/> (дата обращения: 10.10.2022).
2. Дискуссия «Феминизм в России» // garagemca.org. 10 декабря 2020. URL: <https://garagemca.org/ru/event/a-cycle-of-discussions-the-new-ethics-stigma-and-inequality> (дата обращения: 10.10.2022).
3. Домострой / вступ. ст., сост. и коммент. В. Колесова. Москва : Художественная литература, 1991. – 317 с.
4. Исупова О.Г, Уткина В.В. Молодые женщины в органах государственного управления России: факторы, определяющие карьерные траектории // Журнал исследований социальной политики, 2018. С. 474-476.
5. Насилие в отношении женщин // www.who.int. 9 марта 2021. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women> (дата обращения: 10.10.2022).
6. ООН. Резолюции и решения экономического и социального совета // www.un.org. 1990. URL: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=E/1990/90&Lang=R (дата обращения: 10.10.2022).
7. Про феминизм в России в 90-е и 2000-е // Подкаст Пропаганда феминизма. 18 марта 2021. URL: <https://music.yandex.ru/album/10814301/track/79537328> (дата обращения: 10.10.2022).
8. 40 лет спустя : интервью с авторками переиздания альманаха советских феминисток // daily.afisha.ru. 16 октября 2020. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/17395-40-let-spustya-intervyu-s-avtorkami-pereizdannogo-almanaha-sovetskih-feministok/> (дата обращения: 10.10.2022).

9. Феминизм в современном российском обществе // ona.org.ru. 28 июля 2020. URL: <https://ona.org.ru/post/624913026931392512/feminism-in-russian-society> (дата обращения: 10.10.2022).

10. Ярошенко С. Бедность в режиме гендерного исключения // polit.ru. 26 мая 2010. URL: <https://polit.ru/article/2010/05/26/yaroshenko/> (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 796

Сычева Александра Алексеевна, студент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Sycheva Alexandra Alekseevna, student of Komsomolsk-na-Amure State University

Бугай Надежда Владимировна, студент, Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет

Bugay Nadezhda Vladimirovna, student, Amur Humanitarian and Pedagogical State University

Ткач Ирина Михайловна, доцент, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

Tkach Irina Mikhailovna, Associate Professor, Komsomolsk-on-Amur State University

ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН НА СИСТЕМУ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

IMPACT OF SOCIETY PHYSICAL ACTIVITY ON THE HEALTH CARE SYSTEM

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся воздействия физической активности на организм и здоровье человека, а также влияния низкой физической активности на систему здравоохранения и профилактики неинфекционных заболеваний. Анализу подверглись позиции популяризации здорового образа жизни при регулярных нагрузках в течение дня, и значение таких нагрузок для профилактики угроз развития неинфекционных заболеваний.

Abstract. The article discusses issues related to the impact of physical activity on the human body and health, as well as the impact of low physical activity on the health care system and the prevention of non-communicable diseases. The positions of popularization of a healthy lifestyle with regular loads during the day were analyzed, and the importance of such loads for the prevention of threats to the development of non-infectious diseases.

Ключевые слова: низкая физическая активность, неинфекционные заболевания, система здравоохранения, перегруженность, упражнения.

Key words: physical inactivity, noncommunicable diseases, health system, congestion, exercise.

Как известно, низкая физическая активность способствует росту различных неинфекционных заболеваний [1]. Людям разных возрастов необходимо заниматься двигательной активностью для поддержания своего здоровья и качества жизни на хорошем уровне.

Физическая активность в ее режимном проявлении противостоит развитию болезней опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистых заболеваний, некоторых видов рака. К тому же занятия спортом позитивно воздействуют на психику человека, помогая бороться с депрессией, продлевает качественную жизнь без деменции, помогает сохранять мобильность [2].

В наше время, однако, из-за распространения сидячих работ, сложности доступа к спортивным пространствам, распространению личного транспорта и нехватки времени все больше людей подвержены малоактивному образу жизни и все меньше из них уделяют внимание спорту в целом.

К тому же менее трети стран мира имеют и продвигают стратегии, направленные на популяризацию спорта и повышение его доступности для людей [3]. В некоторых странах политики, осознанно или нет, способствуют снижению двигательной активности населения. Часто встречается политика автомобилизации, постройка широких неудобных для пешеходов дорог, отказ от реконструкции городов в пользу более удобного пешеходного передвижения по ним.

Все эти факторы и условия напрямую влияют на распространение неинфекционных заболеваний среди людей всех возрастов. Они являются причиной более чем 70 % всех смертей в мире. Пандемия НИЗ (неинфекционных заболеваний) имеет разрушительные последствия как для отдельных людей, так и для общества и системы здравоохранения в целом.

Статистика показывает, что неинфекционные заболевания составляют 77 % от всех болезней, внешние повреждения и отравления – 14 %, а инфекционные заболевания всего 9 % [3]. Таким образом, можно сделать вывод, что НИЗ составляют основную часть нагрузки на здравоохранительную систему вообще, являясь самой распространенной причиной обращения людей в больницы и поликлиники.

Выделяют четыре типа НИЗ: онкологические, сердечно-сосудистые, хронические респираторные заболевания и диабет. Многие из них в той или иной степени могут начать развиваться или усугубить свое течение из-за неактивного образа жизни человека.

Например, сердечно-сосудистые заболевания развиваются у невысоко активных людей вдвое чаще, чем у людей, активно занимающихся спортом.

Парадокс состоит в том, что средств для эффективного лечения НИЗ с каждым годом становится все больше, но и все чаще встречается явление омоложения болезней. Если раньше, например, сердечно-сосудистые заболевания встречались в основном у пожилых людей, то сейчас 30-летним пациентом с гипертонией уже никого не удивить.

Снижение двигательной активности, как результат технического прогресса, на данный момент не может быть полностью нивелирована техническим прогрессом здравоохранения.

Таким образом, система здравоохранения слишком много внимания уделяет людям, которые по крайней мере еще несколько лет не должны были испытывать серьезных проблем со здоровьем, свойственных скорее старикам. Это оказывает серьезную нагрузку на медицинский персонал, образует тенденцию к переполнению больниц и, как следствие, к общей перегруженности системы здравоохранения.

Пандемия Covid-19 ясно дала обществу понять, что перегрузка здравоохранительной системы просто недопустима и ведет к невосполнимым потерям среди населения в кризисные моменты, повторения которых нельзя исключать.

Самым показательным примером для нас будет статистика по избыточной смертности в разных странах, ведь в нее входят не только смерти из-за Covid-19, но и смерти из-за неоказанной вовремя помощи людям с другими заболеваниями из-за тотальной перегруженности врачей и больниц.

ВОЗ оценивает избыточную смертность в 14,9 млн человек по всему миру [4]. Но нам следует не забывать, что речь идет исключительно об официальной статистике смертей от Covid-19. В это же время, невозможно собрать достоверную статистику о смертях людей от НИЗ, которым не была оказана медицинская помощь в нужный срок.

Именно это наталкивает нас на вывод о том, что для снижения смертности людей как в обычное время, так и в пандемию, необходимо снижать количество неинфекционных заболеваний.

Для смены тенденции роста НИЗ, нужно чтобы страны начали принимать организационные меры по увеличению возможностей активной физической деятельности.

Политика увеличения физической активности направлена на обеспечение:

- поощрений различных двигательных активностей в трудовые будни;

- доступности пешеходного, велосипедного и другого активного транспорта;
- предоставления возможности доступа и участия в различных видах спорта и активном отдыхе;
- поддержании в школах прилежного физического воспитания.

Однако, как бы государство ни старалось, большее значение имеет человеческий фактор. Следует донести до народа необходимость понимания ценности и способов сбережения здоровья и действия факторов риска [5].

Для несовершеннолетних рекомендуется каждый день уделять час или более физической нагрузке умеренной или большой интенсивности, в основном аэробной. Следует ограничить количество времени, проводимого сидячим образом.

Для них активность включает игры, спорт, транспорт (например, ходьба или езда на велосипеде), отдых или запланированные упражнения в контексте семейной, школьной и общественной деятельности.

Совершеннолетним же необходимо 2,5 часа в неделю двигательной активности от умеренной до высокой интенсивности, подходами по 10 мин. Для получения лучших результатов нужно увеличить свою аэробную активность до 5 часов в неделю или заниматься аэробной нагрузкой 2,5 часа, или равнозначное сочетание активности умеренной и высокой интенсивности.

У взрослых физическая нагрузка включает активность в свободное время, транспорт, профессиональную деятельность, работу по дому, игры, спорт или запланированные упражнения в контексте повседневной, семейной и общественной активности. [6]

Общим для всех является то, что невысокая двигательная активность лучше, чем ее абсолютное отсутствие, и что начинать необходимо с небольших физических нагрузок и со временем поэтапно повышать нагрузку и ее продолжительность. Повышение величины физической активности укрепит здоровье, будет способствовать упрочнению устойчивости систем здравоохранения, что приведет к спасению жизней.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1 Worldwide trends in insufficient physical activity from 2001 to 2016: a pooled analysis of 358 population-based surveys with 1,9 million participants // The Lancet : October 01 2018. URL: [https://www.thelancet.com/journals/langlo/article/PIIS2214-109X\(18\)30357-7/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/langlo/article/PIIS2214-109X(18)30357-7/fulltext) (дата обращения: 10.10.2022).

2 Низкая физическая активность населения оборачивается потерями в размере 27 млрд долларов в год // Untired Nations news : 19 октября 2022. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/10/1433642> (дата обращения: 10.10.2022).

3 Неинфекционные заболевания // World Health Organization : 16 сентября 2022. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>

4 ВОЗ: глобальная избыточная смертность в период пандемии составила 15 млн человек // Untired Nations news : 5 мая 2022. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/05/1423222> (дата обращения: 10.10.2022).

5 Рекомендации ВОЗ по вопросам физической активности и малоподвижного образа жизни // World Health Organization : 2020. URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/337001/9789240014909-rus.pdf> (дата обращения: 10.10.2022).

6 Physical activity diseases // World Health Organization : October 5 2022. – URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity> (дата обращения: 10.10.2022).

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.....	3
Абдугаффорова З. М., Васильева А. А. ТИПЫ ПОБУЖДЕНИЯ.....	3
Агейкина А. В., Тарарина Л. И. ПРОБЛЕМА УПОТРЕБЛЕНИЯ И ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК ИГРОВЫХ ТЕРМИНОВ ИЗ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИГР.....	5
Алексеев В. Н., Заюкова Е. В. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА АКРОНИМОВ И АББРЕВИАТУР С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЙ ВСЕЛЕННОЙ MARVEL).....	9
Балутина А. В., Варзинова В. В. КУЛЬТУРНЫЙ КОД ВО ФРАНЦУЗСКИХ, РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ, ВКЛЮЧАЮЩИХ ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ И ДНИ НЕДЕЛИ.....	13
Барсукова Е. Д., Хрущева О. А. ТЕРМИНОЛОГИЯ: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ И ПЕРЕВОДА.....	18
Бойматов М. В., Шимко А. Г. ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ, РАЗВИТИЯ И СТРУКТУРА КИТАЙСКИХ ИЕРОГЛИФОВ.....	22
Бондаренко О. Н., Товбаз Е. Г. ПОСТРОЕНИЕ КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ЛИЧНОСТИ В СУБЪЕКТИВНОМ СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	25
Борщева А. Е., Майзенгер Н. В. БЛЕНДИНГ КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	28
Бурико Е. Д., Шушарина Г. А. РОЛЬ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	31
Буркова К. П., Ситникова В. А. ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ РОДА ОДУШЕВЛЕННЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В ПЕРЕВОДАХ РОМАНА В. ГЮГО «СОБОР ПАРИЖСКОЙ БОГОМАТЕРИ» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК.....	34
Бучинская Д. А., Васильченко А. В. ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ.....	38
Ван Цзыюй, Малышева Н. В. ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗДЕЛА САЙТА «ОБРАЩЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ».....	41
Гейбатова А. В. ОНОМАСТИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АНТРОПОНИМОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА).....	44
Грибовский Е. В., Данилина Е. К. ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ АНТИУТОПИЙ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ПРОЗЫ.....	48
Долгова М. С., Зуева В. С., Стрелкова О. А. РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ КОММУНИКАТИВНОГО ЧТЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНФОГРАФИКИ.....	52
Дьяченко К. В., Шарафутдинов Э. Э., Буланова Л. Н. РУССКОЯЗЫЧНОЕ ИГРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО И АНГЛИЙСКИЙ СЛЕНГ.....	57

Ещеркина Л. В., Скачкова Е. А. АСПЕКТЫ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ И АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫХ СЛОВ И ЛОЖНЫХ ДРУЗЕЙ ПЕРЕВОДЧИКА.....	60
Зюкова Е. Е., Курбатова Л. П. ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАЦИИ В ЖЕНСКИХ БЛОГАХ ФРАНЦУЗСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА.....	63
Карпицкая Е. Р., Дудько А. Д. НЕОЛОГИЗМЫ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА ИДИОСТИЛЯ Н. ГЕЙМАНА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА «НИКОГДЕ»).....	66
Кашкина В. А., Тарарина Л. И. СРАВНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИН МИРА.....	70
Ковалева В. К., Тарарина Л. И. ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ВИДЕОИГР: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	73
Кортун Е. А., Шугай А. В., Малышева Н. В. ОБЗОР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СТАНДАРТА «СПЕЦИАЛИСТ В ОБЛАСТИ ПЕРЕВОДА».....	78
Кривошеева А. А., Моисеенко А. В. СИНОНИМИЧЕСКИЕ РЯДЫ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ В АМЕРИКАНСКОМ ТЕЛЕСЕРИАЛЕ «YOUNG SHELDON».....	81
Маношкина А. В., Морева Н. С. ОСОБЕННОСТИ ФОРМАЛЬНОЙ АССИМИЛЯЦИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЗАИМСТВОВАНИЯ «ФУА-ГРА» (НА МАТЕРИАЛЕ РОССИЙСКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ).....	84
Махмудова С. А., Квашенко О. Л. СИСТЕМА УПРАЖНЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ УСТНОЙ РЕЧИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ.....	89
Мачнева Е. А., Крылова Н. Ф. ЯЗЫКОВЫЕ И ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФИЧЕРОВ.....	90
Менякина А. А., Ярошенко Н. А. ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО ВОПЛОЩЕНИЯ ОБРАЗА КРЫМСКОГО МОСТА В ПУБЛИЦИСТИКЕ А.А. ПРОХАНОВА.....	93
Назарова Т. А., Комарова Е. Ю. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОЛОГА «КЕНТЕРБЕРИЙСКИХ РАССКАЗОВ» ДЖЕФФРИ ЧОСЕРА.....	97
Омелич О. К. ИНТЕРЕСНАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК КЛЮЧ К ПОВЫШЕНИЮ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ.....	100
Ракипова Э. В., Попкова Е. Б. ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ РУССКОГО ЯЗЫКА.....	103
Романенкова А. А., Цыганкова Н. Б., Романенкова О. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ РУССКОГО ЯЗЫКА НА УРОКАХ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИКИ В ОСНОВНОЙ ШКОЛЕ.....	106
Русинова В. С., Ситникова В. А. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК.....	109
Сазонова Е. Д., Комарова Е. Ю. ШКОЛА ПОЭТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА С. Я. МАРШАКА.....	113

Сокольчук А. С., Беляева С. В. ВЫРАЖЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОЙ ФУНКЦИИ ПРИ АНАЛИЗЕ ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ФРАНЦУЗСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА.....	116
Токарева И. А. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЯДЕРНОГО ПРЕДИКАТА <i>ЛЮБИТЬ</i> В РАМКАХ СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКОГО ФРЕЙМА.....	119
Трегубова К. А., Талалай Т. С. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ.....	123
Хаустова А. В., Ситникова В. А. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ).....	127
Цинь Мэн, Берендеева М. С. СТРУКТУРА КОНЦЕПТА ТРУД В РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ КАРТИНЕ МИРА 1980-2000 ГГ. (НА ФОНЕ КИТАЙСКОЙ).....	131
Четвериков Л. А., Васильченко А. В. ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ.....	134
РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	139
Антонова К. Н., Попова К. В., Кудрякова Н. В. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	139
Багаева А. С., Кириченко Л. П. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ.....	142
Баранов Н. А., Попова К. В., Капустенко И. С. ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИМИ И ВНУТРЕННИМИ РИСКАМИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ АГЕНТСТВЕ.....	145
Баронкина Е. В., Грабова О. Н. РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	148
Белозерова А. Ю., Авцинова Г. И. КОММУНИЦИРОВАНИЕ АКТОРОВ ПОЛИТИКИ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ: НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ АККАУНТОВ.....	151
Бондаренко Д. А., Ходжер А. С., Гусева Ж. И. АКТУАЛЬНОСТЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	154
Бучнев Е. В. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ.....	157
Дель Д. С., Васильченко А. В. ИМИДЖМЕЙКИНГ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА (НА ПРИМЕРЕ МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР).....	161
Герашенко Р. И., Гусева Ж. И. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ САМОРЕАЛИЗАЦИЮ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	165
Голодяева Т. В., Товбаз Е. Г. СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКИХ ЖЕНЩИН В ПОСЁЛКЕ ХУРБА ХАБАРОВСКОГО КРАЯ.....	168

Гордышев К. Р., Зайцев Н. Н. ПРИЧИНЫ И ЧАСТНЫЕ ИТОГИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ НА УКРАИНЕ.....	172
Гулиев И. Н. о., Чащина С. И. «ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГЕКТАР»: В ПОИСКАХ БАЛАНСА ИНТЕРЕСОВ.....	174
Джалилова Ш. С. к., Кириченко Л. П. РЕКЛАМА В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	178
Еремина Д. Д., Сучкова М. В. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ БЕЖЕНЦЕВ КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН В РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО.....	181
Иванова А. Г., Цветкова Г. С. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ГЕРМАНИИ.....	184
Идрисов И. М., Соколов А. П. МОНИТОРИНГ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	188
Камашев Н. П., Алексеева Н. А. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	190
Кандауров И. А., Якубович И. Н. НЕСПРАВЕДЛИВАЯ ОЦЕНКА ДЕЙСТВИЙ ГРАЖДАН ПРИ НЕОБХОДИМОЙ САМООБОРОНЕ.....	194
Карачева Д. А., Коротаев С. А. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СКУЛШУТИНГА В ИНСТИТУТЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ ДИСКУРСИВНЫЙ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗМ.....	197
Кардовская Д. П., Гареева Г. А., Алексеева Н. А. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО КОФЕЙНОГО РЫНКА В РОССИИ.....	202
Кобиллов Б. Б., Ледаев В. Г. ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА ИНСТИТУТ СЕМЬИ В РФ С 2012 ПО 2022 ГГ.....	205
Козьминых Д. Д., Алексеева Н. А. ПРОБЛЕМЫ ЗЕМЕЛЬНОГО ФОНДА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В КОНТЕКСТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	209
Кирюченкова А. С., Ларченко Ю. Г. ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ В ГОРОДЕ КОМСОМОЛЬСКЕ-НА-АМУРЕ.....	213
Куртин М. А., Ларченко Ю. Г. ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	216
Лагода А. П., Ларченко Ю. Г. SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	218
Липатова А. А., Горбушина Е. Р., Алексеева Н. А. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	221

Лисоводская В. В., Базалий А. Е., Гусева Ж. И. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ.....	224
Ложкина Ю. М., Алексеева Н. А. СВОДКА И ГРУППИРОВКА ТОП 15 ПРЕДПРИЯТИЙ АПК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ПЛОЩАДИ ПАШНИ.....	227
Макарова Д. М., Масленникова Е. В. ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА.....	230
Медвецкая В. С., Капустенко И. С. УСПЕШНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ.....	235
Мельникова Н. А., Бучнев Е. В. СМЫСЛОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ ЕВРОПЕЙСКОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ ЕВРОПЫ.....	238
Мифусанова К. Е., Капустенко И. С. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	242
Олухов Н. В. РОЛЬ ПАРТИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ГРАЖДАН.....	245
Пряничников И. С., Антонов М. А., Никонова Я. И. ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....	248
Попова Д. А., Горяченко Е. А. УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РАБОТЕ С МОЛОДЁЖЬЮ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА.....	251
Прохоров К. К., Бажеряну В. В., Сизинцева А. С. СОЦИАЛИЗАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ В КОЛЛЕКТИВЕ.....	260
Ракитин А. Ю., Ларченко Ю. Г. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ОПЕРАЦИОННОЙ ПРИБЫЛИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	263
Савин Г. В., Савина В. В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАСПРЕДЕЛЕННОГО РЕЕСТРА ДАННЫХ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ЦИФРОВОГО ТИПА.....	266
Сидорков Д. В., Лескова И. В. КЛАССИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ К ФЕНОМЕНУ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.....	269
Сидорков Д. С., Синцеров Л. М. ОЦЕНКА ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛИ ГОСУДАРСТВ ЧЛЕНОВ ЕАЭС.....	272
Стафеев Н. Е., Конюкова О. Л. РОЛЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	275
Стуликова К. Ю., Зарецкая П. И., Капустенко И. С. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ.....	278
Тамби С. А. ПАРТИЙНЫЙ ЕВРОСКЕПТИЦИЗМ В ЛЕВОЙ ЧАСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СПЕКТРА ЭСТОНИИ.....	281
Телегина А. В., Ковцун С. А., Кудрякова Н. В. АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ.....	286

Турбанов И. Г., Мусалитина Е. А., Бобышев С. В. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ СЕВЕРНЫХ ПРОВИНЦИЙ КНР.....	288
Чебаков А. А., Алексеева Н. А. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ.....	291
Черепанова М. А., Алексеева Н. А. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ПО КАТЕГОРИЯМ ЗЕМЕЛЬ.....	294
Чипизубова А. Е., Поздеева Л. Н., Алексеева Н. А. АНАЛИЗ УРОВНЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ АО «УЧХОЗ ИЮЛЬСКОЕ» Г. ВОТКИНСК УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	297
Шишанина М. А., Сидоров А. А., Сенченко П. В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	301
Шрайбер Н. С., Ячецко Л. А. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТУРОПЕРАТОРОВ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ.....	304
Шубина Д. С., Тулупов Д. С. ПАРАДИПЛОМАТИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	307
Шэнь Бинбин, Перфильев А. А. АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ КНР В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	311
Ярославцева Е. Д., Золотухина Н. Д., Капустенко И. С. ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ.....	314
РАЗДЕЛ 3. СОВРЕМЕННЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ПРАКТИКИ.....	318
Агапьятова А. В., Брусенцева М. Е., Ахметгалиева А. Р. РОЛЬ ЦИФРОВОГО ПИРАТСТВА В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА.....	318
Алексеева В. В., Товбаз Е. Г. ПОВЫШЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ЧЕРЕЗ КУЛЬТУРНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКУЮ ПРОГРАММУ «ОСОЗНАННОЕ ДЕТСТВО».....	321
Блохин И. О., Эпштейн В. А. ПОЛИТИКА ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ В СЕРБИИ НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПРАВЯЩЕЙ КОАЛИЦИИ ПО СЛУЧАЮ ДНЯ ПОБЕДЫ НАД ФАШИЗМОМ.....	325
Брыкова Е. Д., Тимофеева И. Ю. АГРЕССИВНАЯ СРЕДА В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	330
Волкова А. М., Тимофеева И. Ю. ОБРАЗ СЕМЬИ В СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	333
Воронцов Г. А., Выборнова Е. Н. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС В ВОДНЫХ ВИДАХ СПОРТА.....	336
Джалилова Ш. С. к., Тимофеева И. Ю. АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОГРАММЫ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА».....	338
Дудин Е. Н., Васильченко А. В. НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В РОССИИ И ЯПОНИИ.....	341

Казакова А. И., Тимофеева И. Ю. МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ.....	345
Квашенко О. Л. ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В БЫТОВОЙ АНГЛИЙСКОЙ КАРИКАТУРЕ.....	347
Климова Е. В. ПРИНЦИПЫ ОТРАЖЕНИЯ СЛАВЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ РОМАНЕ-ФЭНТЕЗИ.....	351
Климова Е. В. НЕОЯЗЫЧЕСТВО В РОССИЙСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (СЕРИЯ КНИГ В. МЕГРЕ).....	354
Коренек А. А., Валеев А. М. РОЛЬ ГТО В ЖИЗНИ СТУДЕНТА КНАГУ.....	358
Костецкая Е. С., Васильченко А. В. ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОЙ АНИМЕ-КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО.....	360
Красулина К. Р., Гаврилова Ю. В. ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ САМОЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.....	364
Нетреба Е. С. ФОРМАТ АРТ-КОЛЛАБОРАЦИЙ: «ТВОРЧЕСКАЯ БРИГАДА» В МЕТОДОЛОГИЧЕСКОМ И ИСТОРИЧЕСКОМ ОСМЫСЛЕНИИ.....	368
Сахаров М. А., Гаврилова Ю. В. СОЦИАЛЬНЫЕ И ЕСТЕСТВЕННЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ КОЛЛЕКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТОЛПЫ).....	370
Семенова Д. А., Никифорова С. В. РОЛЬ EVENT-ТЕХНОЛОГИЙ В ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЯХ РЕГИОНА.....	374
Сурмачевская А. А., Сафонова Е. А., Дьяченко Л. И. ФЕМИНИСТСКОЕ СООБЩЕСТВО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	378
Сычева А. А., Бугай Н. В., Ткач И. М. ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН НА СИСТЕМУ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	382

Научное издание

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ**

Часть 1

Материалы II Всероссийской научно-практической конференции
молодых ученых с международным участием
Комсомольск-на-Амуре, 21-23 ноября 2022 г.

Ответственный редактор И. В. Цевелева

Статьи публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 14.12.2022.

Формат 60×84 1/16. Бумага 65 г/м². Ризограф RISO EZ 570E.
Усл. печ. л. 22,81. Уч.-изд. л. 20,00. Тираж 21 экз. Заказ 30729.

Полиграфическая лаборатория
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»
681013, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27.